

EMPREENDEDORISMO INDIVIDUAL: FATORES DA INFORMALIDADE NA FEIRA LIVRE DE ITABAIANA-SE

Iracelmo Matos dos Santos¹
Gracyanne Freire de Araújo²
Ludmilla Meyer Montenegro³
Adeilson Freire dos Santos⁴

Resumo: A proposta deste estudo foi analisar os motivos que levam os feirantes da feira livre de Itabaiana a permanecerem na informalidade e não aderirem à Lei do Microempreendedor Individual. Direcionada por este objetivo, a pesquisa foi de natureza quantitativa do tipo descritiva, a coleta de dados foi realizada por meio de uma *Survey*, em que foram realizadas 80 entrevistas. Com base nos resultados da pesquisa, foi possível identificar o perfil socioeconômico dos entrevistados, constatando que a maioria é do sexo feminino, estão em uma idade entre 21 e 50 anos, possuem renda média mensal de até 2 salários mínimos e a maioria não tem o ensino fundamental completo. Percebeu-se que grande parte dos entrevistados não se formaliza pelos seguintes motivos: (1) aumento das despesas empresariais; (2) por serem filiados a sindicatos rurais; (3) não terem apoio dos governantes e (4) não possuírem conhecimento sobre a Lei do Microempreendedor Individual.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Microempreendedor Individual. Informalidade. Feira livre.

1 Introdução

A atividade empreendedora tem contribuído para o desenvolvimento econômico de um país ou região, pois tem dado apoio às grandes inovações, além de ser uma fonte de geração de renda e emprego. Baron e Shane (2007) veem o empreendedorismo como um processo de fases distintas, que estão intimamente relacionadas e seguem etapas, tais como: o reconhecimento de oportunidade, ter iniciativas e reunir recursos iniciais.

Nos últimos anos, os países vêm passando por grandes transformações econômicas. Estas transformações vêm seguidas de crises das grandes potências e do crescimento econômico dos países emergentes. Mesmo com o avanço econômico, o Brasil possui muitos problemas que estão presentes na economia. Um destes problemas é a informalidade das empresas, que gera prejuízos financeiros para o governo (SEBRAE, 2013).

A informalidade no Brasil está presente em diversos setores da economia, o que prova que o país ainda não passou por uma transformação completa no seu sistema econômico. Diversos empreendedores, em vários ramos de atividades e serviços, continuam

¹ Graduado em Administração. Egresso UFS. Email: iracelmoadm@gmail.com

² Mestre em Engenharia de Produção. Professora UFS. Email: gracyanne@gmail.com.

³ Doutora em Administração. Professora UFS. Email: ludmilla2907@gmail.com

⁴ Mestrando em Ciência da Propriedade Intelectual. Aluno UFS. Email: adeilsonfreire@gmail.com.

atuando na informalidade, apesar de existirem incentivos, como a criação da Lei do Microempreendedor.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (SEBRAE, 2013), atualmente em Sergipe, tem crescido o número de microempreendedores individuais. Em 2012, cerca de seis mil microempreendedores saíram da informalidade. Itabaiana tem uma economia muito significativa no Estado de Sergipe, tanto no seu mercado formal como no informal. A cidade está situada na região agreste do Estado, e é fortalecida com a presença de consumidores das cidades circunvizinhas que realizam suas compras e utilizam os serviços ofertados pela cidade. Segundo França et al. (2007), Itabaiana é o maior centro comercial do interior do Estado. Além de ser um grande distribuidor de diversos produtos para outras cidades, é também fortalecido pela economia agrícola (na produção de hortifrúti) se tornando um dos maiores exportadores do Estado desses produtos para todo Brasil.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: além desta introdução, discorre sobre a fundamentação teórica utilizada e faz uma articulação entre Empreendedorismo, Mercado Individual e Informal; um breve contexto sobre a Feira Livre de Itabaiana; apresenta os procedimentos metodológicos, e, por fim, com base na análise dos dados, traz os resultados da pesquisa, algumas considerações finais e as referências.

2 Referencial Teórico

2.1 Empreendedorismo

O termo empreendedorismo vem sendo discutido pela sociedade e pelo meio acadêmico por conta da grande contribuição que o tema traz para o desenvolvimento econômico mundial, em um cenário de constantes mudanças econômicas (Chér, 2008). Isso mostra a importância do empreendedorismo na evolução e no desenvolvimento de uma comunidade e que, sem a presença dos empreendedores, a economia não se desenvolve com tanta facilidade.

