

**FACULDADE CAPIXABA DE NOVA VENÉCIA – MULTIVIX
ADMINISTRAÇÃO**

**ELMA AZEREDO
KASSIO LITTIKE
LORRAINE SEDE SARTORI
LUANNA GOTARDO RONCONI
PRISCILA FILIPINI PESSIN**

DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL AO MERCADO DE FRANQUIAS

**NOVA VENÉCIA - ES
2015**

ELMA AZEREDO
KASSIO LITTIKE
LORRAINE SEDE SARTORI
LUANNA GOTARDO RONCONI
PRISCILA FILIPINI PESSIN

DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL AO MERCADO DE FRANQUIAS

Artigo Científico apresentado ao Curso de Administração da Faculdade Capixaba de Nova Venécia, como requisito final para a obtenção do grau de Bacharel em Administração. Orientadora: Professora Juliana Gaspar

NOVA VENÉCIA - ES
2015

DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL AO MERCADO DE FRANQUIAS

Elma Azeredo¹
Juliana Gaspar²
Kassio Littike³
Lorraine Sede Sartori⁴
Luanna Gotardo Ronconi⁵
Priscila Filipini Pessin⁶

RESUMO

O empreendedorismo tem ganhado cada vez mais espaço na mente dos novos empresários. Caracterizados por seu faturamento anual de até R\$ 60.000,00 e possibilidade de ter apenas um funcionário, o Microempreendedor Individual – MEI torna-se um novo agente da cultura empreendedora. Buscando novas maneiras de gerar riqueza ou mesmo sair da figura de empregado e se tornar patrão, esses indivíduos são influenciados tanto pelo sonho do próprio negócio, como pela necessidade ocasionada pela falta de oportunidades de emprego. Pode ser evidenciado que, ao longo desse trajeto esses empreendedores passam por diferentes fases pelas quais necessitam de características distintas para vencer no mercado cada vez mais competitivo. Visionários, sonhadores e dispostos a assumir riscos calculados, eles saem da informalidade, ou seja, tiram sua ideia de negócio do papel e adentram no mercado formal. Nesse ponto eles adquirem novas aspirações, sonham mais alto, desejam o crescimento de sua empresa, almejam a expansão dela em maior escala. Alicerçados pela conquista anterior, ampliam o seu alvo com novas e maiores metas, sendo que estão mais confiantes, pois venceram a informalidade. Em alguns casos pode-se notar que eles realmente atingiram seu ideal, expandiram sua organização ao ponto de se tornarem franqueadores e são exemplos que inspiram outras pessoas e perpetua a geração empreendedora. O objetivo do presente artigo é conhecer esses indivíduos e suas características. Evidenciar que conhecendo seus traços peculiares, eles podem ser reproduzidos e melhorados por outras pessoas.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Sucesso. Empresa.

ABSTRACT

The entrepreneurship has gained more and more space in the minds of new entrepreneurs. Characterized by their annual turnover of up to R\$ 60,000.00 and the possibility of having only one employee, the Individual Micro-entrepreneur - MEI becomes a new agent of entrepreneurial culture. Searching for new ways to gender wealth or even leave the employee figure and become boss, these individuals are influenced both by the dream of own business, as the need caused by the lack of

¹ Graduanda em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

² Graduada em Administração de Empresas. Especialista em Gestão Empresarial. Especialista em Gestão de Recursos Humanos pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

³ Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

⁴ Graduanda em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

⁵ Graduanda em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

⁶ Graduanda em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia - Multivix.

employment opportunities. It can be shown that, along this path these entrepreneurs go through different phases that require distinct characteristics to succeed in the Market each time more competitive. Visionaries, dreamers and willing to assume calculated risks, come out of the informality, that is, take your business idea out of the paper and step into the formal Market. At this point they acquire new aspirations, dream higher, wish the growth of your company, aims its expansion on a bigger scale. Grounded by the previous achievement, expand your target with new and bigger goals, and are more confident because they won the informality. In some cases it may be noted that they actually reached their ideal, expanded its organization to the point of becoming franchisors and are examples that inspire other people and perpetuates the entrepreneurial generation. The purpose of this article is to know these individuals and their characteristics. Evidence that knowing their peculiar traits, they can be reproduced and improved by other people.

KEY-WORDS: Entrepreneurship. Success. Company.

1 INTRODUÇÃO

Entende-se que a maioria dos empreendedores em algum momento de seu negócio atuou na informalidade e que quando nessa etapa, sonhavam com a regularização e a realização de seu sonho. Depois de concretizada a primeira fase, o empreendedor passa a buscar a expansão de suas atividades, aspirações que ele sempre alimenta e que devem fazer parte da vida desse agente.

Com o intuito de reduzir a informalidade, o governo cria a nova modalidade de empresa denominada MEI (Microempreendedor Individual), com benefícios e desburocratização em sua abertura. Ressalta-se que por trás de toda decisão governamental, seja ela econômica, fiscal ou financeira, podem surgir algumas consequências imprevistas, e que nesse caso surtiu efeito positivo, pois além de alcançar o objetivo proposto, tal medida também incentivou o surgimento de novos empreendimentos, o que de forma indireta acabou por incentivar e incrementar o índice de empreendedorismo no cenário mercadológico.

Tendo em vista a importância do empreendedorismo como elemento principal que impulsiona o mercado, e levando em consideração que são as empresas as principais fontes de geração de emprego e renda, torna-se de suma importância o conhecimento desse tema para que se formem profissionais preparados para um ambiente competitivo e de constantes mudanças.

