



INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR “PRESIDENTE TANCREDO DE ALMEIDA
NEVES”

THIAGO MALTA RODRIGUES

**O PLANO DE NEGOCIOS COMO FERRAMENTA NA CRIAÇÃO DE UM MICRO
EMPREENDEDOR INDIVIDUAL UM ESTUDO DE CASO DA REVENDEDORA DE
GÁS GLP JORGE GUERREIRO**

SÃO JOÃO DEL - REI
2013

THIAGO MALTA RODRIGUES

**O PLANO DE NEGOCIOS COMO FERRAMENTA NA CRIAÇÃO DE UM MICRO
EMPREENDEDOR INDIVIDUAL UM ESTUDO DE CASO DA REVENDEDORA DE
GÁS GLP JORGE GUERREIRO**

Monografia apresentada ao curso de Administração do Instituto de Ensino Superior “Presidente Tancredo de Almeida Neves” – IPTAN – como requisito parcial à obtenção do Título de Bacharel em Administração, sob a orientação do Prof.º Esp. Rafael Luís Resende Pires.

SÃO JOÃO DEL - REI
2013

THIAGO MALTA RODRIGUES

**O PLANO DE NEGOCIOS COMO FERRAMENTA NA CRIAÇÃO DE UM MICRO
EMPREENDEDOR INDIVIDUAL UM ESTUDO DE CASO DA REVENDEDORA DE
GÁS GLP JORGE GUERREIRO**

Monografia apresentada curso de
Administração do Instituto de Ensino Superior
“Presidente Tancredo de Almeida Neves” –
IPTAN – como requisito parcial à obtenção do
Título de Bacharel em Administração.

COMISSÃO EXAMINADORA

Orientador: Prof. Esp. Rafael Luiz Resende Pires

Prof^a.MSC. Clodoaldo Fabrício José Lacerda

Prof. Esp. Monique Terra e Silva

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por ter me dado força, fé, saúde e oportunidades para cumprir essa etapa tão importante em minha vida.

Ao meu orientador, o professor Esp. Rafael Luiz Resende Pires por sua paciência e dedicação.

A todos os professores do curso de Administração pela capacitação, dedicação e preocupação em formarem profissionais capacitados para o mercado de trabalho.

Aos colegas de classe pela cumplicidade e pela dedicação em auxiliarem uns aos outros nas horas necessárias.

E não poderia deixar de agradecer aos meus pais, (Rodrigues e Cristina) a meus avós (Sebastião Margarida e Terezinha), e tias (Maria Auxiliadora, Nazaré, Genilda e Maguida.) por me ensinarem a trilhar sempre o caminho certo e por acreditarem no meu potencial.

E a minha Esposa Taciana Ap. Guedes, por sua compreensão, paciência e dedicação, acreditando sempre em mim e me incentivando e acompanhando na luta pelos meus objetivos.

A todos clientes e amigos, que sempre me prestigiaram com suas escolhas, garantindo assim a minha realização e conquistas.

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por escutar minhas orações e me dar a oportunidade de entrar na faculdade, Ao meu avô Sebastião de Souza Rodrigues por estender suas bênçãos até a mim e especialmente aos meus benfeitores Mauro José Santana Pinto Coelho e Vagner Henrique Moreira pelo apoio e incentivo e por possibilitarem minha entrada na vida acadêmica.

RESUMO

No mundo contemporâneo cada vez mais são criados novas maneiras de produção e comercialização, criam-se uma infinidade de produtos e serviços novos, (físicos ou virtuais), a informática é um exemplo de inovação, a telefonia celular é um exemplo de inovação, inovação esta que geralmente parte de alguém, a partir de uma idéia onde se emprega energia, planejamento e execução. Este trabalho monográfico apresenta as características da identidade deste “realizador de idéias” através de estudiosos do tema empreendedorismo que unanimemente apontam, o empreendedor como fator de extrema importância no que se refere ao desenvolvimento econômico de uma nação, uma vez que empreendedores criam novas fontes de renda, geram empregos, pagam tributos e contribuem para o desenvolvimento local. Reconhecidas as qualidades de empreendedores, países de primeiro mundo passaram a incentivar a atividade empreendedora e com isso, com apoio de instituições de ensino privada e publica de países como Inglaterra e E.U.A passaram a pesquisar a atividade empreendedora no mundo, com ajuda de instituições governamental e privada locais, a pesquisa tem intuito de obter informações para se discutir políticas publicas, para estimular a criação de novos empreendimentos, buscando assim diminuir as desigualdades sociais e regionais no mundo. No Brasil (no ano de 2008) o governo criou lei complementar que permite que pequenos empreendedores (até certo limite de faturamento anual), adquirisse o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ - obtendo benefícios previdenciários, tributários, burocráticos, criando assim a figura do micro empreendedor individual como uma nova modalidade jurídica que tem como facilitador a sua inscrição através da internet, onde se pode obter o CNPJ logo após este cadastro, o trabalho informa sobre as condições para ser micro empreendedor individual. Também apresenta o plano de negocio, sua importância na constituição de um empreendimento e contribuição na obtenção de investidores. Através de um *software* do SEBRAE – PLANO DE NEGOCIOS 2.0 – e realizado um estudo da viabilidade econômica na criação de uma revendedora de gás GLP – O Gás Jorge Guerreiro – onde através de seu resultado será obtida a resposta se é lucrativo ou não sua criação.

Palavras-chave: Empreendedorismo; empreendedor; micro empreendedor Individual; diminuir desigualdades sociais e regionais; plano de negócios; Viabilidade econômica: revendedora de gás.

LISTA DE SIGLAS

CEAG - Curso de Especialização em Administração para Graduados

GEM - *Global Enterpeneurship Monitor*

GLP - Gás liquefeito de petróleo

SEBRAE - Serviço Brasileiro de apoio as micro e pequenas empresas

IBQP - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade

FVG - Fundação Getúlio Vargas

LISTA DE GRÁFICOS

Descrição dos investimentos.....	52
Fonte de recursos	53

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – ATIVIDADE EMPREENDEDORA SEGUNDO ESTAGIO DO EMPREENDIMENTO: TAXAS E ESTIMATIVAS – BRASIL E REGIÕES- 2012	21
TABELA 2 – EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA SEGUNDO ESTAGIO DO EMPREENDIMENTO: TAXAS ¹ - BRASIL – 2002:2012	22
TABELA 03– EMPREENDEDORES INICIAIS SEGUNDO MOTIVAÇÃO: TAXAS ¹ , PROPORÇÕES ² E RAZÕES ³ - BRASIL E REGIÕES- 2012.....	23
TABELA 04 – EVOLUÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS SEGUNDO MOTIVAÇÃO: TAXAS ¹ , PROPORÇÕES ² , E RAZÕES ³ - BRASIL- 2012.....	24
TABELA 5 – CARACTERISTICAS DOS EMPREENDIMENTOS INICIAIS (TEA): PROPORÇÕES ¹ - BRASIL E REGIÕES- 2012.....	25
TABELA 6 – CARACTERISTICAS DOS EMPREENDIMENTOS ESTABELECIDOS: PROPORÇÕES ¹ - BRASIL E REGIÕES 2012.	26
TABELA 7 – BUSCA DE ORGÃOS DE APOIO: PROPORÇÕES ¹ – BRASIL E REGIÕES -2012.....	27

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 CONCEITO E DEFINIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO.....	13
1.1 Definindo o Empreendedorismo	13
1.2 Origens do empreendedorismo.e sua atividade no mundo	15
1.3 O Empreendedorismos no Brasil o Perfil do Empreendedor Brasileiro	19
2 O CONCEITO DE MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL.....	28
2.1 Legislações Brasileira sobre o micro empreendedor individual	28
2.2 Incentivos governamentais.....	30
2.2.1 Cobertura Previdenciária.....	30
2.2.2 Contratação de um funcionário com menor custo	31
2.2.3 Isenção de taxas para o registro da Empresa	31
2.2.4 Ausência de Burocracia.....	31
2.2.5 Acesso a Serviços Bancários inclusive credito.....	31
2.2.6 Compras e vendas em conjunto	31
2.2.7 Redução carga tributaria	32
2.2.8 Controles muitos simplificados	32
2.2.9 Emissão de alvará pela internet	32
2.2.10 Facilidade para vender para o governo	33
2.2.11 Serviços gratuitos	33
2.2.12 Apoio Técnico no SEBRAE na organização do negócio	33
2.2.13 Possibilidade de crescimento como empreendedor	33
2.2.14 Segurança Jurídica.....	33
2.3 Métodos para formalização	34
2.3.1 Custos após a formalização	34
2.3.2 Pagamento	35
2.3.3 Atividades Permitidas.....	35
2.3.4 Obrigações e responsabilidades do MEI	35
2.3.5 Obtenção de alvará	35
2.3.6 Custo para contratação de um empregado	36
2.3.7 Cuidados	37
2.4 A importância do MEI na economia e sua responsabilidade Social	38
3 O PLANO DE NEGÓCIOS	40
3.1 O que é um plano de negócios.....	40
3.2 Qual a importância do plano de negócios	41
3.3 O plano de negócios da empresa Jorge Guerreiro.....	43
CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
REFERÊNCIAS.....	57

INTRODUÇÃO

O presente trabalho traz como tema central a forma de criação de um micro empreendimento, por meio de um planejamento estratégico, uma revendedora de gás de cozinha, GLP – gás liquefeito de petróleo, na cidade de São João del Rei, Minas Gerais.

O fator motivacional para sua abordagem vem da possibilidade/oportunidade do pesquisador para a criação de uma revendedora de gás GLP pela modalidade jurídica MEI, no bairro Tejuco na cidade de São João del Rei. Diante disso, o Plano de Negócios constituirá um embasamento para sua estruturação e execução.

Tal estudo se justifica pela importância de se analisar a viabilidade de um empreendimento com o apoio de um Plano de Negócio para ter conhecimento do possível retorno do investimento do idealizador da pesquisa.

Qual é a viabilidade econômica para a criação de uma revendedora de gás GLP no bairro Tejuco, na cidade de São João del Rei? Diante de tal questão tem-se que contribuição da pesquisa é informar, orientar a todos os interessados os métodos utilizados para a criação de um MEI – micro empreendedor individual como forma jurídica.

Assim, a monografia tem por objetivo geral analisar a viabilidade econômica da do referido empreendimento. Além disso, espera-se ainda conceituar e analisar o empreendedorismo no Brasil, analisar a importância do plano de negócios em uma organização, pesquisar sobre a legislação do micro empreendedor individual além de desenvolver um plano de negócios.

A realização deste estudo monográfico implicará em duas importantes etapas: a primeira consiste em uma pesquisa bibliográfica, através das diversas publicações que versam sobre o empreendedorismo, normas para a formalização da modalidade jurídica MEI – Micro empreendedor Individual. A segunda etapa consistirá no estudo de um plano de negócio como norteador, na criação da referida MEI no segmento de revenda de gás GLP voltado para o mercado de São João del Rei, no bairro Tejuco.

Assim, no primeiro capítulo serão abordados o conceito de empreendedorismo na ótica de economistas e psicólogos, seu significado na visão de cada um, seguindo o tempo de cada uma de suas definições.