O empreendedorismo é caracterizado por Dornelas (2005) como o envolvimento de pessoas e processos, que em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. Tal conceito tem mostrado que o tema é um grande aliado no desenvolvimento econômico de um país ou região, pois dá apoio à maioria das inovações, possibilitando o crescimento, a geração de renda e de empregos.

O empreendedorismo é também definido como etapas de um processo que se locomovem por fases distintas, que estão interligados com seguintes atributos: tomar conhecimento das oportunidades, reunir recursos, lançar novo empreendimento e aproveitar as recompensas, ou seja, uma técnica desenvolvida ao longo do tempo, que reconhece oportunidades e desenvolve ações que as explorem (Baron & Shane, 2007).

Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM (2012), o empreendedorismo é definido como qualquer experiência de criação de um novo negócio, caracterizando-se por ser uma atividade autônoma que promova a criação de uma nova empresa ou viabilize a expansão de um negócio que já exista.

Organizadores:



ANEGEPE
Associação Nacional de Estudos
em Empreendedorismo e Gestão
de Pequenas Empresas

Realizadores:



A temática do empreendedorismo é bastante complexa, de modo que os especialistas o conceituam de maneiras diferentes. Há uma diversidade de autores e órgãos que tratam sobre o tema e, pode-se inferir que todos seguem uma linha de raciocínio básica: trazem, na definição de empreendedorismo, a noção do ato de inovar, criar ou aperfeiçoar algo já existente.

2.2 Microempreendedor Individual

Em 19 de Dezembro de 2008 foi instituída a Lei Complementar nº 128/2008 que regulamenta e implementa ações e condições especiais para que o trabalhador informal possa se tornar um Microempreendedor Individual Legalizado (Portal do Empreendedor, 2013). A criação dessa nova lei está contribuindo para a diminuição do mercado informal na economia brasileira, trazendo facilidades para que os pequenos comerciantes possam ser legalizados no mercado.

O Microempreendedor Individual – MEI é definido pelo Portal do Empreendedor (2013) como a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser um Microempreendedor Individual, é necessário que a empresa ou o pequeno negócio fature até R\$ 60.000,00 por ano e não tenha participação em outra empresa como sócio ou titular. O pequeno empresário, para se enquadrar no MEI, também pode ter um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria.

O Microempreendedor Individual será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos Tributos Federais como: Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI, CSLL. Apenas efetuará o pagamento mínimo mensal em relação aos impostos cobrados pelo Governo que poderá variar entre R\$ 37,20 a R\$ 42,20, de acordo com a escala definida pelo sistema de Tributação Nacional (Portal do Empreendedor, 2013).

Com a diminuição da carga tributária, o governo objetiva retirar comerciantes, ambulantes, feirantes, autônomos e prestadores de serviços em geral da informalidade, mesmo com essa carga de impostos baixa, o governo terá sua fatia de recursos.

2.3 Mercado Informal

Nas últimas décadas, o mercado brasileiro passou por diversas mudanças. Sendo uma dessas, o fortalecimento do comércio e dos serviços informais. Esse fortalecimento se dá devido ao surgimento de um novo perfil de consumidor, que busca mercadorias e serviços mais baratos e com facilidade de acesso. Com isso, o mercado informal ganha espaço e promove uma incômoda concorrência para os comerciantes que estão formalizados.

É comum a presença de camelôs, vendedores ambulantes e barraqueiros que disputam espaços e lutam por clientes no comércio. Esses comerciantes informais costumam se localizar onde o comércio formal é forte, muitas vezes invadem zonas não permitidas pelo Estado e se disseminam pelo entorno dos centros comerciais.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2013), a população econômica brasileira que trabalha por conta própria, que são aquelas pessoas que trabalham em seu próprio empreendimento, são 19.212.785 que corresponde a 10% das

Pessoas Economicamente Ativa (PEA), que hoje no Brasil são cerca de 105.335.713 milhões de pessoas.

De acordo com a revista Pequenas Empresas e Grandes Negócios (2012), a informalidade no Brasil caiu nos últimos 17 anos. Segundo os dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em 2002, 56% da população economicamente ativa trabalhava na informalidade. Já em 2009, esse número caiu para 46%. Essa redução ocorreu devido ao crescimento da economia e às políticas governamentais voltadas para o combate da informalidade no Brasil.