Tendo por finalidade apresentar maiores informações sobre o tema, o presente trabalho realizado por meio de uma pesquisa exploratória, objetiva demonstrar como microempreendedores individuais tornaram-se grandes empresários, apresentar as vantagens da formalização do negócio, enumerar as fases de como tornar-se um microempreendedor individual, apresentar estatísticas de formalização dos microempreendedores individuais, investigar e enumerar as características do empreendedor de sucesso, bem como relatar casos de sucesso relacionados ao mercado de franquias.

Como procedimentos técnicos para realização desse trabalho são coletados dados bibliográficos de fontes secundárias. Materiais já existentes em livros, revistas, sites, artigos científicos são as principais fontes de embasamento teórico.

Para melhor exposição da pesquisa, o presente trabalho está estruturado nos seguintes tópicos: empreendedorismo, destacando o perfil e as características do empreendedor de sucesso; os motivos para iniciar um negócio; informações sobre o Sebrae; microempreendedor individual, destacando seu perfil e os passos a serem seguidos para se formalizar; exemplo de quem cresce com a formalização; franquias, casos de sucesso de empreendedores que começaram na informalidade e hoje são grandes empresários e até mesmo franqueadores de suas marcas. Por fim, constam as considerações finais e as referências bibliográficas nas quais está fundamentado o proposto trabalho.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 EMPREENDEDORISMO

Dornelas (2005), diz que o empreendedorismo pode ser entendido como o envolvimento de pessoas para transformar ideias em oportunidades, e essas, em negócios reais para a geração de ganhos. É a implementação de um projeto novo, algo inovador que outros não puseram em prática ainda; é um processo de esforço e compromisso que requer um desprendimento maior de tempo; é assumir riscos calculados e decisões serem tomadas com motivação e envolvimento com objetivo de fazer a empresa crescer e perpetuar no mercado. Nesse contexto, então, o empreendedor é aquele que domina essa ciência e que tem olhar atento, iniciativa, é apaixonado pelo trabalho, se envolve em todo o processo, busca entender o negócio e suas tendências, aceita assumir os riscos e sabe da possibilidade do fracasso.

Empreendedorismo, segundo Baron e Shane (2007), está ligado a um processo de eventos e atividades que acontecem em períodos de tempos e que muitas vezes está relacionado com algo novo que pode ser um produto ou serviço. Para que a ideia seja transformada em realidade e levada ao mercado para consumo através de uma empresa, é necessário que o processo seja contínuo, caso contrário, a pessoa, que nesse caso não pode ser considerada empreendedora, está apenas exercitando sua criatividade. São diversos os conceitos de empreendedorismo, mas todos eles se resumem em paixão, iniciativa, inovação, diferencial e, sobretudo, persistência. Empreender nos dias atuais é uma tendência que desperta o desejo de muitos em ter seu próprio negócio. Porém, o simples fato de abrir uma empresa não significa que a pessoa é empreendedora, pois se ela copia algo que já existe, ela não está empreendendo, mas sendo mais uma concorrente para o mercado. Criar algo diferente ou mesmo inovar o que já existe, caracteriza o indivíduo como um ser empreendedor.

Segundo o Sebrae (s.d.), é necessário que além do crescimento em número de empresas, o Brasil precisa de que estas contribuam também para a economia do país. 27% do PIB é constituído por cerca de nove milhões de empresas formalizadas por todo o território brasileiro, índice que vem crescendo ano a ano e o empreendedorismo tem contribuído para esse crescimento. As principais fontes geradoras de riqueza no comércio do Brasil são as micro e pequenas empresas,

pois 53,4% do PIB são representados por elas. Na indústria, participam as micro e pequenas empresas com 22,5% e as médias empresas com 24,5%. Mais de um terço da produção nacional, correspondente a 36,3% tem origem no setor de serviços dos pequenos negócios. Ressalta-se que 52% da mão de obra formal e 40% da massa salarial no Brasil são decorrentes dos pequenos negócios. Por meio dos índices coletados, verifica-se que incentivar os pequenos negócios e qualificar os empreendedores, são ações que trazem benefícios para a economia, tendo em vista a relevância dos empreendimentos menores na geração de emprego e renda.

2.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR DE SUCESSO

Segundo Dornelas (2005), o empreendedor de sucesso apresenta qualidades que excedem as características do administrador, que podem ser inatas, mas também aprendidas no decorrer de sua vida. O empreendedor não vê dificuldade em transformar a ideia abstrata em coisa concreta, consegue enxergar lá na frente de como será seu negócio, sabe tomar decisão e a implementa rapidamente, gosta do seu trabalho e seu otimismo faz com que enxergue oportunidade onde os demais só vêem dificuldade, não desiste diante do fracasso e é persistente no objetivo de alcançar riquezas. Além dessas, possui também habilidades humanas, pois se relaciona bem com os diversos stakeholders, cria redes de relacionamentos, sabe liderar bem e apresenta uma boa imagem perante a sociedade com a geração de empregos e contribuição na alavancagem da economia.

De acordo com as pesquisas sobre o empreendedorismo, Farah e Cavalcanti e Marcondes (2008), se baseiam fundamentalmente em estudar o indivíduo e os comportamentos que possuem àqueles que alcançaram o sucesso empresarial. Todavia, alguns elementos como know-how, desenvolvimento tecnológico e a habilidade em gerenciar são percebidos somente no decorrer do processo de aprendizagem daquele que sabe agir como empreendedor, tomando decisões que definam novos contextos. Esse ser humano, apto a empreender, é determinado em fazer o que for preciso para criar o seu projeto e alcançar a realização de sua visão.