O segundo capítulo visa apresentar pesquisa de procedimentos e métodos para se formalizar o CNPJ- cadastro nacional de pessoa jurídica na modalidade de micro empreendedor individual ,apresentara legislação vigente no país para esta modalidade de empreendimento e Incentivos governamentais para sua criação e manutenção, visando o micro empreendedor como gerador de empregos e gerador de renda assim contribuindo com a erradicação da pobreza.

No terceiro capítulo serão apresentadas as respostas obtidas durante a elaboração do plano de negócios do microempreendimento – Gás Jorge Guerreiro. Sua viabilidade econômica é ou não lucrativa? Observaremos análise de dados obtidos como indicadores para tomada de decisão. Quanto tempo levará para se obter o retorno de capital? Estas serão algumas das perguntas que serão respondidas na conclusão do capítulo.

1. CONCEITOS E DEFINIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO

Para que o presente trabalho consiga alcançar o objetivo a que se propor acredita-se ser fundamental a construção de um referencial teórico que melhor permita aprofundar-se no assunto. Nesse sentido, a definição de empreendedorismo faz-se extremamente necessária.

1.1 Definindo o empreendedorismo

São diversas as bibliografias que versam sobre o assunto empreendedor/empreendedorismo, apresentando vários conceitos de estudiosos e pesquisadores de diversas áreas como economistas, psicólogos e outros mais. Cada um deles busca dar a sua contribuição para identificar sua realidade, seu comportamento, sua motivação e suas necessidades de crescimento econômico e de reconhecimento de um empreendedor.

Diante disso, é preciso também levar em consideração as diferenças culturais de autores estrangeiros que se baseiam em realidades diferentes das que aqui se encontram. Temos de entender que por mais que o modelo econômico (o capitalismo) seja o mesmo, são por demais as diferenças socioeconômicas, históricas e culturais entre os países desenvolvidos e os países subdesenvolvidos, temos a necessidade de uma literatura empreendedora voltada para nossa realidade.

O empreendedorismo é um termo relativamente recente, que surgiu com o objetivo de estimular o desenvolvimento e o sucesso das empresas. De acordo com Terra (2008, p. 1) o empreendedorismo se apresentará nesse século como uma verdadeira revolução social, comparada à Revolução Industrial do século passado.

No que diz respeito a isso, Dornelas 2001, *apud* Lucas Júnior, 2003, p.4 compreendem que:

[...] o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

Entretanto, acredita-se que o termo empreendedorismo possa ser utilizado num contexto infinitamente maior do que o empresarial, onde está voltado para crescimento das empresas, investimentos, entre outras coisas.

Nesse sentido, Barreto (*apud* Ferrari *et al*, 2001, p. 2) compreende que:

Empreendedorismo é a habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou do quase nada. Fundamentalmente, o empreender é um ato criativo. É a concentração de energia no iniciar e continuar um empreendimento. É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la. Mas é também a sensibilidade individual para perceber uma oportunidade quando outros enxergam caos, contradição e confusão. É o possuir de competências para descobrir e controlar recursos aplicando-o de forma criativa.

Pode-se compreender então que, a partir das colocações do autor, o empreendedorismo se define, entre outras coisas, como sendo um processo criativo, que envolve pessoas, objetivos e estratégias.

Souza Neto afirma ainda que o termo empreendedorismo é a tradução para o vocábulo Francês “*entrepreneur*” usado para denominar os novos empresários e as pessoas que se estabeleciam por conta própria. Também designa indivíduo que se lança no mercado em busca de novas oportunidades de negócio, disposto a assumir riscos, com permanente motivação para a criação e inovação, tendo seu significado conhecido desde o século XII (SOUZA NETO, 2008, p. 26).

Pesquisas indicam que o empreendedorismo oferece graus elevados de realização pessoal. Por ser a exteriorização do que se passa no âmago de uma pessoa, e por receber o empreendedor com todas as suas características pessoais, a atividade empreendedora faz com que trabalho e prazer andem juntos. Talvez seja muito difícil encontrar um empreendedor que queira se aposentar ou que espere ansiosamente pelo fim de semana para se desvencilhar do trabalho. Não é raro encontrar empreendedores que tiram poucas férias. (DOLABELA, 2008, p. 24).

Tem-se então que, o empreendedorismo, para que possa de fato acontecer precisa do indivíduo empreendedor como protagonista desse processo. Um protagonista bastante ativo como veremos mais à frente.

Para Dornelas “[...] empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. E

a perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso". (DORNELAS, 2008, p. 22).

1.2 Origens do empreendedorismo e sua atividade no mundo.

Com relação ao surgimento do empreendedorismo Chiavenato (2008, p. 5) esclarece que:

O empreendedorismo tem sua origem na reflexão de pensadores econômicos do século XVIII e XIX, conhecidos defensores do laissez-faire ou liberalismo econômico. Esses pensadores econômicos defendiam que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência.

Souza neto (2008, p.25) acrescenta ainda:

O Empreendedorismo fora reconhecido como um elemento fundamental para a viabilização e a condução de empreendimentos e, em ultima instancia, do processo de desenvolvimento do capitalismo- com o surgimento da economia de mercado, com mudanças sociais e comportamentais decorrentes, e com o lucro sendo aceito como a origem do mercado de trabalho, o valor facultado ao empreendedorismo surge no modelo liberal do sec. XIX e com a Revolução Industrial- marcos, a partir dos quais, vários teóricos, estudiosos e pesquisadores aprofundam questões alusivas a determinação de seu perfil, bem como, características de sua atuação.

Observa-se que, o empreendedorismo contribuiu para fortificação do sistema capitalista, introduzindo uma nova maneira de agir, novas maneiras de relações do trabalho, novos métodos de se fazer negócios, despertando o interesse de pensadores no que se refere a entender o empreendedorismo.

Os que abordaram sobre o tema, foram os economistas, onde o Joseph Alois Schumpeter (1883- 1950), economista austríaco considerado na literatura quem melhor analisa o empreendedor em sua inserção na economia capitalista, segundo Chiavenato (2008, p.8) Schumpeter propõe:

"O empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos / serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias."

Mas, devido a economistas e estudiosos não aceitarem modelos não quantificáveis com relação do empreendedorismo na economia, empreendedorismo

ficou aceito como um estudo do comportamento, onde os comportamentalistas (psicólogos, sociólogos) deram sua contribuição em torno do tema.

Nunca é fácil introduzir elementos de racionalidade no comportamento complexo dos empreendedores. Uma das críticas que podem ser apontadas aos economistas é que eles não tinham sido hábeis para fazer a ciência econômica evoluir. Eles também têm sido inábeis para criar uma ciência do comportamento econômico dos empreendedores. (FILION, sd. p. 3)

Estudiosos do comportamento humano- psicólogos e psicanalistas sociólogos e outros especialistas do comportamento também se dedicaram a analisar a figura do empreendedor. Dentre eles Max Weber (1864-1920) economista e sociólogo alemão em sua obra “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”- o principal fator motivador para quem se estabelecia por conta própria era a crença religiosa ou o trabalho ético protestante que estabelecia norma de conduta que punham freio a extravagância, ao consumo ostensivo e a indolência (a preguiça). O resultado era uma maior produtividade, uma diminuição das despesas e aumento da economia, todos os fatores vitais para o crescimento econômico. (SOUZA NETO, 2008. P.28).

Há certo consenso nas definições de empreendedorismo na visão de economistas que enxergam empreendedores como inovadores e vetores de desenvolvimento econômico: Já os comportamentalistas concedem aos empreendedores as características de criatividade, persistência, internalidade (capacidade de controlar o ambiente) e liderança.

Uma comparação que é feita, (com relação aos benefícios da atividade empreendedora) é as experiências entre Estados Unidos e da Antiga União Soviética no período pós- Segunda Guerra Mundial. Aquelas duas nações tinham população aproximadamente iguais. Ambas tinham governos centrais fortes, recursos naturais substanciais e altos níveis de alfabetização e know-how técnico. E, no entanto, cinco anos após a guerra, os Estados Unidos superam seu rival em quase todas as frentes: produção de alimentos, fabricação, poderio militar, avanços domésticos e técnicos, saúde geral e longevidade, renda *per capita* e a disponibilidade, qualidade e variedade de produtos e serviços. Em grande parte as falhas da União Soviética podem ser atribuídas a sua economia, sua hostilidade para com a propriedade privada, duas coisas que reprimem as iniciativas para inventar e buscar oportunidades comerciais. Já na economia americana, sua cultura

honrava e apoiava os empreendedores. Suas leis protegiam a propriedade, inclusive a intelectual, enquanto Soviéticos reprimiam o vigor e a ambição de indivíduos que tinham novas idéias, já o sistema americano os estimulava e glorificava. No final das muitas falhas econômicas da União Soviética e dos sucessos de seu país rival podem ser atribuídos ao tratamento diferente que davam aos empreendedores. (Harvard Business School, 2005, p.13)

Com o sucesso da economia norte americano, os EUA passaram a ser referencia para países de outros continentes, com isso iniciaram-se pesquisas mais intensas no ramo do empreendedorismo principalmente nos países da Europa, que buscaram seguir o exemplo norte americano de incentivar a iniciativa empreendedora.

A explicação para a focalização desses países no empreendedorismo pode ser obtida ao se analisar o que ocorre nos Estados Unidos. Trata-se do maior exemplo de compromisso nacional com o empreendedorismo e o progresso econômico. Além de centenas de iniciativas dos governos locais e de organizações privadas para encorajar e apoiar o empreendedorismo nos Estados Unidos o governo americano gasta centenas de milhões de dólares anualmente em programas de apoio ao empreendedorismo. Por causa do sucesso relativo desses programas, os mesmos são vistos como modelos por outros países que visam aumentar o nível de sua atividade empresarial. (DORNELAS, 2005, p.25)

No final de 1998, o reino Unido publicou um relatório a respeito do seu futuro competitivo, o qual enfatizava a necessidade de se desenvolver uma serie de iniciativas para intensificar o empreendedorismo na região. Há uma convicção de que o poder econômico da Europa depende de seus futuros empresários e da competitividade de seus empreendimentos, pode-se observar ainda o interesse do Fórum Econômico Mundial, que patrocina a conferência anual de Davos, no qual recentemente o tema empreendedorismo foi discutido como de interesse global. (DORNELAS, 2005, p.25)

O GEM (Global Entrepreneurship Monitor) é uma iniciativa que tivera inicio em 1997, como uma pesquisa consorciada entre o Babson College e a London Business School com amplo apoio do Kauffman Center for Enpreneurial Leadership ligado a Ewing Marion Kauffman Foudation. Com o propósito de aproximar o que há de melhor nos meios acadêmicos e de pesquisa, na área de empreendedorismo no

mundo além de, principalmente, investigar o intrincado e complexo relacionamento entre empreendedorismo e crescimento econômico. (SOUZA NETO, 2008, p.142)

Segundo Paul Reynolds, professor de Babson e da London Business School e um dos coordenadores do relatório do GEM, citado por DOLABELA (1999, p.41)

“Está pesquisa fornece evidências conclusivas de que a principal ação de qualquer governo para promover o crescimento econômico consiste em estimular e apoiar o empreendedorismo, que deve estar no topo das prioridades das políticas públicas. Em países que tais políticas são efetivas, como os Estados Unidos, onde para cada doze pessoas é criada uma empresa, as perspectivas de crescimento econômico são significativamente maiores do que países como a Finlândia, onde essa relação é de 67 pessoas para cada empresa”

Como podemos ver autores concordam com a importância de se divulgar e incentivar a iniciativa de empreendedores, Os Estados Unidos demonstra a importância que vê no empreendedorismo, os incentivando e até mesmo os financiando, com a intenção de desenvolver sua economia, estimulam a iniciativa empreendedora, visando resultados positivos futuros. Foi criado um modelo do quais países viram ser de grande valia no que se refere a vagas de emprego, que geram melhores condições de vida para população, aumento do consumo interno garantindo assim o trabalho e renda no País.