2.4 A Feira de Itabaiana

O município de Itabaiana está localizado no agreste do Estado de Sergipe e, de acordo com o IBGE (2012), a cidade tem uma população aproximada de 86.967 habitantes e seu Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* corresponde à R\$ 7.629,91 reais. Sendo, com isso, um dos municípios de maior relevância comercial no Estado de Sergipe. Além disso, o município de Itabaiana possui cerca de 1.655 empresas registradas, o que ressalta a importância desta cidade no cenário econômico da região.

No município acontece uma das maiores feiras livres do Estado. De acordo com a Secretaria de Indústria e Comércio (2014), a feira possui cerca de 450 feirantes comercializando seus produtos.

A Feira de Itabaiana é considerada uma atividade comercial atrativa por dois motivos: (1) o preço baixo das mercadorias ofertadas e (2) a grande variedade de produtos como: cereais, raízes, frutas, derivados de leite, peixe, mariscos, confecções, calçados e miudezas em geral.

3 Metodologia

Este estudo utilizou um modelo analítico quantitativo e descritivo. É quantitativo porque dispõe estaticamente de variáveis definidas. Segundo Creswell (2011), em uma pesquisa quantitativa o pesquisador deverá declarar a teoria que será testada, as variáveis e a relação ou comparação que estas possuem.

Segundo Richardson (2007), o método quantitativo se caracteriza pelo emprego da quantificação tanto na coleta dos dados como na análise dos dados, ocorrendo por meio de técnicas estatísticas, de percentual, média, desvio padrão, coeficiente de correlação e análise de regressão. Esta pesquisa usou as técnicas percentual e média.

O estudo é descritivo, pois seu objetivo foi descrever os motivos pelos quais os feirantes do Município de Itabaiana/SE continuam na informalidade. Os estudos descritivos são aqueles que objetivam a exposição das características de determinada população ou fenômeno, além da identificação da relação entre variáveis (Gil, 2010; Vergara, 2008).

De acordo com Hair Jr., Babin, Money & Samouel (2005), as pesquisas descritivas são estruturadas para evidenciar as características descritas em uma determinada pesquisa. Esta pode fornecer ao indivíduo um panorama ou uma descrição dos elementos estudados em um dado momento sócio/histórico demarcado em determinada época. Este tipo de estudo também se caracteriza por fornecer dados transversais, ou seja, quando as medições são feitas

num único momento. Neste caso, esta pesquisa descreve todo o perfil socioeconômico dos entrevistados além de relatar todos os motivos que contribuíram para estes feirantes permanecerem na informalidade.

A coleta de dados ocorreu por meio de uma *Survey*, que se caracteriza pela obtenção de dados ou informações, características, opiniões ou ações de um determinado grupo de pessoas. Geralmente, neste estilo de pesquisa usa-se, em sua busca de informações, um questionário ou entrevista semiestruturada (Freitas, Oliveira, Saccol & Moscarola, 2000). O estudo buscou informações e dados com aplicação de entrevistas na feira livre e se caracterizou como uma pesquisa *Survey*.

Para Hair Jr. et al. (2005), a *Survey* é um procedimento realizado para desenvolver coleta de dados primários a partir da colaboração dos indivíduos/informantes. Estes dados podem ser: crenças, opiniões, atitudes, estilos de vida, informações gerais sobre indivíduos, bem como características de uma empresa, como lucro e números de funcionários, que foi o caso dos entrevistados da feira livre de Itabaiana.

Quanto ao universo, entende-se que é um conjunto de elementos com características comuns (Vergara, 2008; Malhotra, 2012). Com isso, o universo desta pesquisa foi de 450 feirantes da feira livre de Itabaiana, dados esses fornecidos pela Secretaria de Indústria e Comércio (2014) tendo como foco apenas os que não são formalizados.