2.1.2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

De acordo com Lemes Júnior e Pisa (2010), as características que determinam o comportamento do empreendedor decorrem de sua personalidade, conhecimentos, experiências, habilidades, motivação e valores. A capacidade de percepção está presente nessas pessoas, assim como a forma de aprendizagem, com uma grande facilidade de colocar as ideias em prática, através da atitude.

Segundo Lemes Júnior e Pisa (2010), a competência especial é a maior característica do empreendedor e pode ser entendida como o anseio pela novidade e a disposição de aplicar todas as suas forças para que o empreendimento seja sucedido. Essa qualidade pode crescer por meio da busca de informações contínuas e um constante aprendizado.

Farah e Cavalcanti e Marcondes (2008), afirmam que estudos feitos por instituições detectaram características comportamentais de indivíduos com espírito empreendedor e também desenvolveram métodos de treinamento para que sejam adquiridas e colocadas em prática. Todavia, uma pessoa não terá todas essas

características. Para as pessoas que almejam um melhor desempenho de seu negócio, existem treinamentos realizados pelo Sebrae, universidades ou outras instituições para estabelecer tais comportamentos.

2.2 MOTIVOS PARA INICIAR UM NEGÓCIO

Para Degen (1989), são muitos os motivos que impulsionam os indivíduos a desejarem ter seu negócio próprio. Melhorar a condição financeira, fazer seu próprio horário de trabalho e sair da rotina de carga horária, colocar as ideias em prática, não ter que dar satisfação ao patrão e a ninguém, necessidade de autorrealização e reconhecimento, vontade de realizar algo que resulte em benefício próprio e em prol da sociedade, são alguns dos motivos mais comuns.

Segundo Farah e Cavalcanti e Marcondes (2008), qualquer que seja o motivo que leva a pessoa a empreender na criação de uma nova empresa, estará sempre apoiado na necessidade, que pode ser individual ou coletiva, ou na oportunidade que ela vislumbra no mercado. A fim de evitar erros que podem resultar em um fracasso prematuro, é necessário fazer um estudo e um planejamento adequados e conhecer as qualidades de um empreendedor bem sucedido para detectar os pontos fortes e aqueles que precisam de um aperfeiçoamento.

2.3 SEBRAE

Com sede em Brasília e presente em todos os estados, o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa – Sebrae, é uma organização privada que não visa lucros e que orienta empresários e novos empreendedores, com o objetivo de melhorar suas condições de gestão e criar um ambiente propício ao surgimento e desenvolvimento dos microempreendedores individuais e das micro e pequenas empresas brasileiras (SEBRAE, 2012).

Para que a instituição esteja presente em todo território nacional, ela está organizada da seguinte forma: o Sebrae Nacional é o responsável em definir as diretrizes e prioridades de atuação, isto é, ele conduz o direcionamento estratégico do sistema, enquanto que nos estados, cada unidade desenvolve suas ações e projetos de acordo com suas respectivas realidades sob as diretrizes nacionais (SEBRAE, 2012).

Os recursos financeiros utilizados pelo Sebrae são provenientes de uma contribuição social que todas as empresas, com exceção das optantes pelo Simples Nacional, recolhem mensalmente por meio do Instituto Nacional de Seguridade Social – INSS, correspondendo a 0,3% sobre a folha de pagamento. O Instituto transfere os recursos ao Sebrae Nacional, e este repassa ao Sebrae nos estados, de acordo com a Programação Orçamentária do Sistema Sebrae, aprovada pelo Conselho Deliberativo Nacional e distribuição definida em lei (SEBRAE, 2012).

Segundo o Sebrae (2012, p. 19), sua missão é “promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas e fomentar o empreendedorismo.”

Visão Sebrae (2012, p. 19), “ter excelência no desenvolvimento das MPE, contribuindo para a construção de um Brasil mais justo, competitivo e sustentável.”

2.4 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL MEI

Nota-se que na maioria dos casos de empreendedores que começaram pequenos, mas que sonhavam alto, o início de suas atividades era basicamente informal. Não conseguiam emitir notas fiscais, comprar matérias-primas a preços diferenciados, vender para outras empresas, nem atuar de maneira legal, pois não tinham registro no cadastro nacional das pessoas jurídicas (CNPJ). Em outras palavras, sua atividade era condicionada ao não crescimento (SEBRAE, 2014).

Havia uma extrema necessidade de amparo legal para esses idealizadores. Eles não possuíam capital suficiente para erguer uma empresa nos parâmetros legais vigentes até então, nem tão pouco, mercado para manter esse empreendimento e fazê-lo prosperar. Suas atividades necessitavam de leis que os ajudassem a se formalizar e com o tempo eles ganhariam mercado e ampliariam seu negócio, podendo chegar ao nível dos grandes empresários e franqueadores (SEBRAE, 2014).

De acordo com o Sebrae (2014), o número de microempreendedores individuais tem apresentado constante crescimento, alcançando um total de mais de 3,6 milhões de empreendedores em dezembro de 2013. Esse dado demonstra que essa figura jurídica é o principal caminho utilizado pelos brasileiros que buscam oportunidades que o mercado oferece às empresas legalizadas.