Visando estimular esta iniciativa foi criado o GEM, que tem por função pesquisar, quantificar a atividade empreendedora no mundo, no intuito de levar informações para países adotarem políticas públicas de incentivo a criação de novos negócios

Fernando Dolabela aponta que o empreendedorismo se tornou mais forte e tomou o cenário mundial depois da criação do GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* (monitor Global do Empreendedorismo) em 1999 nos EUA:

[...] As metas do projeto são monitorar e comparar os fatores que moldam a atividade empreendedora e compartilhar os achados com formuladores de política e pessoas com o poder de influenciar, no mundo todo. (DOLABELA, 2010, p. 40)

Assim, aos poucos o empreendedorismo foi ganhando o mundo e abrindo espaços para que novos negócios fossem criados. Torna-se interessante ainda compreender o contexto do surgimento do empreendedorismo no Brasil.

1.3 O empreendedorismo no Brasil e o perfil do empreendedor brasileiro.

O termo empreendedor/ empreendedorismo surgiu no Brasil no início dos anos 80 sendo assim um estudo recente conforma nos explica Souza Neto (2008, p. 17):

Empreendedorismo, o termo, surgiu por aqui, para um publico mais acadêmico, professores e estudantes universitários, no início dos anos 80, nos cursos de Administração de empresas da Fundação Getulio Vargas, São Paulo, que criou a disciplina, “Novos Negócios” dentro do CEAG, Curso de Especialização em Administração para Graduados.

Sabe-se que a tarefa de estimular e apoiar o surgimento de empresas competitivas não é exclusivo de um setor, como por exemplo, a universidade, mas de todas as formas da sociedade, a que chamamos de “sistemas de suporte” (DOLABELA, 1999, p.104)

E como o avanço da economia depende de novos empreendimentos, que respondem por grande parte da geração de empregos, das inovações, do pagamento de impostos e da riqueza das nações é necessário que governantes adotem medida de apoio na criação de pequenos empreendimentos pensando nisso no Brasil foi fundado o SEBRAE.

Em 1990 o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro Pequeno Empresas) foi criado, é um órgão mais conhecido do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negocio. (DORNELAS, 2005, p.26)

Dados do IBGE divulgados pelo SEBRAE descrevem que as pequenas empresas representam uma parte importante na economia brasileira. Vale ressaltar a importância das pequenas e médias empresas na economia brasileira, que representam 99% do total das empresas formais que oferecem 57% dos empregos

formais e 26% do total da massa salarial, (Degen 2009 *apud* CUPERTINO p.04 2012)

O SEBRAE- (Serviço Brasileiro de apoio as micro e pequenas empresas) o IBQP- (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade) e a Fundação Getulio Vargas (FGV- IASP), contribuem para a realização do relatório anual do GEM no Brasil, no intuito de avaliar o comportamento do empreendedor Brasileiro. (Sumario executivo Gem 2012 p.07)

Com isso vejamos alguns resultado da atividade empreendedora aqui no Brasil

De acordo com a Pesquisa GEM, no Brasil, em 2012, 30,2% dos indivíduos adultos da população eram empreendedores iniciais ou estabelecidos. Esta estimativa nos remete a 36milhões de brasileiros de 18 a 64 anos envolvidos na criação ou administração de algum tipo de negócio.

Demonstrando assim a importância econômica e social do tema e a necessidade de ações governamentais para sua consolidação.

TABELA 1 – ATIVIDADE EMPREENDEDORA SEGUNDO ESTAGIO DO EMPREENDIMENTO: TAXAS E ESTIMATIVAS – BRASIL E REGIÕES- 2012

Tabela 1 - Atividade empreendedora segundo estágio do empreendimento: taxas¹ e estimativas² – Brasil e Regiões - 2012

Estagio	Brasil		Região Norte		Região Nordeste		Região Centro-Oeste		Região Sudeste		Região Sul	
	taxa(%)	Estimativa (milhões)	taxa(%)	Estimativa (milhões)	Taxa (%)	Estimativa (milhões)	Taxa (%)	Estimativa (milhões)	Taxa (%)	Estimativa (milhões)	Taxa (%)	Estimativa (milhões)
Empreendedores Iniciais (TEA)	15,4	18,5	17,6	1,6	16,8	5,4	16,3	1,5	14,2	7,4	15,3	2,7
Empreendedores Nascentes	4,5	5,4	5,3	0,5	4,8	1,5	3,8	0,3	4,6	2,4	3,5	0,6
Empreendedores Novos	11,3	13,6	12,5	1,1	12,4	4	12,9	1,2	10	5,2	12	2,1
Empreendedores Estabelecidos (TEE)	15,2	18,3	16,9	1,6	13,9	4,4	15,1	1,4	15,5	8,1	16,6	2,9
Total de empreendedores (TTE)	30,2	36,4	34,2	3,1	30,4	9,7	30,8	2,8	29,1	15,3	31,3	5,6

Fonte GEM Brasil 2012

¹ As taxas significam o percentual de empreendedores por estagio do empreendimento, em relação à população nacional e regional .

²As estimativas são calculadas considerando a população de 18 a 64 anos conforme o censo 2010.

* Exemplo Taxa (%): No Brasil, a porcentagem de empreendedores iniciais dentre todos os entrevistados foi de 15,4, ou seja, 15,4 da população de 18 a 64 anos do Brasil São empreendedores iniciais.

A Taxa Total de Empreendedorismo teve um aumento expressivo, passando de 20,9% em 2002 para 30,2% em 2012, um aumento de quase dez pontos percentuais.

Essa evolução é compatível com o dinamismo da economia brasileira no período: o PIB cresceu em média cerca de 4%, em grande parte com base na expansão do mercado interno, o que abriu espaço para atividades empreendedoras dos mais diversos tipos.

TABELA 2 – EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA SEGUNDO ESTAGIO DO EMPREENDIMENTO: TAXAS¹- BRASIL – 2002:2012

Estágio	Taxa deve ficar entre 2008 e 2007												
	_02	_03	_04	_05	_06	07	_08	_09	_10	_11	_12	2002: 2012	
Empreendedores Iniciais	13,5	12,8	13,4	11,3	11,6	12,7	12	15,3	17,5	14,8	15,4	13,7	
Empreendedores Nascentes	5,7	6,5	5	3,1	3,5	4,3	2,9	5,8	5,8	4	4,5	4,6	
Empreendedores Novos	8,4	6,9	8,9	8,2	8,6	8,7	9,2	9,7	11,8	11	11,3	9,3	
Empreendedores Estabelecidos	7,7	7,6	10,1	10,1	12	9,9	14,5	11,8	15,2	12,2	15,2	11,5	
Taxa Total de empreendedores	20,9	20,2	23,1	21,1	23,4	22,4	26,3	26,8	32,3	26,9	30,2	24,9	

Fonte: GEM Brasil 2002: 2012.

¹As taxas significam o percentual de empreendedores por estagio do empreendimento em relação a população de 18 a 64 anos.

Outra análise feita pelo GEM foi entender a motivação que está por de trás do empreendedorismo (o que leva a pessoa a empreender?) e apontou duas modalidades de empreendedores:

1-) empreendedores por oportunidade: Indivíduos que optam iniciar um novo negocio mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda, ou ainda para manter ou aumentar sua renda pelo desejo de independência no trabalho.

2-) empreendedores por necessidade: Indivíduos que iniciam um negociam autônomo por não possuírem melhores opções de trabalho, abrindo um negocio a fim de gerar renda para si e suas famílias.

Conforme esta diferença motivadora GEM buscou apurar a quantidade de

empreendedores de cada motivação, e constatou que a proporção de empreendedores por oportunidade no Brasil está em 69,2% considerando que houve um crescimento comparado com a pesquisa inicial do GEM em que era de 42% a participação de empreendedores por oportunidade.

TABELA 03– EMPREENDEDORES INICIAIS SEGUNDO MOTIVAÇÃO: TAXAS¹, PROPORÇÕES² E RAZÕES³ - BRASIL E REGIÕES- 2012

Tabela 3 - Empreendedores iniciais segundo motivação: taxas¹, proporções² e razões³ – Brasil e Regiões -

Motivação	Brasil		Região			
	Brasil	Região Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Taxa de empreendedorismo por oportunidade(%)	10,7*	10,1	10,3	13,9	10,4	11,2
Taxa de empreendedorismo por necessidade(%)	4,7	7,7	6,6	2,5	3,6	3,8
Oportunidade como percentual da TEA	69,2*	56	60,4	84	73,9	74,1
Razão oportunidade/necessidade	2,3*	1,3	1,6	5,5	2,9	3

Fonte :GEM 2012

¹ As taxas significam o percentual de empreendedores iniciais identificados segundo a motivação em relação a população de 18 a 64 anos por região.

² As proporções significam o percentual de empreendedores iniciais que empreenderam por oportunidade, em relação ao total de empreendedores por região.

³As razões significam quantos empreendedores por oportunidade temos para cada um por necessidade.

*Exemplo taxa: **10,7% da população de 18 a 64 anos do Brasil são empreendedores iniciais por oportunidade**.

*Exemplo percentual: **69,2% dos empreendedores iniciais no Brasil existem 2,3 por oportunidade para cada empreendedor por necessidade.**

* Exemplo razão: **Dos empreendedores iniciais no Brasil existem 2,3 por oportunidade para cada empreendedor por necessidade.**

TABELA 04 – EVOLUÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS SEGUNDO MOTIVAÇÃO: TAXAS¹, PROPORÇÕES², E RAZÕES³ - BRASIL- 2012.

Tabela 4 - Evolução dos Empreendedores Iniciais segundo motivação: taxas¹, proporções² e razões³ – Brasil – 2012

Estágio													
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		2012	2002:2012
Taxa de oportunidade (%)	5,8	6,8	7	6	6	7,2	8	9,4	11,9	10,2		10,7	8,1
Taxa de necessidade(%)	7,5	5,5	6,2	5,3	5,6	5,3	4	5,9	5,4	4,6		4,7	5,4
Oportunidade como percentual da Tea	42,4	53,3	52,3	52,3	50,9	56,1	66,7	60	67,3	67,5		69,2	58
Razão oportunidade/necessidade	0,8	1,2	1,1	1,1	1,1	1,4	2	1,6	2,2	2,2		2,3	1,5

Fonte: Gem Brasil 2002:2012

¹ As taxas significam o percentual de empreendedores iniciais identificados segundo a motivação , em relação a população de 18 a 64 anos no Brasil.

² As proporções significam o percentual de empreendedores iniciais que empreendem por oportunidade, em relação ao total de empreendedores iniciais no Brasil

A Pesquisa GEM analisou também uma série de informações que permitem caracterizar os empreendimentos, como por exemplo, novidade dos produtos ou serviços, concorrência, orientação internacional, expectativa de criação de ocupações para os próximos cinco anos idade da tecnologia/processos. Tais informações podem ser utilizadas para avaliar o grau de inovação dos negócios, pois de certa forma, quanto mais os empreendimentos oferecem produtos e serviços que são considerados novos, possuem poucos concorrentes, têm orientação internacional, esperam criar muitas ocupações utilizam tecnologias mais novas, maior é a probabilidade deles serem empreendimentos mais inovadores.