A amostra segundo Vergara (2008) é a parte do universo escolhida segundo algum critério de representatividade. Já Malhotra (2012) define que amostra é o subgrupo dos elementos do universo, selecionados para fazer parte do estudo. Neste ínterim, atentou-se para a semelhança conceitual entre os estudiosos, de modo que tais conceptualizações serão adotadas pelo estudo. De sorte, a amostra desta pesquisa foi definida pelo critério não-probabilístico, acrescentando as colocações de Hair Jr. et al. (2005), para quem a seleção dos elementos é feita de forma não estatística e sim por métodos subjetivos como: conveniência, experiência pessoal e conhecimento especializado.

A amostra desta pesquisa foi subdividida em duas partes. A primeira foi por conveniência, que segundo Hair Jr. et al. (2005), é aquela onde o pesquisador sente que o indivíduo tende a participar daquela pesquisa; a segunda parte foi por acessibilidade que, para Vergara (2008), é quando o pesquisador tem mais chance de chegar até o entrevistado. A amostra foi feita com 80 partícipes da feira livre de Itabaiana, sendo que destes 80 foram usados 10 como pré-teste para avaliar adequação da entrevista, de modo que a entrevista foi aplicada em todos os tipos de comercialização, em diversas partes da feira, para que a pesquisa tivesse maior abrangência do território ocupado.

Os dados foram coletados a partir de uma entrevista, utilizando-se de um roteiro com perguntas abertas e fechadas. Este roteiro entrevista foi composto de 3 partes a primeira parte tratou do perfil socioeconômico dos entrevistados; a segunda parte tratou dos motivos da informalidade e a terceira parte do nível de conhecimento da Lei do Microempreendedor Individual. A entrevista foi realizada pelo pesquisador no ponto de comercialização dos feirantes.

Após a fase de coleta de dados e com as informações obtidas entrevistas, foram utilizadas ferramentas do Excel e do Word para organização, tabulação e demonstração dos dados que facilitaram a elaboração da análise dos resultados.

As variáveis são partes necessárias de um trabalho quantitativo e descritivo e esse estudo possui essas características. Por isso, se faz necessária a exposição das variáveis aqui utilizadas. Consoante Richardson (2007), qualquer estudo científico, seja descritivo ou explicativo, contém variáveis que devem ser apresentadas no estudo.

Kerlinger (2009) defende que a variável é uma coisa que muda, que tem valores diferentes. Geralmente as variáveis indicam números que serão alcançados e podem gerar conceitos e constructos. De acordo com Marconi e Lakatos (2008), uma variável pode ser considerada como uma classificação ou medidas, quantidades, que variam. Conceito operacional que apresenta valores, aspectos ou propriedades; discernível em um objeto de estudo e de possível mensuração.

Para uma melhor compreensão dos objetivos, das variáveis e dos indicadores, foi elaborado um quadro, que auxiliou na elaboração do roteiro de entrevista.

Quadro 1. Objetivos, Variáveis e Indicadores da Pesquisa

OBJETIVO	VARIÁVEL	INDICADOR
Traçar o perfil socioeconômico dos empreendedores informais	Perfil socioeconômico	- Sexo; - Idade; - Contexto educacional; - Ramo ou atividade; - Tempo de atuação.
Investigar quais os motivos que os levam a manter na informalidade	Motivos da Informalidade	- Carga tributária; - Falta de Apoio dos Governantes; - Burocracia; - Falta de informações; - Sindicatos rurais.
Avaliar o nível de conhecimento dos entrevistados sobre a Lei do Microempreendedor Individual	Nível de conhecimento	- Conhecimento; - MEI; - Vantagens; - Desvantagens.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nas características do campo de pesquisa (2014).

Com esses recursos utilizados na pesquisa, tornou-se prático desenvolver tanto a teoria como a pesquisa de campo, bem como facilitou a análise dos dados, ajudando a transmitir da melhor forma os resultados obtidos.

4 *Análise e Discussão dos Resultados*

A primeira parte da análise descreve o perfil socioeconômico dos entrevistados; na segunda parte, foi feita a explanação dos motivos que levaram os feirantes a permanecerem na informalidade; e na terceira parte, discutiram-se os conhecimentos demonstrados pelos entrevistados da feira livre de Itabaiana em relação à Lei do Microempreendedor Individual.

Na composição dos dados foram contactados 135 (cento e trinta e cinco) informantes, sendo que destes, 55 (cinquenta e cinco) não aceitaram participar da pesquisa e 80 (oitenta) aderiram à entrevista.