Segundo material vinculado no Portal do Empreendedor (s.d.), a Lei Complementar nº 128, criada em 19/12/2008 (dezenove de dezembro de dois mil e oito), trouxe novas possibilidades para esses sonhadores. Uma oportunidade para que eles concretizassem seus objetivos. Através dessa legislação, o trabalhador que antes atuava informalmente, pode obter o registro no cadastro nacional de pessoas jurídicas (CNPJ) e se formalizar, ter uma conta bancária, adquirir empréstimos a juros menores, emitir notas fiscais, pode usufruir também de benefícios junto à previdência social, como o auxílio doença e maternidade e a aposentadoria.

Estudos feitos pelo Sebrae (2014), relatam que a formalização do MEI teve início no segundo semestre do ano de 2009. Desde então, há um grande movimento no registro de novos empreendedores. De julho de 2009 a dezembro de 2013 constam registrados no Brasil 3.659.781 microempreendedores individuais. Apenas em 2012, mais de 895 mil indivíduos se formalizaram como MEI. E em 2013 foram 923 mil, ou seja, um crescimento aproximado de 3,13%.

O MEI, como uma nova condição jurídica se enquadra no Simples Nacional. O objetivo é de favorecer o pequeno empreendedor informal, oferecendo taxas diferenciadas em termos de tributação, conferindo vantagens para aquele que deseja empreender e fazer o investimento crescer (SEBRAE, 2014).

A maioria das pessoas que exercem atividades por conta própria pode aderir ao MEI. Vendedora de cosméticos, cabeleireiro, costureira, vendedores ambulantes,

artesãos, borracheiros, comerciantes de artigos do vestuário são candidatos a essa forma de regularização (SEBRAE, s.d.).

O Portal do Empreendedor (s.d.), disponibiliza a relação de atividades permitidas ao MEI, conforme o Anexo XIII da Resolução CGSN nº 94, de 29 de novembro de 2011.

O Sebrae (s.d.), relata que atualmente as obrigações a serem cumpridas pelo optante do cadastro de Microempreendedor Individual são: não pode ser sócio ou titular de outra empresa, deve possuir faturamento anual máximo de até R\$ 60.000,00 e ter somente um empregado que receba um salário mínimo ou o piso legal da categoria.

Por obrigação, o MEI deve ser enquadrado na modalidade de tributos do Simples Nacional e com esse enquadramento fica isento de alguns impostos federais, como Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL, os quais estão suprimidos dentro de uma alíquota simplificada. O microempreendedor individual paga mensalmente o valor fixo de R\$ 40,40 no caso de comércio ou indústria, R\$ 44,40 se for empresa prestadora de serviço somente, ou R\$ 45,40 se for empresa que engloba comércio e serviços. Esses valores são destinados à Previdência Social, ao ICMS ou ao ISS e sua atualização ocorre de ano em ano e tem como referência o salário mínimo nacional (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2015).

Para entender melhor essa distribuição de valores, o carnê de recolhimento mensal do MEI é estruturado da seguinte forma: R\$ 39,40 (INSS), que corresponde a 5% do salário mínimo vigente no mês de referência do DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), ($5\% \times 788,00 = R\$ 39,40$), acrescidos de R\$ 5,00 (ISS), para empreendedores que se enquadrarem como prestadores de serviços e R\$ 1,00 (ICMS), para os empresários que praticam atividades de comércio e indústria, além de taxas municipais/estaduais que devem ser pagas dependendo do local de execução da atividade (PORTAL DO EMPREENDEDOR, s.d.).

2.4.1 PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL BRASILEIRO

Cerca de 53% dos microempreendedores individuais registrados no Brasil são homens e 47% mulheres. O percentual feminino entre os MEIs teve um aumento de dois pontos percentuais por ano desde 2011, o que mostra que a atuação das mulheres tem aumentado ligeiramente ano após ano (SEBRAE, 2014).

A distribuição dos microempreendedores por macro setor de atividade é predominante na área comercial (39,3%) e prestação de serviços (35,8%). Na sequência vem a indústria (15,2%), a construção civil (8,5%) e a agropecuária (0,6%) (SEBRAE, 2014).

Até dezembro de 2013, as três atividades mais frequentes dos microempreendedores individuais eram: comércio varejista de acessórios e artigos do vestuário com 11%, cabeleireiros com 6,9% e obras de alvenaria com 3,4% (SEBRAE, 2014).

Em relação à faixa etária do universo do MEI, de 30 a 39 anos, responde por 33,5% dos microempreendedores individuais, ou seja, a faixa mais significativa. Na

sequência vem a faixa etária de 40 a 49 anos, com 23,4% dos empreendedores, e em seguida vem a faixa etária de 25 a 29 anos e de 50 a 64 anos com 15,5% e 15,4%, respectivamente. De modo geral, o MEI é considerado jovem, com uma média de 59,5% deles com menos de 40 anos (SEBRAE, 2014).

No decorrer dos anos de 2012 e 2013, do total de MEIs, os dados mostram que 48,6% atuam em sua casa, 30,2% em estabelecimento comercial, 10,7% na casa ou na empresa do cliente, 8,9% na rua e 1,5% em feira ou shopping popular (SEBRAE, 2014).

Pesquisas do Sebrae (2014), apontam que em 2013, 40,6% dos MEIs, antes de se formalizarem eram empregados registrados na CLT, 30,6% eram microempreendedores informais (sem CNPJ), 16,3% empregados sem carteira, 6,5% donas de casa, 2% servidores públicos, 1,8% estudantes, 1,1% desempregados, 0,8% microempreendedores formais (com CNPJ) e 0,3% aposentados. Observa-se que em 2012, 68,6% dos microempreendedores individuais não exerciam atividades empreendedoras antes do registro. Particularmente, 42,6% que afirmaram ser servidores públicos ou que possuíam um emprego formal, remetem à inferência de que correspondem a um grupo de microempreendedores “por oportunidade” e não “por necessidade”. Esse fato fortalece a ideia de que essas pessoas viram no empreendedorismo uma alternativa de melhor crescimento profissional.