A Tabela 5 mostra que, para os empreendimentos iniciais, os resultados são bastantes conservadores: a grande maioria dos negócios (98,9%) lida com conhecimentos que ninguém considera novo; a orientação internacional é baixíssima (0,8% possuem consumidores no exterior); e todos os entrevistados afirmaram que a idade da tecnologia ou processos é superior a cinco anos. Além disso, 43,2% não esperam criar ocupações nos próximos cinco anos.

**TABELA 5 – CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS INICIAIS
(TEA): PROPORÇÕES¹- BRASIL E REGIÕES- 2012**

Tabela 5 - Características dos empreendimentos iniciais (TEA): proporções¹ – Brasil e regiões – 2012

Características do Empreendimento	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)
Conhecimento dos produtos ou serviços						
Novos para todos	0	0	0	0	0	0
Novo para alguns	1,1	0,6	0,9	1,5	1,8	1
Ninguém considera novo	98,9	99,4	99,1	98,5	98,2	99
Concorrência						
Muitos concorrentes	61,3*	68,5	49,4	60,9	60,9	66,9
Poucos concorrentes	31,6	29	39,6	30,8	30,6	27,9
Nenhum concorrentes	7,1	2,6	11	8,3	8,5	5,2
Orientação internacional.						
Nenhum consumidor no exterior	99,2	99,7	99,7	98,8	98,6	99
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	0,6	0,3	0,3	0,3	1,4	1
De 25 a 75% dos consumidores são do exterior	0,2	0	0	0,9	0	0
Mais de 75% dos consumidores são do exterior	0	0	0	0	0	0
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)						
Nenhum emprego	43,2	49,1	50,2	34,3	32,6	48,6
De 1 a 5 empregos	39,5	40,5	40,9	37,3	46,2	33,1
De 6 a 19 empregos	11,7	6,7	7,2	19	14,4	12
Mais de 20 empregos	5,5	3,7	1,8	9,3	6,8	6,4
Idade da Tecnologia de processos						
Menos de 1 ano	0	0	0	0	0	0
Entre 1 a 5 anos	0	0	0	0	0	0
Mais de 5 anos	100	100	100	100	100	100

Fonte: GEM Brasil 2012

¹ As proporções significam o percentual de empreendimentos iniciais em cada classe, por região, em relação ao número total de Empreendimentos na mesma classe e região

* Exemplo concorrência: 61,3% dos empreendedores iniciais do Brasil dizem ter muitos concorrentes.

Para os empreendedores estabelecidos, conforme mostra a Tabela 06, a situação ainda é menos favorável se comparados com os empreendedores iniciais. As características do dinamismo recente da economia brasileira centrado, em parte, no aumento do consumo de massa, com redução dos níveis de pobreza, melhor distribuição de renda e expansão das bases dos mercados, contribuíram para o aumento desse tipo de empreendimento pouco inovador, com baixa inserção internacional e tecnologias ou processos superiores há cinco anos.

TABELA 6 – CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS ESTABELECIDOS: PROPORÇÕES¹ - BRASIL E REGIÕES 2012.

Tabela 6 - Características dos Empreendimentos Estabelecidos : proporções¹ – Brasil e regiões – 2012

Características do Empreendimento	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)
Conhecimento do produtos ou serviços						
Novo para todos	0	0	0	0	0	0
Novo para alguns	0,6	0,6	0,4	0,7	1	0,3
Ninguém considera novo	99,4	99,4	99,6	99,3	99	99,7
Concorrência						
Muitos concorrentes	72,2	74,5	65,8	77,7	67,6	74,3
Poucos concorrentes	22,8	21,7	27,7	16,3	26,5	22,4
Nenhum concorrente	5	3,9	6,5	6	5,8	3,3
Orientação internacional						
Nenhum consumidor no exterior	99,5	100	99,3	99	99,3	99,7
De 1 a 25% dos consumidores são do exterior	0,5	0	0,7	1	0,7	0,3
De 25% a 75% dos consumidores são do exterior	0	0	0	0	0	0
Mais de 75% dos consumidores são do exterior.	0	0	0	0	0	0
Expectativa de criação de empregos (cinco anos)						
Nenhum emprego	56,4	64,4	60,4	54,5	44,3	57,4
De 1 a 5 empregos	30,7	27,6	32,2	29	40,1	25
De 6 a 19	10,4	6,5	6,9	11,6	14,3	12,9

empregos

Mais de 20 empregos	2,5	1,5	0,4	4,9	1,3	4,7
Idade da tecnologia ou processos						
Menos de 1 ano	0	0	0	0	0	0
Entre 1 a 5 anos	0,1	0,3	0	0	0	0
Mais de 5 anos	99,9	99,7	100	100	100	100

FONTE: Gem Brasil 2012

¹ As proporções significam o percentual de empreendimentos estabelecidos em cada classe, por região, em relação ao número total de empreendimentos na mesma classe e região.

* Exemplo concorrência: 72,2% dos empreendedores estabelecidos do Brasil dizem ter muitos concorrentes.

A pesquisa também procurou saber o percentual dos negócios que buscam auxílio nos órgãos de apoio – SENAC, SEBRAE, SENAI, entre outros. A tabela 07 mostra que a grande maioria dos entrevistados ,82,2% não procura esse tipo de ajuda . os percentuais variam de região para região , sendo que no sul e sudeste o percentual é mais baixo,mas ainda assim fica entre 77% e 81%. Em relação aos órgãos de apoio pesquisados, o SEBRAE se destaca,sendo citado por 13% dos entrevistados.

TABELA 7 – BUSCA DE ORGÃOS DE APOIO: PROPORÇÕES¹ – BRASIL E REGIÕES -2012

Tabela 8 - Busca de órgãos de apoio: proporções¹ – Brasil e Regiões - 2012

Orgãos de Apoio	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)	Prop(%)
Não procurou nenhum	82,2*	86,1	83,6	82,3	77,6	80,7
Associação Comercial	1,8	1,2	0,8	0,7	2,9	3,7
Senac	1,6	1	1,5	1,6	2,2	1,6
Sebrae	13	10,8	11,8	15,4	14,6	12,5
Senai	1,1	1,5	0	1,5	2,8	0,3
Senar	0	0	0	0,2	0	0
Senat	0,2	0	0,3	0,2	0,2	0,3
Sindicato	0,7	0,7	0,8	0,8	0,5	0,6
Nenhuma das opções acima.	2,4	2,6	2,8	0,7	2,8	11,3

Fonte: GEM Brasil 2012

Nota: Somente empreendedores respondem a essa questão

¹ As proporções significam o percentual de indicações sobre a utilização dos órgãos de apoio.

* Exemplo: Dos empreendedores do Brasil, 82,2% não procuraram órgãos de apoio

Como podemos observar o GEM com apoio de instituições nacionais (SEBRAE, FGV-IASP, IBQP) através de sua pesquisa consegue apontar não só o crescimento da atividade empreendedora no país e suas regiões, mas também aponta falhas na estrutura de incentivo a iniciativa empreendedora em nosso país, uma vez que o avanço da economia depende de novos empreendimentos, que respondem por grande parte da geração de empregos, das inovações, do pagamento de impostos e da riqueza das nações é necessário que governantes adotem medida de apoio na criação de pequenos empreendimentos pensando nisso no Brasil, através de lei complementar foi criada a nova modalidade jurídica o Micro empreendedor individual do qual apresentaremos no capítulo II.

2 - O que é o micro empreendedor individual.

Micro empreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser um micro empreendedor individual, é necessário faturar no máximo até R\$ 60.000,00 por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. (PORTAL DO EMPREENDEDOR 2013)

2.1 – Legislação Brasileira sobre o micro empreendedor individual.

A Lei Complementar nº 128, de 2008, criou condições especiais para que o trabalhador conhecido como informal possa se tornar um MEI legalizado. (Portal do empreendedor)

Entrou em vigor no dia 1º de julho de 2009 o Programa Micro Empreendedor Individual (MEI), instituído pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008 (que introduziu alterações na Lei Complementar nº 123/06 – Lei do Simples Nacional), e regulamentada pela Resolução n. 58, do Comitê Gestor do Simples Nacional. O Programa MEI estimula a legalização das atividades dos trabalhadores autônomos que têm renda bruta anual de até R\$ 36 mil (BRASIL, 2011 apud SILVA VIEIRA 2012 pag.01)

Após análise de um grande número de autônomos vivendo na informalidade e ciente de que impedir tais cidadãos de trabalharem na informalidade além de inviável é, na maioria das vezes prejudicial à comunidade onde esses estão instalados o Congresso aprovou a Lei Complementar Nº 128, alterando o texto da Lei Complementar Nº 123 e criando a figura do Micro empreendedor Individual (MEI) em seu artigo 18 – A Tal figura visa regularizar a situação de pequenos empreendedores que vivem há muito no mercado informal.

Serrat (2011, p. 1), citado por Lopes (p.27)

Dia 1 de julho de 2009, entrou em vigor a Lei Complementar 128/08, que aprimorou a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (LC 123/06). Isso significa que, a partir de hoje, o empreendedor individual poderá registrar seu negócio de modo muito mais fácil e usufruir de vantagens que até então não existiam. (LOPES 2011 PAG 27)

Dando assim a oportunidades dos trabalhadores informais, se formalizarem, obtendo garantido por leis este direito a formalização de forma gratuita, e com impostos de baixo valor.

Outro fator relevante na formalização do microempreendedor individual está no fato de ter sua segurança jurídica garantida. A legalização está amparada na Lei Complementar n. 123/06 (com as alterações da LC n. 128/08), cujas regras são estáveis e não serão alteradas facilmente, podendo o empreendedor estar seguro ao desempenhar seu trabalho. Ainda terá a vantagem de receber a autorização para desempenhar sua atividade gratuitamente, o mesmo ocorrendo quando for registrar-se na junta comercial (PORTAL DO EMPREENDEDOR)

Segundo a norma, se enquadrarão nessa categoria os micros empresários que auferirem receita bruta anual não superior a R\$60.000. Nesse contexto, e atenta à realidade social do país, a Medida Provisória n. 529, de 07 de abril de 2011, convertida na Lei n. 12.470, de 31 de agosto de 2011, reduziu a carga tributária do MEI. A alíquota para previdência social passou de 11% para 5%, objetivando o incentivo à formalização (BRASIL, 2011 apud silva vieira 2012 pag.04).

Com a aprovação da *Lei Complementar. 139/2011*, o limite de *faturamento do microempreendedor individual* passou de R\$36 mil para R\$60 mil por ano. (SEBRAE 2012 pag.).

Então, constata-se que o governo reduziu impostos de 11% para 5% do valor do salário mínimo e aumentou o valor a ser faturado pelo MEI, de trinta e seis mil para sessenta mil reais, sem que ele saia do enquadramento jurídico até o referente valor de sessenta mil.

Segundo Lopes (2011 pag. 27)

Com a nova medida aprovada pela Presidente Dilma Rouseff o valor que até então era pago referente a 11% do salário mínimo passou a ser de 5% com isso, aumentou o número de pessoas que possuem o seu negócio e que agora estão formalizados. Por meio dessa redução no recolhimento do Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS) o número de empreendedores aumentou significativamente, pois já ultrapassa cerca de um milhão de empreendedores individuais no Brasil. Além do baixo custo, a praticidade para aderir é tamanha, por ser feito tudo on line pelo portal do empreendedor no site www.portaldoempreendedor.gov.br.