Perfil Socioeconômico

Para melhor elucidação do perfil socioeconômico dos indivíduos entrevistados nesta pesquisa, foi elaborada uma tabela para visualizar as suas principais características. Apenas foram destacados os percentuais de maior relevância, que apresentaram maior expressividade nos resultados obtidos.

Tabela 1. Perfil Socioeconômico dos Entrevistados

ITENS		FREQUÊN CIA	PORCENTAGE M %
Sexo			
Feminino		68	85%
Masculino		12	15%
Idade			
De 21 a 30 anos		21	26%
De 31 a 40 anos		18	23%
De 41 a 50 anos		21	26%
Estado Civil			
Solteiro		32	40%
Casado		41	51%
Grau de Escolaridade			
Ensino	Fundamental	41	51%
incompleto			
Ensino	Fundamental	12	15%
completo			
Ensino Médio incompleto		8	10%
Ensino Médio completo		9	11%

Fonte: Elaborada pelos autores com base na Pesquisa de Campo (2014).

A partir dos dados expostos na Tabela 1, vale destacar que as mulheres estão mais presentes na feira de Itabaiana, representando 85% das pessoas entrevistadas na pesquisa. Isso mostra a tendência de crescimento do empreendedorismo feminino na região. De acordo com a revista Exame (2014), 52% dos empreendedores iniciais brasileiros são do sexo feminino, o que pode justificar os dados coletados na pesquisa sobre a predominância das mulheres na feira livre.

Outro dado relevante na Tabela 1 diz respeito à idade dos entrevistados. Cerca de 75% deles estão entre 21 e 50 anos. Sob este viés, a amostra possibilita entender que os empreendedores informais da feira livre de Itabaiana estão imersos na população economicamente ativa do país.

Na pesquisa em questão, observou-se que 51% dos entrevistados são casados ou vivem em união estável. Correlaciona-se tal fato com o relatório da pesquisa do Mercado Informal Brasileiro de acordo com o Sebrae (2013), em que 59% dos entrevistados afirmam ser casados ou viver em união estável. Com isso, destaca-se a similaridade dos percentuais das duas pesquisas (a pesquisa Nacional e a realizada na feira livre de Itabaiana com os empreendedores informais).

Os empreendedores informais da feira livre de Itabaiana passaram poucos anos na escola. O quantitativo de 51% dos entrevistados revela que a maioria dos empreendedores não chegou a concluir o ensino fundamental. Esta estatística evidencia o baixo grau de instrução, fato que pode dificultar o acesso dos indivíduos aos recursos e benefícios direcionados para os pequenos empreendedores. Apesar disso, destaca-se que há pessoas com o nível superior que estão atuando na feira livre de Itabaiana.

Os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio – PNAD (IBGE, 2012) declaram que no Brasil cerca de 33,5% da população brasileira não concluiu o ensino fundamental. Destacou-se o enquadramento dos entrevistados na feira do município de Itabaiana/SE no contexto do PNAD.

Identificou-se que a maioria dos feirantes entrevistados (56%) não possui renda superior a dois salários mínimos. Isso confirma o enquadramento dos feirantes na Lei do Microempreendedor Individual. De acordo com o Portal do Empreendedor (2013), a Lei do MEI especifica que estes devem ter um faturamento máximo de R\$ 60.000,00 mil por ano. E usando-se dos dados, a média anual de faturamento dos feirantes de Itabaiana é de dezessete mil e trezentos e setenta e seis reais (R\$ 17.376,00), não ultrapassando o limite determinado na Lei.

Deve-se levar em conta os dados do censo do IBGE (2010), em que 32,7% da população brasileira tem rendimentos de um salário mínimo mensal, comprovando que o município de Itabaiana também faz parte dessa realidade, pois cerca de 56% dos entrevistados em Itabaiana possuem faturamento mensal de até um salário mínimo.

É importante ressaltar o grande número de feirantes que atua no ramo de confecções e calçados. Na amostragem feita neste trabalho, 40% dos entrevistados desempenham atividades relacionadas a vestuário. O espaço físico ocupado pelas bancas que comercializam peças de vestuário é bastante significativo, com uma grande variedade e diversidade de peças, para todos os gostos e estilos.