2.4.2 PASSO A PASSO PARA SE FORMALIZAR

Entende-se que a formalização trouxe impactos para esses indivíduos, como aumento geral das vendas, melhores condições de compras junto aos fornecedores, possibilidades de emitir nota fiscal e vender para outras empresas, benefício de se comercializar com órgãos públicos. A prioridade em licitações em relação a outras categorias de empresas, também é outra vantagem da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (LC 123/2006), que confere benefícios aos microempreendedores individuais (SEBRAE, 2014).

2.4.2.1 PRIMEIRO PASSO

Inicialmente o interessado em se formalizar deve buscar informações precisas e confiáveis. O Portal do Sebrae e o Portal do Empreendedor fornecem todo o conteúdo informativo para o empreendedor. Ele também encontrará informações nas Agências de Desenvolvimento Regional, que são pontos de apoio disponibilizados pelo Sebrae, situados em locais estratégicos dos estados as quais também fornecem materiais impressos para que ele tenha total conhecimento sobre as decisões que irá tomar. É importante também conferir o que diz a Lei Complementar nº 128/2008 e quais são os requisitos exigidos para que o empreendedor se enquadre como microempreendedor individual (SEBRAE, s.d.).

2.4.2.2 SEGUNDO PASSO

Após obter todas as informações pertinentes à regularização do empreendimento e estar decidido a formalizar o seu negócio, o empreendedor deve preencher seus dados cadastrais no formulário de inscrição que está à disposição no Portal do

Empreendedor. Na dúvida quanto ao preenchimento do formulário ou sobre o programa, ele deve entrar em contato com o Sebrae pelo telefone (0800-570-0800). Caso o indivíduo prefira, existem empresas de contabilidade que auxiliam no ato de formalização. A lista das mesmas se encontra no Portal do Empreendedor (SEBRAE, s.d.).

2.4.2.3 TERCEIRO PASSO

Preenchido o formulário, imprima seus documentos: relatório mensal de receitas brutas (um para cada mês), certificado da condição de microempreendedor individual, carnê de pagamento mensal (DAS). Esses documentos são necessários para manter sua formalização em dia (SEBRAE, s.d.).

A fim de adquirir a autorização para impressão de nota fiscal – AIDF, o MEI precisa procurar a Secretaria de Fazenda do Estado quando as atividades a serem exercidas forem de vendas e/ou serviços de transporte entre municípios e entre estados ou procurar a Secretaria de Fazenda do Município quando as atividades a serem exercidas forem de prestação de serviços e/ou serviços de transporte dentro do município (SEBRAE, s.d.).

De posse da autorização, o MEI vai procurar uma gráfica para preparar os blocos de notas fiscais. Caso não tenha a autorização para a emissão dos talões próprios de notas fiscais, o MEI poderá requerer às Secretarias de Fazendas, Estadual ou Municipal, para a emissão de nota fiscal avulsa e/ou nota fiscal avulsa eletrônica (SEBRAE, s.d.).

O indivíduo enquadrado como microempreendedor individual não tem a obrigatoriedade em emitir nota fiscal eletrônica, conforme prevê o § 1º do artigo 97 da resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional – CGSN de nº 94/2011. Se a NF-e for disponibilizada pelo estado, é facultativa a sua emissão (Lei Complementar nº 123, de 2006, art. 2º, inciso I e § 6º; art. 26, § 2º). Com o cadastro pronto, logo em seguida são obtidos o número de inscrição na Junta Comercial e o CNPJ. Não há necessidade de encaminhar ou anexar nenhum documento à Junta Comercial. De agora em diante, o microempreendedor individual está formalizado, basta fazer as contribuições mensais e a declaração anual simplificada (SEBRAE, s.d.).

2.4.3 EXEMPLO DE QUEM CRESCE COM A FORMALIZAÇÃO

Infere-se que a formalização é um caminho seguro para o crescimento e a sustentabilidade dos microempreendedores do país (SEBRAE, s.d.).

Observa-se que o caminho da informalidade é familiar para muitas pessoas que desenvolvem algum tipo de atividade econômica. Por um período de 20 anos, José Moreira dos Santos, morador de Balsas (MA), foi prestador de serviços em empresas. Após esse período o Sr. Moreira decidiu que estava na hora de trabalhar por conta própria, ser dono do próprio empreendimento. Seus passos iniciais nesse novo projeto de trabalho foram informais, sem registro adequado e conseqüentemente insuficiência na conquista de clientes, pois ele não emitia nota fiscal. Essa condição o acompanhou durante quatro anos (SEBRAE, s.d.).

Através da assessoria do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, José concluiu que a formalização era o caminho inevitável para que ele prosperasse em sua atividade. A partir do momento que se formalizou, Moreira entendeu que ele havia deixado de ser visto apenas como prestador de serviços. Agora ele era cotado como empresário, e esse título o proporcionava credibilidade. Esse contexto foi evidenciado na prática, após 120 dias ele acrescentou em seu cadastro cerca de 50 novos clientes. Simples de entender. Com a formalização o empresário além de ter credibilidade, ainda passou a atender empresas de grande e médio porte de sua cidade, fato que na informalidade não era possível (SEBRAE, s.d.).