Visando diminuir estas dificuldades para empreendedores, altos custos para formalização, burocracia demasiada, impostos complicados, o governo busca facilitar o processo da formalização, cobrando impostos de baixo valor e fáceis de serem pagos, e proporcionando facilidade na obtenção do CNPJ (cadastro nacional de pessoa jurídica). A seguir observa-se mais benefícios dos quais o governo tem a oferecer ao cidadão que tem a intenção de se tornar um micro empreendedor individual.

2.2 – Incentivos governamentais.

Uma das vantagens oferecidas pela lei do MEI está na obtenção do registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) facilitando abertura de conta bancária pedido de empréstimos e emissão de notas fiscais que é um facilitador para venda para outras empresas.

O MEI será enquadrado no Simples Nacional e será isento de pagar tributos federais (como o IMPOSTO DE RENDA, PIS, COFINS, IPI e CSLL). Contribuirá apenas com o valor fixo mensal de R\$ 34,90 (comércio e indústria), R\$ 38,90 (prestação de serviços) ou 39,90(comercio e serviços) que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS. Sendo atualizados todos os anos de acordo com salário mínimo vigente.

Com essas contribuições, o Microempreendedor Individual tem acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença, aposentadoria, entre outros.

Segundo o Portal do Empreendedor os Benefícios para o MEI são:

2.2.1- Cobertura Previdenciária

Cobertura previdenciária para o empreendedor e sua família com os seguintes benefícios:

- Aposentadoria por Idade;
- Salário-maternidade, após carência;
- Pensão;
- Auxílio Reclusão.

O empreendedor estará protegido em casos de doença, acidentes, além dos afastamentos para dar a luz no caso das mulheres e, após 15 anos, a aposentadoria por idade. A família do empreendedor terá direito à pensão por morte e auxílio-reclusão.

2.2.2- Contratação de um Funcionário com Menor Custo

Poder registrar até um empregado, com baixo custo - 3% Previdência e 8% FGTS do salário mínimo por mês. O empregado contribui com 8% do seu salário para a Previdência e o empregador contribui com 3% para o FGTS

2.2.3- Isenção de Taxas para o Registro da Empresa

Todo o processo de formalização é gratuito, ou seja, o empreendedor se formaliza sem gastar um centavo.

O único custo da formalização é o pagamento mensal de R\$ 33,90 (INSS), R\$ 5,00 (Prestadores de Serviço) e R\$ 1,00 (Comércio e Indústria) por meio de carnê emitido exclusivamente no Portal do Empreendedor.

Qualquer outra cobrança recebida não é do governo, não está prevista na legislação e não deve ser paga.

2.2.4- Ausência de Burocracia

Obrigação única por ano com declaração do faturamento.

Ausência de burocracia para se manter formal, fazendo uma única declaração por ano sobre o seu faturamento que deve ser controlado mês a mês para ao final do ano estar devidamente organizado.

2.2.5 - Acesso a Serviços Bancários, inclusive Crédito

Com a formalização o Empreendedor terá condições de obter crédito junto aos Bancos, principalmente Bancos Públicos como Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Banco do Nordeste.

Esses Bancos dispõem de linhas de financiamento com redução de tarifas e taxas de juros adequadas.

2.2.6 -Compras e Vendas em Conjunto

Permitir a união para compras em conjunto através da formação de consórcio de fins específicos.

A Lei faculta a união de Micro empreendedores Individuais com vistas à formação de consórcios com o fim específico de realizar compras. Essa medida permitirá aos empreendedores condições mais vantajosas em preços e condições de pagamento das mercadorias compradas uma vez que o volume comprado será maior.

2.2.7 - Redução da Carga Tributária

Baixo custo para se formalizar, sendo valor fixo por mês de R\$ 1,00 atividade de comércio - ICMS e R\$ 5,00 atividade de serviços - ISS. O valor pago ao INSS tem o objetivo de oferecer cobertura Previdenciária ao Empreendedor e sua família a baixo custo.

O custo da formalização é de fato muito baixo. No máximo R\$ 39,90 por mês, fixo. Além de permitir ao empreendedor saber quanto gastará por mês, sem surpresas, lhe dará condições de crescer, pois o seu negócio contará com apoio creditício e gerencial, além da tranquilidade para trabalhar em razão da cobertura Previdenciária própria e da família.

2.2.8 - Controles Muito Simplificados

Controles simplificados (não há necessidade de contabilidade formal).

Além do custo reduzido, a formalização é rápida e simples, sem burocracia. Após a formalização o empreendedor terá de fazer, anualmente, uma única Declaração de faturamento, também de forma fácil e simples através da Internet.

2.2.9 - Emissão de Alvará pela Internet

Toda atividade comercial, industrial ou de serviço precisa de autorização da Prefeitura para ser exercida. Para o Microempreendedor Individual essa autorização (licença ou alvará) será concedida de graça, sem o pagamento de qualquer taxa, o mesmo acontecendo para o registro na Junta Comercial.

2.2.10 - Facilidade para Vender para o Governo

O Governo é um grande comprador de mercadorias e serviços, nas suas três esferas: Federal, Estadual e Municipal. Para vender para o Governo é preciso estar formalizado.

2.2.11 - Serviços Gratuitos

Na formalização e durante o primeiro ano como Empreendedor Individual, haverá uma rede de empresas contábeis que irão prestar assessoria de graça, como forma de incentivar e melhorar as condições de negócio do País.

2.2.12 - Apoio Técnico no SEBRAE na Organização do Negócio

O SEBRAE estará orientando e assessorando os Empreendedores que assim o desejarem. Serão cursos e planejamentos de negócios com vistas a capacitar os empreendedores, tornando-os mais aptos a manterem e desenvolverem as suas aptidões.

2.2.13 - Possibilidade de Crescimento como Empreendedor

Com todo esse apoio e o fato de estarem no mercado de forma legal, as chances de crescer e prosperar aumenta e o que hoje é apenas um pequeno negócio amanhã poderá ser uma média e até uma grande empresa. Os grandes empresários não nasceram grandes, eles começaram pequenos e foram crescendo aos poucos, de modo sustentável.

2.2.14 - Segurança Jurídica

Segurança Jurídica - formalização está amparada em Lei Complementar que impede alterações por Medida Provisória e exige quorum qualificado no Congresso Nacional.

O Empreendedor Individual é fruto da aprovação, pelo Congresso Nacional, da Lei Complementar 128/08 que foi prontamente sancionada pelo Presidente Luis Inácio “Lula” da Silva. O fato de ser uma Lei Complementar dá segurança ao Empreendedor porque ele sabe que as suas regras são estáveis e para serem alteradas necessitam de outra Lei Complementar a ser votada também pelo Congresso Nacional e sancionada pelo Presidente da República, ou seja, há uma grande segurança jurídica de que as regras atuais não serão alteradas facilmente.

RESENDE (2008) apud SILVA VIEIRA 2012 pag.04 esclarece

Com a criação do programa MEI, muitas pessoas que trabalhavam na informalidade ganharam vantagens, tendo direito a certos benefícios previdenciários como aposentadoria por idade e por invalidez, licença saúde, segura por acidente de trabalho, entre outros. Ainda terá a vantagem de ficar isento de quase todos os tributos incidentes sobre a atividade desenvolvida, tendo o estímulo indispensável para o incremento e a valorização do negócio. (RESENDE, 2008 apud SILVA VIEIRA pag.04, 2012).

Assim conforme a política mundial de apoio ao empreendedor pode observar que o Brasil tem cada vez mais incentivado a atividade empreendedora, criando leis que favoreçam a sua legalidade, criando benefícios como atrativos para sua execução e manutenção.

2.3 – Métodos para formalização.

A formalização do Microempreendedor Individual poderá ser feita de forma gratuita no site portal do empreendedor, no campo FORMALIZE-SE.

Após o cadastramento do Microempreendedor Individual, o CNPJ e o número de inscrição na Junta Comercial são obtidos imediatamente, não sendo necessário encaminhar nenhum documento (e nem sua cópia anexada) à Junta Comercial.

O Microempreendedor Individual também poderá fazer a sua formalização com a ajuda de empresas de contabilidade que são optantes pelo Simples Nacional e estão espalhadas pelo Brasil. Essas empresas irão realizar a formalização e a primeira declaração anual sem cobrar nada.

No site <http://www.fenacon.org.br/consulta-por-uf.cshtml?uf=MG> se pode consultar uma relação de empresas de contabilidade que prestam este serviço em qualquer cidade do Brasil.

2.3.1 - Custos após a formalização:

Após a formalização, o empreendedor terá o seguinte custo:

- Para a Previdência: R\$ 33,90 por mês (representa 5% do salário mínimo que é

reajustado no início de cada ano);

- Para o Estado: R\$ 1,00 fixo por mês, se a atividade for comércio ou indústria;

- Para o Município: R\$ 5,00 fixos por mês, se a atividade for prestação de serviços.

2.3.2 - Pagamento

O pagamento desses valores é feito por meio do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), que pode ser gerado por qualquer pessoa em qualquer computador conectado à internet no site do portal do empreendedor. O pagamento deve ser feito na rede bancária e casas lotéricas, até o dia 20 de cada mês. Dentro do site mesmo é possível gerar a guia do DAS MEI já na pagina inicial. Devemos ressaltar a importância que toda atividade a ser exercida, mesmo na residência, necessita de autorização prévia da Prefeitura, que nesse caso será gratuita. O SEBRAE é outro parceiro que oferece orientação gratuita sobre a formalização.

2.3.3 - Atividades Permitidas

Dentro do site há uma lista em ordem alfabética das atividades que podem ser enquadradas dentro do MEI, uma grande quantidade de possibilidades é ofertada, vários ramos de atividades são permitidos.

2.3.4 - Obrigações e Responsabilidades do MEI

Das obrigações e responsabilidades do MEI

2.3.5 - Obtenção de alvará

A concessão do Alvará de Localização depende da observância das normas dos Códigos de Zoneamento Urbano e de Posturas Municipais. Assim, a maioria dos municípios mantém o serviço de consulta prévia para o empreendedor saber se o local escolhido para estabelecer a sua empresa está de acordo com essas normas. Além disso, outras normas devem ser seguidas, como as sanitárias, por exemplo, para quem manuseia alimentos. Antes de qualquer procedimento, o empreendedor deve consultar as normas municipais para saber se existe ou não restrição para

exercer a sua atividade no local escolhido, além de outras obrigações básicas a serem cumpridas.

No momento da inscrição, o interessado declara que cumpre e entende a legislação municipal e que a obedecerá, sob pena de ter cancelado o seu alvará provisório, que tem validade de 180 dias.

A ambulante, assim como quem trabalha em lugar fixo, precisa conhecer as regras municipais a respeito do tipo de atividade e do local onde irá trabalhar antes de fazer o registro. O Portal do Empreendedor emite um documento que autoriza o funcionamento imediato do negócio. Porém, o empreendedor tem de verificar se as normas e posturas municipais estão sendo cumpridas. Isso é importante para que não haja prejuízo à coletividade e ao próprio empreendedor que, caso não cumpra as normas como declarou, estará sujeito a multas, apreensões e até mesmo ao fechamento do empreendimento e cancelamento de seus registros.