Segundo Viana (2013), o Brasil possui o maior mercado de vestuário da América do Sul, com US\$ 42 bilhões em vendas devido ao maior crescimento da classe média brasileira

que vem tendo um maior poder financeiro de compra. Isso demonstra que não só em Itabaiana, mas na América do Sul como um todo, o ramo de confecções e calçados é forte e crescente. Outro fato importante são as pequenas fábricas de calçados presentes em Itabaiana. Boa parte das mercadorias produzidas por elas é direcionada para a feira local (como destacaram alguns comerciantes do ramo).

No rol dessas atividades, vale destacar ainda um grande número de feirantes de hortifrutigranjeiros, que se espalha por uma vasta área do espaço físico da feira. Neste estudo, eles representam 34% da população amostral, sendo de significativa importância para a economia local, pois estes feirantes muitas vezes são produtores de seus próprios produtos de comercialização.

Esse número de 34% dos feirantes hortifrutigranjeiros é muito expressivo, pois como afirma França et al. (2007), Itabaiana é um dos grandes distribuidores de diversos produtos agrícolas para outras cidades e Estados do nordeste. Com essa vasta diversidade de produtos, muitos feirantes são instigados a atuar nesse ramo de atividade.

4.1 Motivos da Informalidade

Dentre os feirantes entrevistados, apenas 5% atua de maneira informal há menos de 1 ano e 24% dos informantes desempenham suas atividades na informalidade num período entre 1 e 5 anos. Atentou-se, ainda, para o percentual de 32% dos entrevistados que atuam na informalidade num período de 11 a 20 anos. Destacou-se, também, que 8% estão em situação de informalidade por um período acima de 31 anos.

Vale destacar que, ao serem perguntados sobre o tempo de atuação na feira livre de Itabaiana e sobre o tempo em que estão em situação informal, observou-se que as respostas dos entrevistados são similares, ou seja, o tempo de trabalho e de informalidade coincide em boa parte das respostas dadas. Inferiu-se, com tal assertiva, que esses feirantes iniciaram sua vida no comércio informal na feira livre de Itabaiana.

Quando questionados acerca dos motivos que os levam a permanecer na informalidade, os feirantes responderam, em sua maioria (24%), que permanecem na informalidade porque preocupam-se com o aumento das despesas e dos custos empresariais. Em segundo, com o percentual de 24% dos entrevistados, a filiação dos entrevistados a sindicatos de trabalhadores rurais (18%), o que não permite o registro da empresa; e em terceiro lugar, a falta de apoio dos órgãos municipais, estaduais e federais (12%). De acordo com os feirantes, essas instâncias governamentais não motivam a criação de políticas públicas voltadas para o engajamento deles no mercado formal, de modo que a falta de informação sobre as políticas e os programas já existentes colabora para a situação da informalidade dos feirantes.

Com a formalização, também vêm os custos com contador, com elaboração de contrato social, registro na junta comercial, Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ junto à Receita Federal e cadastro na prefeitura. Todo esse processo gera custos aos pequenos comerciantes. Além das despesas citadas, acrescenta-se a parte tributária, em que são cobrados altos impostos, gerando ainda mais gastos.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário – IBPT (2014), o Brasil está entre as trintas nações que mais cobram impostos do mundo e com esse grave problema do governo Brasileiro, muitos comerciantes preferem continuar na informalidade.

A cidade de Itabaiana possui uma forte plantação de produtos irrigados. Na área da agricultura, como afirmam França et al. (2007), muitos agricultores vão até a feira para comercializar seus produtos e geralmente estão filiados ao sindicato dos trabalhadores rurais de Itabaiana. Eles afirmam que, com a formalização, perdem alguns direitos da aposentadoria pelo Fundo Rural e, por isso, preferem continuar no mercado informal.

É importante ressaltar que a maioria dos entrevistados (84%) não possui nenhuma dificuldade em tocar seu negócio por estar no mercado informal, não sofre nenhuma interferência na gestão e nem enfrenta problemas com os órgãos fiscalizadores. Já a minoria dos entrevistados (16%), afirmou encontrar dificuldades por estar no mercado informal. Dentre os principais problemas destacados pelos entrevistados, ressaltam as dificuldades relatadas no tocante ao acesso a empréstimos junto a instituições financeiras e para adquirir mercadorias em grandes empresas pelo fato de não possuírem CNPJ.