Feliz com seu empreendimento, José Moreira dos Santos demonstra que agora o cliente não contrata um profissional qualquer, ao contratar o seu serviço ele está fixando um pacto de confiança, credibilidade, certeza de um bom trabalho e tudo dentro da legalidade. Essa visão também lhe proporciona maior autoconfiança. Observa-se que exemplos como esse expressam a importância de se regularizar e que sem a formalização não é possível fazer bons negócios (SEBRAE, s.d.).

2.5 FRANQUIAS

De acordo com o Sebrae (2015), franquia é um acordo sistemático e padronizado, firmado entre duas partes, uma denominada franqueador, que é a pessoa detentora dos direitos do negócio idealizado por ela, e a outra, denominada franqueado, que recebe alguns direitos como uso da marca, direito de comercialização dos produtos, um sistema operacional administrativo e de gestão empresarial. Franquia pode ser entendida como um empreendimento em que toda a estrutura já vem pronta para o franqueado, como por exemplo, treinamento, suporte administrativo, produtos e serviços padronizados, publicidade, poder de compra, assistência financeira, escolha e proteção do ponto, tudo testado e que funciona. Ao entrar no mundo das franquias, é preciso conhecer também as suas desvantagens, como royalties e taxas de franquia, não há liberdade em relação à compra de produtos e toda a loja deve seguir o padrão fornecido pelo franqueador.

Seguindo o mesmo raciocínio, Baron e Shane (2007), definem franquia como um sistema de distribuição com independência jurídica, pelo qual os franqueados pagam taxas e royalties para o franqueador e tem como direitos usar sua marca, adquirir e vender seus produtos ou serviços e utilizar os métodos e modelo de trabalho desenvolvidos pela empresa franqueadora.

Conforme Baron e Shane (2007), as franquias são conhecidas como franquia de marca, como por exemplo, as concessionárias de automóveis (Audi, Honda, Chevrolet, Buick) e postos de gasolina (Texaco, ExxonMobil); ou como franquia de negócio formatado em que o franqueador proporciona ao seu franqueado o sistema empresarial completo, e esse tipo possui uma expansão mais rápida e é encontrado em vários segmentos, como empresa de serviços empresariais, hotéis, agência de aluguel de veículos, revenda de cosméticos e restaurante de fast-food. Nesse tipo de acordo, o franqueador concede aos franqueados uma operação quase pronta, pois além de configurar a empresa, o franqueador treina os seus franqueados em como administrar e ajuda a operá-la.

2.5.1 FRANQUIAS: CASOS DE SUCESSO

2.5.1.1 CAMISETAS DA HORA

Infere-se que conhecer histórias de sucesso é de grande importância, pois elas tendem a despertar o espírito empreendedor que pode estar adormecido e dar impulso para que boas ideias saiam do mundo dos sonhos e se concretizem.

Marcelo Ostia, hoje com 32 anos de idade, era morador das ruas do centro de São Paulo, e quando certo dia dormia em uma vaga de estacionamento ganhou uma camiseta doada por voluntários que o fez despertar para a vida. Nela estava escrito: “As pessoas não falham. Elas desistem”. Percebeu que sua vida precisava de uma mudança, pois estava sendo confundido com um mendigo. Em meio a muitas dificuldades que o desemprego traz, Marcelo Ostia decidiu iniciar seu primeiro negócio próprio na garagem de seus pais. Montou uma copiadora rápida e um dos seus clientes era dono de uma camisaria, o qual convidou Marcelo para uma parceria, cuja função de Ostia seria fazer a arte nas camisetas. Mesmo sem ter conhecimento no ramo, pesquisou bastante, procurou informações, aprendeu o ofício e aceitou a proposta (PORTAL MEI, s.d.).

De acordo com o Portal MEI (s.d.), passado algum tempo, quando o empreendimento começava a alavancar, a empresa de seu cliente faliu e ele ofereceu seus equipamentos à venda para Marcelo Ostia. O empreendedor agora teria que aprender a estampar camisetas, fazer banners, faixas, cartazes. Esse era mais um desafio que teve de superar com a compra da gráfica. No entanto, mais tarde, essa empresa também veio a falir, mas não fez o empreendedor desistir. Agora começava uma nova etapa: produzia camisetas e as vendia pela internet, no mercado livre e a entrega era feita pelos correios. No ano de 2004 pagou R\$ 300,00 (trezentos reais) por uma página personalizada na Internet e criou a marca “Camisetas da Hora”, onde o cliente entra no site, escolhe a camiseta que quer, cria sua estampa, customiza a seu gosto e logo em seguida o produto é enviado para o seu endereço a partir de R\$ 28,90 (vinte e oito reais e noventa centavos) cada. O prazo de entrega é de mais ou menos quatro dias depois do pedido.

A partir de então a Camisetas da Hora teve um crescimento exponencial. Hoje conta com um faturamento mensal de R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais), são vendidas oito mil camisetas por mês, através das 834 franquias online, um quiosque de vendas físicas em Itapevi (SP), um furgão que roda pelo Brasil afora vendendo as camisetas em diversos eventos e a inauguração da primeira loja física em Araraquara, também em São Paulo. Além de ver seu negócio prosperando a cada dia e devido ao sucesso como um franqueador que começou do nada, Marcelo Ostia, ex-morador de rua, atualmente é solicitado para dar depoimentos de sua história empreendedora em vários canais de comunicação (PORTAL MEI, s.d.).