Caso o município constate alguma ilegalidade nessa declaração, durante os 180 dias de validade do documento que equivale ao alvará provisório, o registro da empresa poderá ser cancelado.

Caso o empreendedor não disponha dessa informação, recomenda-se que ele não finalize o registro. O SEBRAE, os escritórios de contabilidade e a própria administração municipal podem prestar as informações necessárias.

2.3.6 - Custo para contratação de um empregado

O Microempreendedor Individual (MEI) pode ter um empregado com até um salário mínimo ou o piso salarial da profissão.

O Microempreendedor Individual deve preencher a Guia do FGTS e Informação à Previdência Social (GFIP) que é entregue até o dia 7 de cada mês, através de um sistema chamado Conectividade Social da Caixa Econômica Federal.

Ao preencher e entregar a GFIP, o Microempreendedor Individual deve depositar o FGTS, calculado à base de 8% sobre o salário do empregado. Além disso, deverá recolher 3% desse salário para a Previdência Social.

Com esse recolhimento, o Microempreendedor Individual protege-se contra reclamações trabalhistas e o seu empregado tem direito a todos os benefícios

previdenciários como, por exemplo, aposentadoria, seguro-desemprego, auxílio por acidente de trabalho, doença ou licença maternidade.

Todas as contas necessárias para esses cálculos são feitas automaticamente pelo sistema GFIP, que deve ser baixado da página da Receita Federal, na internet, na parte de download de programas.

Em resumo, o custo total do empregado para o Microempreendedor Individual é 11% do respectivo salário. O cálculo é sempre feito pelo valor do salário multiplicado por 3% (parte do empregador) e por 8% (parte do empregado).

É preciso lembrar também que todos os demais direitos trabalhistas do empregado devem ser respeitados.

2.3.7 Cuidados

Os cuidados que o MEI deve ter para garantir a formalidade de seu negócio

A-) Documentação

O Microempreendedor Individual está dispensado de contabilidade e, portanto, não precisa escriturar nenhum livro. No entanto, ele deve guardar as notas de compra de mercadorias, os documentos do empregado contratado e o canhoto das notas fiscais que emitir.

B-) Relatório Mensal das Receitas Brutas

Todo mês, até o dia 20, o Microempreendedor Individual deve preencher (pode ser manualmente), o Relatório Mensal das Receitas que obteve no mês anterior.

Deve anexar ao Relatório as notas fiscais de compras de produtos e de serviços, bem como das notas fiscais que emitir. Para obter o modelo do relatório mensal de receitas brutas é necessário acessar site do Portal do Empreendedor.

C-) Declaração Anual Simplificada

Todo ano o Microempreendedor Individual deve declarar o valor do faturamento do ano anterior. A primeira declaração pode ser preenchida pelo próprio Microempreendedor Individual ou pelo contador optante pelo Simples, gratuitamente.

D-) Contabilidade

A contabilidade formal como livro diário e razão é dispensada. Também não é preciso ter Livro Caixa. Contudo, o empreendedor deve zelar pela sua atividade e manter um mínimo de controle em relação ao que compra ao que vende e quanto está ganhando. Essa organização mínima permite gerenciar melhor o negócio e a própria vida, além de ser importante para crescer e se desenvolver.

LOPES (2011pag. 27) complementa:

Existem obrigações que os empreendedores individuais devem fazer como: reter as notas fiscais das compras, emitir notas fiscais nas vendas as pessoas jurídicas, preparar o relatório mensal das receitas brutas para que todo o início do ano letivo de cada ano possa ser declarado o total de suas vendas, esses valores serão apresentados a Receita Federal, por meio da Declaração do Simples Nacional, porém são facilidades como estas que tornam simples e práticas para um empreendedor sair da ilegalidade e por em prática tudo que realmente deseja para o seu negócio. LOPES (2011, p.27)

Ainda de acordo com Lopes (2011pag. 06):

A falta de preparo para lidar com os tributos faz com que grande parte desses empreendimentos atue na informalidade, ou partam para a sonegação fiscal, o que é prejudicial não só para a própria empresa e seu crescimento, mas também para a sociedade, para o mercado e para a economia. (LOPES, 2011pag. 06).

2.4 - A importância do MEI na economia e sua responsabilidade social.

A importância das pequenas e micro empresas é facilmente percebida em nossa realidade. Segundo Fillion (1999), a Grã-Bretanha foi um dos primeiros países a entender a importância das pequenas empresas no crescimento econômico, através da criação de novos empregos. Além da importância econômica— a maioria das unidades produtivas são MPE's e contribuem significativamente com a constituição do PIB — possuem grande relevância social— pois geram boa parte dos empregos no país. (MONTAÑO, 1999, p. 10 apud GOMES PAG.09)

Dados do SEBRAE (2012) evidenciam a relevância da MPE para o equilíbrio entre a oferta e a demanda de empregos, quando se observam as informações relativas à empregabilidade crescente,

pois se verifica que 75,10% da força de trabalho do setor de comércio estão alocados em MPE, enquanto que, para a indústria e os serviços, esse índice reduz-se para 41,40% e 25,13%, respectivamente. (BRITTO, 2012 pag. 06)

Britto (2012 pag.06) acrescenta:

Ainda de acordo com os dados do SEBRAE (2012) no Brasil existem 5,1 milhões de empresas, desse total, 98% são micro e pequenas empresas (MPEs), que respondem por mais de dois terços das ocupações de mão-de-obra do setor privado. (BRITTO, 2012 pag. 06)

No Brasil, cerca de 99% da economia é movimentada através dos processos de negociação e comercialização das micro e pequenas empresas nacionais. Nesse contexto, destacam-se além do comportamento, as ações empreendedoras dos indivíduos proprietários destes negócios, os quais se apresentam imprescindíveis não só para a economia nacional, mas também para a geração de emprego e renda de milhares de cidadãos brasileiros. (LOPES, 2011 p.24)

Dessa forma, pode-se afirmar que a importância dessas empresas vai muito além dos aspectos já mencionados, mas se dá, principalmente, pelo fato de empregarem uma grande parte da mão-de-obra e por serem a maioria de empresas pequenas ou micros se tornando com isso a alicerce de sustentação da economia brasileira e um importante mecanismo de mobilidade social e de melhor distribuição de renda.

O Brasil, como a grande maioria dos países, enfrenta problemas sociais crônicos, desemprego, má distribuição de renda, balança comercial deficitária, etc.

O desenvolvimento regional pode ser a alternativa para a superação desses problemas.

Segundo Mendes (2010), apud Vieira (2012 pag. 1)

O Programa MEI não representa a busca de ampliação da arrecadação tributária, mas sim a necessidade de formalização de milhões de brasileiros, os quais se integrarão ao projeto de desenvolvimento nacional (Mendes 2010, apud Vieira 2012 pag. 1)

Com todo o incentivo oferecido para que o trabalhador informal possa se legalizar, as possibilidades de crescimento e prosperidade

do empreendedor são grandes. Um pequeno negócio iniciado hoje poderá futuramente se tornar uma média ou até uma grande empresa PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2011. apud Vieira (2012 pag. 5)

Com o advento da facilidade para a formalização do micro empreendedor individual o país, a economia, e a sociedade só têm a ganhar, pois assim é possível reverter um quadro de desigualdades, com a geração de emprego e renda, o poder de compra aumenta garantindo assim a venda de mais produtos e conseqüentemente a geração de mais postos de trabalho, diminuindo assim as desigualdades sociais e gerando o bem estar para comunidade local.

3- O PLANO DE NEGÓCIOS

Neste capítulo será tratada a importância do Plano de negocio e sua relação com a concepção e manutenção de empresas de todos os portes e áreas de atuação. Empreender é sempre um risco, mas empreender sem planejamento é um risco que pode ser evitado. O plano de negocio apesar de não ser a garantia de sucesso, irá auxiliar as tomadas de decisões mais acertadas, assim como não se desviar dos objetivos finais.

3.1) Plano de negócio: O que é?

Na visão de especialistas o plano de negócios é definido de diversas maneiras.

Segundo Dornelas 2005,pag 98:

O plano de negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e auto conhecimento e ainda permite o empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios.

Já Richard Luecke da Harvard Business School 2009 pag.88 define que :

Um plano de negócios é um documento que explica uma oportunidade de negócios, identifica o mercado a ser atendido e dá detalhes sobre como a organização empreendedora planeja atingi-lo. O ideal e que ele descreva as qualificações únicas que os principais executivos levam ao esforço,explique os recursos necessários para o sucesso e forneça uma previsão dos resultados em um horizonte razoável de tempo.

De acordo com Claudio Afrânio Rosa consultor do SEBRAE 2007,pag.08

Um plano de negócios é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negocio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócios permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Chiavenato 2008, pag 132 ainda esclarece que :

O plano de negocios descreve a idéia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos , operacionais e financeiros do negocio propostos , geralmente para os próximos 2 a 5 anos.

Com isso podemos observar que autores apontam o plano de negócios como ferramenta no auxílio de criação de um novo empreendimento, já que com ele é possível planejar, organizar e controlar as atividades do empreendimento em vários níveis da administração assim evitando riscos desnecessários. A seguir veremos mais utilidades do Plano de Negócios na vida de um empreendedor

O roteiro do plano de negócio não elimina os possíveis erros, mas ajuda a enfrentá-los e a direcionar melhor os esforços. Além disso, um bom plano de negócios é um instrumento que ajuda a atrair investidores, fornecedores e parceiros. (Chiavenato, 2008 pg.132).

3.2) Qual a importância do plano de negócios?

O índice de mortalidade das micro e pequenas empresas (MPE) Brasileiras , nos primeiros anos de existência , atinge percentuais próximos aos 70% ou mais , o que tem sido motivo de análise e discussão em vários âmbitos da sociedade, do meio acadêmico ao empresarial. (Dornelas 2005 pag 94)

Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE SP com empresas criadas no período de 1997 a 2001 e que foi divulgada no final de 2003 revela que os fatores de mortalidade das empresas nacionais, a falta de planejamento aparece em primeiro lugar como a principal causa para o insucesso, seguida de deficiências de gestão (gerenciamento de fluxo de caixa, vendas/ comercialização, desenvolvimento de produto etc.), políticas de apoio insuficientes, conjuntura econômica e fatores pessoais (problemas de saúde ,sucessão.)(Dornelas 2005. pag.95)

Devido a falta de planejamento muitas empresas fecham as portas e por falta de conhecimento gerencial deixam a atividade por falta de recursos ou por endividamento , eis aí que surge a necessidade do Plano de Negócios como orientador da atividade empreendedora.

É preciso ter em mente que o plano de negócios é uma ferramenta que deve ser o cartão de visita do empreendedor , uma vez que pode ser utilizado para captação de recursos junto a bancos, investidores, e até mesmo como direcionador de atividades dos colaboradores.

Sim , um plano de negócios sólido é essencial para qualquer empresa que procure financiamento externo de bancos, "Anjos", capitalistas de risco e até de parentes . Se não houver um bom plano , os credores e investidores não o levaram a sério. (Harvard business school/ Richard Luecke 2009 pag.108).