Outra dificuldade relatada pelos entrevistados diz respeito à concorrência de empresas de grande porte, que estabelecem preços mais baixos e oferecem facilidades nas formas de pagamentos, o que acaba interferindo no desenvolvimento do comércio dos feirantes. Isso promove um enfraquecimento em tais atividades e diminui o desenvolvimento da feira livre de Itabaiana.

Permanecer na informalidade foi a resposta da maioria dos feirantes de Itabaiana (74%). Um grande número dos entrevistados não tem intenção em se tornar feirante formalizado. Apenas 26% dos entrevistados afirmaram ter interesse em se formalizar.

Dentre os argumentos da maioria dos feirantes em situação informal destacam-se os seguintes fatores: aumento das despesas devido ao registrado formal, grande percentual de impostos a serem pagos, falta de políticas voltadas para o pequeno negociante, aposentadoria assegurada através da filiação aos sindicatos rurais, além de não haver maiores problemas com o governo quanto à informalidade. De sorte, estes entendem a informalidade como algo natural e normal.

Os que têm intenção de se formalizarem argumentam que se suas empresas fossem cadastradas e tivessem um registro de CNPJ, este fato os ajudaria a ter mais acesso a empréstimos com taxas de juros mais baixas e garantia de permanência em seu ponto de venda, o que poderia contribuir para seu futuro (no que se refere à previdência) trazendo alguns benefícios como aposentadoria e seguro saúde.

4.2 Nível de Conhecimento da Lei do MEI

Os dados mostram que 69% dos entrevistados não conhecem a lei. Isso comprova a pouca divulgação promovida pelos governos e órgãos competentes que tratam dos microempreendedores. Isso pode ser ressaltado com dados nacionais, com números de uma pesquisa realizada em 2009 pelo Sebrae em conjunto com a empresa Diferencial Pesquisa de Mercado (2009). A pesquisa citada evidencia que 34% dos entrevistados não conhecem a lei do MEI, 52% ouviram falar superficialmente sobre a mesma, 12% possuem algumas

informações sobre a lei e somente 2% dos entrevistados possuem esclarecimentos suficientes sobre a lei.

Dos 31% dos feirantes que afirmam conhecer a Lei do MEI, boa parte traz pouquíssimos esclarecimentos sobre ela. Apenas ouviram falar através de televisão, rádio, internet ou por outras pessoas que conhecem a lei. Isso mostra que os comerciantes que realmente podem ser beneficiados com esta Lei do governo não possuem informações suficientes para se formalizarem através dela.

5 Considerações Finais

A pesquisa realizada na feira livre de Itabaiana traz um retrato da informalidade no município. Apresenta um pouco do crescimento do empreendedorismo feminino no Brasil, saindo do universo em que predominavam as pessoas do sexo masculino, despontando a força da mulher no século XXI diante de todos os setores da economia, tanto formal como informal, sendo que Itabaiana segue essa tendência nacional.

É de grande importância ressaltar o baixo nível de escolaridade dos feirantes entrevistados na feira livre de Itabaiana. Trazendo à baila que a educação no Brasil ainda não é levada a sério, tanto pela sociedade como pelos governantes; é um ponto de reflexão para os brasileiros numa sociedade que almeja ser bem sucedida economicamente.

A renda mensal dos feirantes pesquisados está na média de 2 salários mínimos. Remete, então, que todos se enquadram na lei do Microempreendedor Individual.

Destaca-se que os ramos de atividade mais fortes e presentes na feira de Itabaiana são os de confecções e calçados, seguidos pelo de hortifrutigranjeiro.

Para Dornelas (2007), o perfil dos empreendedores brasileiros vem passando pelo processo de transformação e Itabaiana se enquadra nesse processo de desenvolvimento do empreendedorismo, mudança do perfil empreendedor, como demonstram os resultados desta pesquisa realizada na feira local.

A partir das respostas alcançadas nesta pesquisa, destacou-se que os motivos da situação da informalidade em Itabaiana, mais especificamente na feira livre da cidade, são decorrentes das seguintes questões: aumento das despesas e dos custos empresariais, impostos e encargos, por muitos estarem filiados ao sindicato dos trabalhadores rurais e também por falta de apoio dos governantes. Isso mostra que ainda existem motivos que levam os comerciantes a permanecerem atuando na informalidade, como afirma a pesquisa, 74% dos entrevistados não querem se formalizar.