Tudo funciona de maneira online. Com um investimento inicial de R\$ 6.500,00 (seis mil reais) o franqueado recebe uma loja virtual da Camisetas da Hora, suporte técnico e administrativo, domínio virtual por um ano, estoque com dez unidades e poderá atingir um faturamento bruto mensal de R\$ 22.500,00 (vinte e dois mil e quinhentos reais), um lucro líquido de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) por mês, sendo o

prazo de retorno do investimento previsto em três a quatro meses (PORTAL MEI, s.d.).

2.5.1.2 CACAU SHOW

Observa-se que a história do surgimento da empresa Cacau Show não é diferente de todas as demais que também alcançaram o sucesso por meio do empreendedorismo criativo e persistente.

Alexandre Tadeu da Costa, filho de um tecelão e de uma vendedora de cosméticos a domicílio, começou a manifestar seu espírito empreendedor aos 17 anos de idade, quando por ocasião da Páscoa em 1988, surgiu a ideia de revender chocolates. A primeira encomenda feita pelos seus clientes foi de dois mil ovos no tamanho de 50 gramas, mas daí surge o primeiro obstáculo: a fábrica rejeitou esse pedido pelo fato de não haver condição de produzir os ovos com esse peso. Para não deixar seus clientes na mão e não descumprir com o compromisso assumido comprou todo o material necessário e contratou os serviços de uma senhora que já fazia chocolates caseiros. Para dar conta do recado e entregar o pedido no prazo prometido, trabalhava 18 horas diariamente, durante três dias. Por meio dessa experiência surgiu a oportunidade de explorar o mercado de chocolates artesanais, pois percebeu que o mesmo era carente nessa área. Com o lucro de US\$ 500,00 (quinhentos dólares) em média, de sua primeira venda, surge com esse capital, a empresa Cacau Show, localizada em uma sala da empresa de seu pai, no bairro Casa Verde, na cidade de São Paulo (SUA FRANQUIA, 2015).

Segundo o portal Sua Franquia (2015), o empreendedor tem orgulho em dizer que sempre trabalhou com recursos próprios, reinvestindo os lucros no negócio, sem lançar mão do capital de terceiros ou de bancos. No início, as dificuldades eram muitas e o processo produtivo era muito precário. Ao mesmo tempo em que produziam, ele e um amigo, vendiam a produção em padarias e lanchonetes e alguns revendedores que recebiam comissão para efetuarem vendas domiciliares. Logo percebeu que precisava mudar o sistema de distribuição, extinguindo a modalidade de comissão de venda domiciliar, pois onerava em muito o seu custo. Sem intermediários, optou em atender diretamente em pontos de vendas como lanchonetes e bares. Costa diz que a experiência de sair vendendo pessoalmente trouxe-lhe um vasto conhecimento de vendas: conhece o mercado e o perfil dos consumidores, está sempre atento às dificuldades e oportunidades que surgem, tem condições e capacidade para treinar e preparar seus vendedores para melhor alcançar as metas.

Com o negócio evoluindo, precisou se aperfeiçoar nas informações técnicas: fabricação, conservação, embalagem, divulgação, e tudo mais. Buscou se atualizar sempre, fazendo cursos diversos, tanto os ofertados por grandes fornecedores como àqueles voltados para donas de casa. No ano de 1992, especificamente no período de verão, a Cacau Show passou por um período imprevisível de sazonalidade e as vendas caíram acentuadamente. O consumo de chocolate diminuiu consideravelmente e o produto parou de girar nos pontos de venda, acarretando sua deterioração, e todos tiveram que ser trocados sem nenhum custo para os varejistas. A crise bateu na porta da empresa porque as despesas cresceram muito, mas, como bom empreendedor, Costa viu oportunidade em meio ao risco, e com as

festas de fim de ano se aproximando, teve a brilhante ideia de fabricar panetones e vendê-los, juntamente com seus chocolates em feiras de Natal. Essa é outra característica do empreendedor de sucesso: mudar rapidamente sua estratégia de oferta ao mercado para driblar os problemas e gerar lucros à empresa (SUA FRANQUIA, 2015).

No final do ano de 2001, foi instalada na cidade de Piracicaba, interior de São Paulo, a primeira loja e em 2002 contava com 18 pontos de venda, todos com um mesmo padrão arquitetônico e administrativo. A Cacau Show cresceu e em 2005 recebeu pela Editora Globo em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, o prêmio de melhor franquia do ano na sua categoria e logrou o selo de Excelência em Franchising. (SUA FRANQUIA, 2015).

Atualmente a Cacau Show possui 700 franquias no território brasileiro e quatro fábricas: em Itapevi (SP), Campos do Jordão (SP), São Paulo (SP) e Curitiba (PR) e tem em seu portfólio, 250 variedades de produtos que satisfazem a diversos gostos e com vendas constantes em todo o ano, que são aquecidas nas datas comemorativas. A marca Cacau Show tornou-se referência no mercado brasileiro devido ao espírito empreendedor de seu idealizador (SUA FRANQUIA, 2015).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O melhor negócio que o empreendedor pode fazer é buscar a formalização de seu empreendimento, pois atuar em desconformidade com a Lei é a primeira barreira que o empresário encontra.

Observando o exposto no decorrer da pesquisa, entende-se que o empreendedorismo é o elemento articulador no processo de construção de novas empresas. Os indivíduos possuem desejos que por sua vez necessitam de condições para se efetivarem e o desenvolvimento dessas necessita da sinergia entre os sujeitos e o ambiente em que estão inseridos.

Entende-se que o sucesso das organizações, bem como dos microempreendedores, que transformam sua empresa em um grande negócio não surge por acaso, por sorte ou mesmo por esforço de terceiro, mas sim do sacrifício pessoal, dedicação, persistência, um desejo incondicional de sair da informalidade ou da condição de empregado em função do sonho de se tornar dono da própria empresa. Também pode ser evidenciado que essas pessoas ao longo dos estágios de seu empreendimento não se acomodam, buscam o crescimento e o desenvolvimento pessoal. Elas descobrem que não basta apenas o retorno financeiro, mas que o conhecimento é fundamental para que a organização continue a prosperar.

Com o intuito de fomentar a economia brasileira, podem ser observadas ações governamentais no sentido de promover o surgimento de novas empresas, surgem resoluções e leis que desburocratizam a vida do empreendedor, como é o caso da Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, que formaliza novas organizações que gerem emprego e renda para a população. O MEI é um exemplo de ações com esse objetivo, pois através dele muitos empreendedores saem da informalidade e conquistam vantagens para seu negócio.

Em alguns casos, a junção dos benefícios de ser MEI aliados ao esforço do agente proporciona a empresa um crescimento grandioso ao ponto de se tornar uma referência de negócio.

Diante dos argumentos expostos, pode-se concluir que a criação dessa nova figura jurídica, o MEI, menos burocratizada, de fácil inscrição e com várias vantagens, tem contribuído para o aumento do número de empreendedores no cenário brasileiro, além de ser uma porta que se abre para os menos favorecidos.

Em meio à numerosa estatística de registrados, há aqueles que iniciam um novo negócio como uma escolha de pôr em prática um sonho ou uma nova ideia, buscando a autorrealização; e há outros, que por falta de opção e devido às constantes demissões ocasionadas pelo aumento no grau de exigência das empresas por candidatos cada vez mais qualificados, são levados a enfrentar uma nova realidade para obter o sustento.

Aquele que é empreendedor, seja por escolha ou por falta de escolha, também é capaz de exteriorizar a principal característica do empreendedor: transformar uma dificuldade em uma grande oportunidade. Em ambas as situações, a flexibilidade e a perseverança devem fazer parte de seu estilo de vida, a fim de que possa enfrentar com ousadia os obstáculos de um mercado turbulento, com um grande número de empresas concorrentes já estabelecidas e com mudanças que ocorrem rápida e constantemente devido ao avanço da tecnologia.

O empreendedor de visão inicia sua empresa como um micro, mas não se conforma em permanecer por muito tempo nessa condição. Considera essa qualificação apenas como uma porta de entrada e tem por alvo ser um empreendedor de sucesso e encara as dificuldades não como barreiras, mas como impulsos para atingir seu objetivo, pois nota-se que muitos iniciam um negócio e até incham os índices, mas somente permanece e perpetua aquele que realmente é um empreendedor.

O verdadeiro empreendedor procura inovar seu negócio, recicla seus produtos e serviços constantemente, conhece as necessidades e desejos de seus clientes, além de ser capaz de analisar o mercado melhor do que qualquer economista, pois não há nada melhor do que o dia a dia dos ambulantes, o contato personalizado com o consumidor e um mercado de altas e baixas para preparar um microempreendedor para ser um grande empreendedor ou até mesmo um franqueador de sua marca, como nos casos apresentados.

4 REFERÊNCIAS

1 BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

2 DEGEN, Ronaldo Jean. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. 8. ed. São Paulo: Makron Books, 1989.

3 DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

4 FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas.** São Paulo: Cengage Learning, 2008.

5 LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; PISA, Beatriz Jackiu. **Administrando micro e pequenas empresas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

6 PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Definição do Microempreendedor Individual – MEI.** [s.l.]. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

7 _____. **Lista completa de atividades permitidas ao MEI.** [s.l.]. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual/atividades-permitidas/lista-completa-de-atividades-permitidas-ao-mei>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

8 PORTAL MEI. **Marcelo Ostia - De morador de rua a empresário.** [s.l.]. Disponível em: <<http://www.portalmei.org/marcelo-ostia-de-morador-de-rua-a-empresario/>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

9 SEBRAE. **Como funcionam as franquias.** [s.l.]. Disponível em: <<http://www.sebraepr.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Como-funcionam-as-franquias>>. Acesso em 06 nov. 2015.

10 _____. **Curso de formação de agentes de orientação empresarial do programa Negócio a Negócio.** Brasília/DF. Universidade Corporativa Sebrae, 2012.

11 _____. **MEI sou dono do meu negócio.** Espírito Santo: s.ed., 2014.

12 _____. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil.** [s.l.]. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/Micro-e-pequenas-empresas-geram-27%25-do-PIB-do-Brasil>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

13 _____. **Oportunidades e negócios.** [s.l.]. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/717dbd612a0ae8c06e681085e2059f40/\\$File/4529.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/717dbd612a0ae8c06e681085e2059f40/$File/4529.pdf)>. Acesso em: 06 nov. 2015.

14 _____. **Passo a passo para a formalização do MEI.** [s.l.]. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Passo-a-passo-para-a-formaliza%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

15 _____. **Perfil do microempreendedor individual 2013.** [s.l.]. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/ebb82ea6cddbacde43591ec5b7302141/\\$File/4582.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/ebb82ea6cddbacde43591ec5b7302141/$File/4582.pdf)>. Acesso em: 06 nov. 2015.

16 _____. **O que é ser MEI.** [s.l.]. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/Microempreendedor-Individual-conta-com-o-Sebrae>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

17 SUA FRANQUIA. **Cacau Show.** [s.l.]. Disponível em: <<http://www.suafranquia.com/historias/cacau-show.html>>. Acesso em: 06 nov. 2015.