Segundo Dornelas 2005 pag.99 com o plano de negócios é possível:

- A-) Entender e estabelecer diretrizes para seu negocio ;
- B-) Gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas;
- C-)Monitorar o dia a dia da empresa e tomar ações corretiva quando necessário ;
- D-)Conseguir financiamentos e recursos junto a bancos ,governo, SEBRAE ,investidores,capitalistas de risco etc;
- E-)Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a empresa;
- F)-Estabelecer uma comunicação interna eficaz na empresa e convencer o publico externo (fornecedores, parceiros,clientes,bancos, investidores, associações etc.) (Dornelas pag.99)

Todo novo empreendimento deve ser visualizado do ponto de vista de um plano de negócio completo e que contenha todos os elementos importantes para caracterizá-lo adequadamente. O plano deve trazer a descrição do setor, a natureza jurídica do negócio, a estrutura organizacional da empresa, os relatórios financeiros simulados, um plano estratégico e um plano operacional. (Chiavenato 2008 pg.135)

Uma pesquisa realizada com ex alunos de administração da Harvard Business School, nos Estados Unidos, concluiu que o plano de negócios aumenta em 60% a probabilidade de sucesso dos negócios .(Dornelas 2005, pag.99)

Dornelas 2005, pag.101ainda acrescenta ;

Qualquer plano de negócios deve possuir um mínimo de seções as quais proporcionarão um entendimento completo do negocio. Estas seções são organizadas de forma a manter uma seqüência lógica que permita a qualquer leitor do plano entender como a empresa é organizada, seus motivos, seus produtos e serviços, seu mercado, sua estratégia de marketing e sua situação financeira.

O SEBRAE desenvolveu um esboço de plano de negócios para ajustar os futuros empreendedores que ali procuram socorro. (CHIAVENATO, pag.132) e com isso criou um software do Plano de Negócios onde o empreendedor pode baixar gratuitamente na internet, esta ferramenta tão importante na orientação do rumo do negocio.

A seguir apresentaremos o plano de negocio da revendedora de gás GLP Jorge guerreiro utilizando o software plano de negócios 2.0 do SEBRAE.

3.3) O Plano de negócios da empresa Jorge Guerreiro

Plano de Negócio - JORGE GUERREIRO -GÁS E AGUA

1 - Sumário Executivo

1.1 - Resumo dos principais pontos do plano de negócio

Criar uma distribuidora de GÁS GLP e ÁGUA MINERAL 20 LITROS no bairro Tejuco na cidade de São João del rei, com entrega rapida, atendimento cordial e preço justo.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	RS 67.240,94
Lucratividade	13,62 %
Rentabilidade	90,88 %
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 2 meses

1.4 - Missão da empresa

Servir com RAPIDEZ e GENTILEZA ,comercializar o GÁS GLP e ÁGUA MINERAL satisfazendo os clientes com a prestação do serviço para isso 2 Regras : 1) Rapidez na entrega; 2) Relacionamento com o cliente.

1.8 - Capital Social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Thiago Malta Rodrigues	R\$ 21.344,11	100,00
Total		R\$ 21.344,11	100,00

2 - Análise de Mercado

2.1 - Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

PARA VENDA DE GÁS = DONAS DE CASA/ compra coletiva/ facebook

PARA VENDA DE ÁGUA= COMERCIO EM GERAL, ESCRITORIOS DE ADVOCACIA, CONSULTORIOS MEDICOS,(PSICOLOGOS,TERAPEUTAS,PSIQUIATRAS,CONSULTORIOS ODONTOLOGICOS)

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

GÁS:

ENTREGA RAPIDA/CORTEZIA NO ATENDIMENTO/PREÇO JUSTO/DURABILIDADE/QUALIDADE/SEGURANÇA/HIGIENE.

ÁGUA:

ENTREGA RAPIDA/CORTEZIA NO ATENDIMENTO/PREÇO JUSTO/QUALIDADE/SEGURANÇA/HIGIENE.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

GÁS = AS(OS) CLIENTES PORTENCIAIS ENCONTRAM-SE NA CIDADE DE SJDR, NOS BAIROS TEJUCO, GUARDA MOR, SÃO CAETANO, CENTRO, BONFIM.

ÁGUA= EM SUA GRANDE MAIORIA NO CENTRO DA CIDADE DE SJDR.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
JORGE GUERREIRO - GÁS E AGUA	Otima	R\$ 43,00 a R\$ 45,00	A Vista /Cheque/ Cartão.	Otima em uma das principais avenidas do bairro tejuco que dá acesso ao centro bem proximo.	Atendimento personalizado, com horario marcado, conforme necessidade do cliente	Disponibilidade de horario sábados domingos e feriados.	Troca de botijão caso vazamento recente
Butangás	Otima	R\$ 43,00 e R\$45,00	A vista , Cheque, A prazo (Fiado)	3° ou 4° travessa da rua São João.	Bom	Entrega de motocicleta 2 entregadores, venda de caminhão(motorista e ajudante)	Troca do botijão caso vasamento; Entrega rapida;
Chavez gás (Copagáz /nacional gás)	Boa	R\$ 42,00 e R\$ 45,00	A vista, Cartão, Fiado.	Av General Osorio em frente Mercearia do cocada.	Bom ,entregadores eficientes e educados.	entrega rapida; cordialdade;	De entrega do produto; Troca caso vazamento;
Riza gás	Otima	R\$ 43,00 a R\$47,00 (devido prazo na notinha)	Á vista, a prazo (notinhas, cheque, cartão,).	R.são jose (ao lado direito da igreja de são jose)	Otimo	Otimo, o proprietario lida direto com o cliente, conhece seus clientes um a um sabe para quem pode vender a prazo gerencia na pratica sua carteira	Garantia de entrega; Relacionamento com o cliente; Troca caso vazamento;

Hesagás	Boa	R\$ 43,00 a R\$ 47,00 (devido a prazo)	Á vista, prazo (cheque, cartão, notinha)	R. Paulo Severino (travessa da são jose)	Bom entrega rápida.	Bom conta com 2 entregadores esta no mercado a mais de 10 anos.	Entrega do produto; Troca caso vazamento;
Gás da ponte (não formalizado)	Boa	R\$ 43,00 a 46,00	Á vista, a prazo (fiado cheque)	Prox igreja rosa mistica, em uma travessa da R. Paulo Severino.	bom, entrega rápida.	Proprietarios tem relacionamento direto com cliente.	Entrega; Troca caso vazamento.
Gás São Bento	Boa	R\$ 46,00 a 43,00 (devido a prazo)	A vista, a prazo (fiado e cheque)	Trav. R. Paulo Severino.	Bom , proprietario conhece seus clientes um a um .	Otimo, proprietario é uma pessoa carismatica.	Entrega do produto; Troca caso vazamento;
Total gás	Boa	R\$ 43,00 a R\$ 45,00	A vista e A prazo(cheque/ cartão)	Travessa da rua São João	Bom proprietario tem contato direto com clientes.	Bom	Entrega do produto; Troca caso vasamento.
Leiteiro Ailton	Boa	R\$ 43,00 a R\$ 46,00	a vista, a prazo (Fiado , cheque)	???????	bom , conhece seus clientes	entrega rapida; relacionamento com os clientes.	troca caso ocorra vazamento...

Conclusões

No Bairro Tejuco, há pelo menos 3 CONCORRENTES revendedores de gás glp , o que diferecia a empresa JORGE GUERREIRO dos concorrentes são os custos de operação, já que a empresa é constituída por apenas DUAS PESSOAS (Thiago e sua esposa) , não havendo funcionarios há uma redução significante nos custos ,o que POSSIBILITA MAIORES GANHOS.

Os PREÇOS são COMPATIVELIS com os da concorrência , as condições de pagamento são as usuais (a vista ,cheques e cartões) exceto pelo fato da VENDA A PRAZO ANOTADA NO CADERNINHO , UMA ESTRATEGIA QUE TODOS OS CONCORRENTES ADOTAM HÁ ANOS , pois já possuem clientela formada garantida ,uma carteira de clientes,independente de sua localização, já que entrega o produto em casa .

2.3 - Estudo dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	GÁS GLP 13 KG	GÁS 2 IRMÃOS	R\$ 36,00	A VISTA	NA HORA	AV. LEITE DE CASTRO , AO LADO POSTO VIANINI
2	BOCAINA AGUA MINERAL	ADILSON GOMES LTDA	R\$ 3,00 UNID	A VISTA	NO ATO	XXXXXXXXXX

3 - Plano de Marketing

3.1 - Descrição dos principais produtos e serviços

Gás GLP e AGUA MINERAL 20 LTS

Nº	Produtos / Serviços
1	GÁS GLP
2	AGUA MINERAL 20 LTS

3.2 - Preço

Acompanhar o mercado verificando preços dos concorrentes ,visitando casas, conversando c/ donas de casa negociando um a um no telefone descobrindo quanto o cliente está disposto a pagar.

3.3 - Estratégias Promocionais

O deposito de gás está situado em uma avenida movimentada, tem um muro enorme onde estará o nome e telefone da empresa, também possui um portão grande que pode ser usado para colocar faixas para comunicação com publico informando descontos e eventos.

Eventos: 1)distribuição de doces no dia de São Cosme e São Damião; 2) Venda direta no Porta a Porta conhecer e ser conhecido pela dona de casa.

4 - Plano Operacional

4.3 - Processos operacionais

O atendimento será de Domingo a Domingo independente de horario , basta o cliente ligar e será atendido.

O processo da empresa e definido de forma simples . THIAGO NA RUA ABORDANDO CLIENTES, NA VENDA DIRETA E FAZENDO AS ENTREGAS; TACIA ATENDENDO O TELEFONE INFORMANDO THIAGO DOS ACONTECIMENTOS;

4.4 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	TELEMARKETING RECEPTIVO	experiencia em vendas;

5 - Plano Financeiro

5.1 - Estimativa dos investimentos fixos

A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	TERRENO ONDE ESTA SITUADO O DEPOSITO	1	R\$ 0,00	R\$ 0,00
SUB-TOTAL (A)				R\$ 0,00

B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (B)				R\$ 0,00

C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	SUPORTE GALÃO DE AGUA	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
2	SUPORTE DE GÁS	1	R\$ 125,00	R\$ 125,00
3	VASILHAMES DE AGUA	3	R\$ 12,00	R\$ 36,00
4	BOTIJÕES DE GÁS - VASILHAME-	20	R\$ 75,00	R\$ 1.500,00
SUB-TOTAL (C)				R\$ 1.861,00

D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (D)				R\$ 0,00

E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	MOTO CG TITAN 2007	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
2	TRICICLO	1	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00
SUB-TOTAL (E)				R\$ 13.000,00

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	COMPUTADOR	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
SUB-TOTAL (F)				R\$ 800,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):	R\$ 15.661,00
---	----------------------

5.2 - Capital de Giro**A – Estimativa Estoque Inicial**

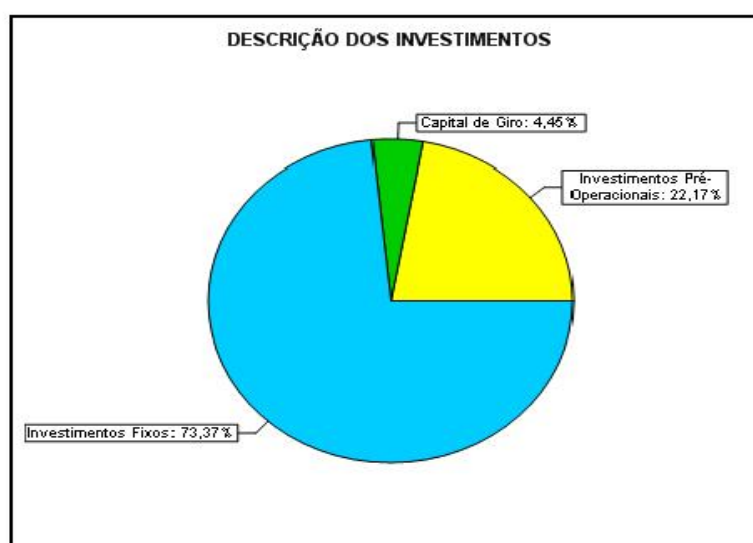
Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	BOTIJÕES - VASILHAMES	20	R\$ 0,00	R\$ 0,00
2	VASILHAME H2O 20LTS	3	R\$ 12,00	R\$ 36,00
3	LIQUIDOS GLP	20	R\$ 36,00	R\$ 720,00
TOTAL (A)				R\$ 756,00

5.3 - Investimentos pré-operacionais

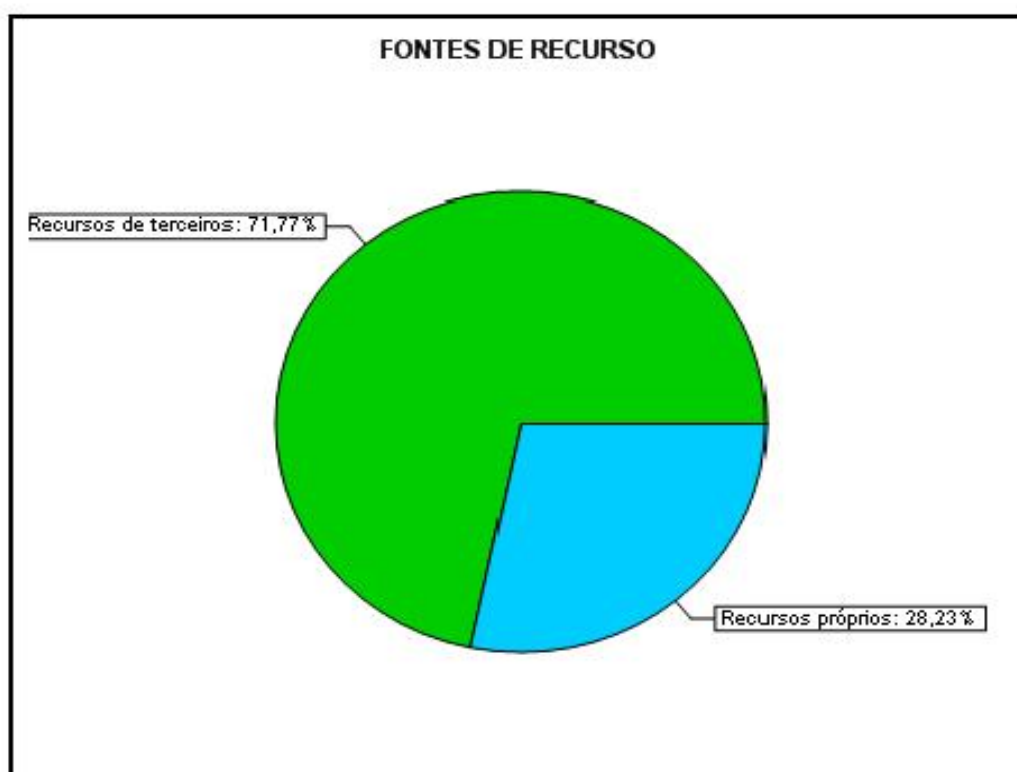
Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 3.658,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 775,00
Divulgação	R\$ 300,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 4.733,00

5.4 - Investimento Total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 15.661,00	73,37
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 950,11	4,45
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 4.733,00	22,17
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 21.344,11	100,00



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 6.025,44	28,23
Recursos de terceiros	R\$ 15.318,67	71,77
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 21.344,11	100,00



5.5 - Estimativa do faturamento mensal da empresa

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	GÁS GLP	100	R\$ 45,00	R\$ 4.500,00
2	AGUA MINERAL 20 LTS	200	R\$ 7,00	R\$ 1.400,00
TOTAL				R\$ 5.900,00

5.12 - Demonstrativo de resultado

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 5.900,00	R\$ 70.800,00	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 4.200,00	R\$ 50.400,00	71,19
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 177,00	R\$ 2.124,00	3,00
Total de custos Variáveis	R\$ 4.377,00	R\$ 52.524,00	74,19
3. Margem de Contribuição	R\$ 1.523,00	R\$ 18.276,00	25,81
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 1.446,44	R\$ 17.357,28	24,52
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 76,56	R\$ 918,72	1,30

5.13 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 67.240,94
Lucratividade	13,62 %

Rentabilidade	90,88 %
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 2 meses

7 - Avaliação Estratégica

7.1 - Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	FORÇAS Ponto comercial boa visibilidade; Baixo custos operacionais; Venda direta; Contato do proprietário direto com cliente; Disponibilidade; Preço competitivo; Marca de credibilidade no mercado mais de 60 anos de mercado;	OPORTUNIDADES Sites de compra coletiva; Preguiça de concorrentes/ou limitações PARA VENDA DIRETA. Facebook; Diversos escritorios /casas/consultorios/ resitaurantes; como clientes em potencial; Implementação de nova maneira de vender o gás.
PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS Ser sozinho no desenvolvimento das VENDAS e ENTREGAS; Nenhuma capacidade de venda a prazo;(notinha fiado)	AMEAÇAS Muitos concorrentes com venda a prazo (notinha)

Ações:

FOCO NA VENDA DIRETA;

PESQUISA DA VENDA NO SITE DE COMPRA COLETIVA;

criação do adesivo com o numero do tel;(FAZER A MARCA APARECER)

COMUNICAÇÃO VISUAL NO MURO E PORTÃO COM PRECIFICAÇÃO DO BOTIJA NA PORTARIA;

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No primeiro capítulo do trabalho monográfico, podemos observar as definições de empreendedorismo por diversos pesquisadores do tema, suas origens e importância no mundo e Brasil contemporâneo, com base em dados em pesquisa realizada pelo GEM apontando principais características do empreendedor brasileiro.

Já no segundo capítulo apresentamos a nova modalidade jurídica: o micro empreendedor individual, modalidade esta, que permite o indivíduo formalizar-se como empresa pagando tributos mais baixos, sendo como exigência que seu faturamento não ultrapasse o valor de R\$ 60.000 anuais.

A realização deste estudo monográfico permitiu que fosse atingido o objetivo proposto aqui inicialmente, de saber qual a viabilidade econômica para criação de uma revendedora de gás GLP no bairro Tejuco na cidade de São João Del rei onde como ferramenta para análise de resultados fora utilizado o software Plano de negócios 2.0 do SEBRAE, onde como resultado da DRE – demonstração do resultado do exercício- a empresa termina o exercício com lucro e seus indicadores de viabilidade apontam os seguintes dados no 1º ano: ponto de equilíbrio= 67.240,94 / Lucratividade =13,62% Rentabilidade =90,88% Prazo de Retorno do Investimento= 1 ano e 2 meses.

Porém também se constatou que o faturamento anual da empresa ultrapassa o valor estipulado pelo governo para se enquadrar na modalidade jurídica micro empreendedor individual, tornando assim inviável sua criação uma vez que as quantidades de produtos vendidos 100 botijões/mês e 200 águas/mês que é uma quantidade baixa para venda, já fizera ultrapassar o faturamento estipulado, tornando assim o negocio inviável, pelo menos na modalidade jurídica micro empreendedor individual, se faz necessário uma nova pesquisa para analisar a viabilidade econômica desta empresa em uma modalidade jurídica diferente , a micro empresa onde o valor de tributos é diferente da do micro empreendedor individual ,podendo como Micro empresa ultrapassar o faturamento de R\$ 60,000/ ano, mas é importante levar em consideração o aumento dos encargos que influem diretamente no resultado do exercício.

REFERÊNCIAS

- BRITO Raimundo Nonato Leal. *O micro empresas e seu regime tributário diferenciado. Revista organização sistêmica* disponível em: <http://www.grupouninter.com.br/revistaorganizaosistemica/index.php/organizacaoSistemica/article/view/141> Acesso em 4 abr. 2013
- CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo. Dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo: Saraiva 2008
- CUPERTINO, Marcos Pereira. *Empreendedorismo: Planejamento de negocios formais no mercado informal*- simpósio de excelência em gestão de tecnologia 2012. Disponível em: <http://www.aedb.br/seget/artigos12/48316565.pdf> acesso em 17/03/13
- DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Ed. de Cultura, 1999.
- DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luíza*. São Paulo: Editora de cultura, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo. Transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier. 2005.
- FERRARI, Fernanda B. & outros. *O ensino a distância como uma ferramenta para empreender na educação*. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ensino de Engenharia, 2001, Porto Alegre. Experiências Concretas no Ensino de Engenharia - COBENGE 2001
- FILION, Louis Jacques. *Do Empreendedorismo à empreendedorologia*. disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/130076979/Do-Empreendedorismo-a-Empreendedorologia-filion> acesso em: 03/13
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo GEM 2012* disponível em: [http:// www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) acesso em 03/13
- GOMES, Almiralva Ferraz. *O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local*. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/rea/article/view/192/0> > acesso em 4 abr.2013
- LOPES, Renata Dutra. *Um estudo sobre a percepção dos empreendedores individuais da cidade de Jardim de Piranhas R/N quanto à adesão a lei do MEI*. Disponível em: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/C8564900221FCF4083257A2A0052EE3A/\\$File/NT000476D6.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/C8564900221FCF4083257A2A0052EE3A/$File/NT000476D6.pdf) > acesso em 4 abr. 2013.
- LUCAS JÚNIOR, Gilberto Corrêa. *A utilização da inovação e o espírito empreendedor em uma empresa familiar: um estudo de caso da Entrelinhas*. Rio de

Janeiro. 2003. Disponível em
<<http://pesquisaecia.blogspot.com/2007/10/empreendedor-empreendedorismo.html> -
20k ->. Acesso em mar/13

LUECKE, Richard. *Ferramentas para empreendedores: Ferramentas e técnicas para desenvolver e expandir seus negócios* Harvard Business essentials / Tradução Rytá Magalhães Vinagre.-3º Ed.- Rio de Janeiro: Record, 2009.

EMPREENDEDORISMO. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br>>
acesso em 02 abr. 2013.

SEBRAE. *Perfil do Micro empreendedor individual*. Disponível em:
[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/C53D25DD2208000183257A4E0048B76E/\\$File/NT0004806A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/C53D25DD2208000183257A4E0048B76E/$File/NT0004806A.pdf)> acesso em 28 mar. 2013.

SOUZA NETO, Bezamat. *Contribuição e elementos para um metamodelo empreendedor brasileiro: o empreendedorismo de necessidade do “virador”*. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2008

TERRA, Branca. *O empreendedorismo e a inovação tecnológica*. 2008. Artigo disponível em http://www.venturecapital.gov.br/vcn/empreendedorismo_CR.asp - 35k - Acesso em mar/13.

VIEIRA, Alice Rodrigues da Silva. *Benefícios propostos pela lei complementar 128/2008: Análise da sua efetividade em um município do Interior do Espírito Santo*. Disponível em: <http://www.aedb.br/seget/artigos12/22716301.pdf> > acesso em 28 mar. 2013.