O nível de conhecimento dos entrevistados sobre a Lei do Microempreendedor Individual é surpreendente, pois 69% destes afirmam não conhecerem a Lei que regulamenta o empreendedor individual, demonstrando que os meios de divulgação não estão surtindo os resultados esperados, de modo que a população-alvo da lei não tem conhecimento sobre o assunto.

Desta forma, os objetivos específicos da pesquisa foram alcançados com a coleta e análise dos dados, chegando a conclusão que os feirantes se enquadram na Lei do MEI, que eles têm sérios motivos que os levam a permanecerem na informalidade, e que a sua grande maioria não tem conhecimento acerca da Lei que os beneficia.

Essa pesquisa sugere que os governos, as universidades públicas e privadas, juntamente com o Sebrae, criem políticas públicas e programas que levem o conhecimento não somente ao feirante de Itabaiana, mas a todos os empreendedores informais, visto que a feira de Itabaiana pode representar uma realidade brasileira, salientando a importância da Lei do Microempreendedor Individual.

Em uma conversa informal com os entrevistados depois da realização da pesquisa, explicando sobre a Lei do MEI, eles mostraram-se interessados pelo tema e foi sugerido a estas pessoas que buscassem orientações e informações no Sebrae do município de Itabaiana ou na Secretaria de Indústria e Comércio, bem como no Portal do Empreendedor via internet.

6 Referências

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

CHÉR, R. **Empreendedorismo na veia**: Um aprendizado constante. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

CRESWELL, J. W. **Projetos de Pesquisa**: Método Qualitativo e Quantitativo Misto. (3rd ed.). Porto Alegre: Artmed, 2011.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócio**. (2nd ed.). Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdade do empreendedor de sucesso. (7th ed.). Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

FRANÇA, V. L. A., CRUZ, M. T. S., FONTES, A. L., PINTO, J. E. S DE S., OLIVA, T. A., DANTAS, B. G., SANTOS, L. A., ALMEIDA, J. A. P. **Atlas Escolar de Sergipe Geohistórico e cultural**. (Eds.). João Pessoa: GRAFSET, 2007.

FREITAS, H., OLIVEIRA, M., SACCOL, A. Z., MOSCAROLA, J. O Método de Pesquisa Survey. **Revista de Administração**. 35: 40-55, 2000.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2012**: sumário executivo. <<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2806>>. 07/11/2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. (5th ed.). São Paulo: Atlas, 2010.

HAIR Jr., F. J.; BABIN, B.; MONEY, A., & SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatística do cadastro central de empresas 2006-2011**.

Organizadores:



ANEGEPE
Associação Nacional de Estudos
em Empreendedorismo e Gestão
de Pequenas Empresas

Realizadores:



<<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/temas.php?codmun=280290&idtema=54&search=sergipe/itabaiana/estatisticas-do-cadastro-central-de-empresas-2006>>. 05/11/2013.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. <<http://www.cidades.ibge.gov.br>>. 16/01/2013.

Instituto Brasileiro de Planejamento tributário. **Carga Tributária**. <<http://www.ibpt.org.br>>. 01/08/2014.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: EPV, 2009.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa em Marketing: uma orientação aplicada**. (6th ed.) São Paulo: Atlas, 2012.

MARCONI, M. DE A., LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. (6th ed.) São Paulo: Atlas, 2008.

Pequenas Empresas & Grandes Negócios. **Empreendedorismo**. <<http://revistapegn.globo.com/>>. 31/01/13.

Portal do Empreendedor. **Entenda, o que é?** <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/modulos/entenda/oque.php>> 23/11/2013.

Secretaria de Indústria e Comércio. <<http://www.itabaiana-se.gov.br>> 23/11/2013.

Exame. **Empreendedorismo no Brasil**. <<http://www.exame.abril.com.br>>. 22/07/2014.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. (3rd ed.) São Paulo: Atlas, 2007.

SEBRAE, 2012. **Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas**. Brasília.

SEBRAE. **Características do Empreendedor**. <<http://www.sebrae.com.br>>. 14/01/14.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. (9th ed.) São Paulo: Atlas, 2008.

VIANA, G. **Brasil econômico**. <<http://www.economia.ig.com.br>>. 30/07/2014.

Organizadores:



ANEPEPE
Associação Nacional de Estudos
em Empreendedorismo e Gestão
de Pequenas Empresas

Realizadores:

