



Encontro Internacional sobre Gestão
Empresarial e Meio Ambiente

ANÁLISE DO MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL NO QUE CONCERNE AS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS DA EMPRESA: UM LEVANTAMENTO DO MEI DOS QUIOSQUES DA PRAÇA DO COCO DA CIDADE DE MACAPÁ

RAIANE MACIEL COSTA

Centro de Ensino Superior do Amapá - CEAP
mc-raiane@hotmail.com

TIZA TAMIOZZO QUINTAS COLARES

Centro de Ensino Superior do Amapá - CEAP
ttquintas@gmail.com

ANÁLISE DO MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL NO QUE CONCERNE AS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS DA EMPRESA: UM LEVANTAMENTO DO MEI DOS QUIOSQUES DA PRAÇA DO COCO DA CIDADE DE MACAPÁ

ANALYSIS OF MICRO INDIVIDUAL ENTERPRISE IN RELATION INFORMATION FINANCIAL COMPANY: A SURVEY OF KIOSKS SQUARE OF COCONUT MACAPÁ CITY

RESUMO

No decorrer das atividades empresariais, o Micro Empreendedor Individual, assim como qualquer outro tipo de empresário, pode fazer uso de informações contábeis de caráter financeiro e gerencial, o que tornaria o acompanhamento de suas atividades operacionais mais eficientes na busca por melhores práticas de aperfeiçoar seus produtos ou serviços prestados. A pesquisa tem como objetivo demonstrar como o Micro Empreendedor individual analisa as informações contábeis da empresa, descrevendo os aspectos históricos, conceituais e jurídicos do Micro Empreendedor Individual e caracterizando a informação contábil e a forma como essa informação é disponibilizada aos usuários. Para tanto, a metodologia utilizada quanto aos objetivos é exploratória, quanto à abordagem é quantitativa e os procedimentos utilizou-se uma pesquisa de campo com base em questionário dos empresários individuais da praça do coco na cidade de Macapá - AP, onde se obteve uma análise de dados que contribuiu para que se chegasse a uma informação precisa de que há uma grande falha no que se refere as obrigações desses empresários, principalmente no que diz respeito aos conhecimentos adquiridos relacionados as informações contábeis, pois pra eles, as mesmas não são repassadas.

Palavras-chave: Micro Empreendedor Individual. Informações Contábeis. Quiosques da Praça do Coco.

ABSTRACT

In the course of business activities, the individual Micro Entrepreneur, as well as any other type of entrepreneur can make use of financial information in financial and managerial character, which would make the monitoring of its most efficient operating activities in the search for best practices to improve their products or services rendered. The research aims to demonstrate how the individual Micro Entrepreneur analyzes the company's financial statements, describing the historical, conceptual and legal aspects of Individual Micro Entrepreneur and featuring the accounting information and how that information is made available to users. Therefore, the methodology of the aims is exploratory, as the approach is quantitative and procedures used a field research based on a questionnaire of individual entrepreneurs coconut square in the Macapa city, where we got a review data that helped to arrive at an accurate that there is a major flaw as regards the obligations of entrepreneurs, particularly with regard to the acquired knowledge related accounting information, as for them, they are not passed.

Keywords: Micro individual Entrepreneur. Accounting Information. Individual Entrepreneurs Coconut Square.

1 INTRODUÇÃO

A abertura de novas empresas está dando um impulso muito forte à economia brasileira junto a novas descobertas, seja na área tecnológica como na medicina tem dado destaque ao desenvolvimento do país fortalecendo a credibilidade entre as nações de economia forte (TIBÚRCIO, 2012).

Pequenos empreendedores autônomos tinham grandes dificuldades devido as despesas, até mesmo com contadores para legalizar seu negócio por conta da burocracia encontrada para a abertura das empresas.

Contudo, a Lei Complementar 128/08 que trata do Micro Empreendedor Individual (MEI) concedeu benefícios fiscais e tributários bem como trouxe facilidades para os mesmos usufruírem da postura de empresário. Entre as facilidades criadas para esse micro empreendedor está a de terem um contador à disposição para orientá-los gratuitamente até a formalização definitiva, Isso acontece, no mínimo por até dois anos, e é muito importante a orientação de um contador ou até mesmo do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Ainda segundo Tibúrcio (2012, p. 17), “as instituições compreenderam as suas responsabilidades e passaram a ter um papel mesmo que pequeno, mas importante na sociedade”. Nesse contexto, entender a análise que o pequeno empresário faz ao receber informações contábeis é importante no ramo de suas atividades, pois primeiramente ele tem que conhecer o seu negócio, conhecer a concorrência e saber administrá-lo no momento de tomar decisões, para um bom desempenho do negócio.

O que leva ao seguinte questionamento: *De que forma o MEI analisa as informações contábeis de sua empresa?* O presente artigo tem como objetivo demonstrar como o Micro Empreendedor individual analisa as informações contábeis da empresa.

Sabe-se que o Micro Empreendedor Individual (MEI) possui algumas condições favoráveis em virtude da Lei Complementar 128/2008, tanto quanto a formalização, a tributação e quanto ao amparo empresarial prestado também pelo SEBRAE. Nesse sentido, o MEI dispõe de mecanismos facilitadores para alavancar seus negócios e conduzi-lo de forma a torna-lo produtivo e seus funcionários capacitados a atender o público em geral.

No decorrer das atividades empresariais, o MEI, assim como qualquer outro tipo de empresário, pode fazer uso de informações contábeis de caráter financeiro e gerencial, o que tornaria o acompanhamento de suas atividades operacionais mais eficientes na busca por melhores práticas de aperfeiçoar seus produtos ou serviços prestados.

O que pouco se conhece é como o MEI faz uso da informação contábil a seu favor nos negócios. Pressupõe-se que primeiramente o MEI não faz análise alguma das informações contábeis, que muitas das vezes ele até desconhece o que a informação contábil pode representar para sua empresa. Soma-se a isto a cultura regional de se limitar a recorrer a informações contábeis que atendam apenas ao básico exigido, nesse caso, à tributação. Por fim, pressupõe-se que o MEI não possui interesse em informações contábeis diferenciadas as que têm obrigação de apresentar e que muitas vezes desconhecem o papel de um contador, por deixar as situações a cargo dos serviços do SEBRAE.

A justificativa se deve ao fato de ser um tema que aborda uma classe de pequenos empreendedores que visam crescimento, mas que não possuem, em alguns casos, conhecimentos empresariais para tomadas de decisões, sendo que para tais crescimentos exigem-se planejamentos que não comprometam o futuro dos seus negócios.

A contribuição prática da pesquisa é de demonstrar como os Micros Empreendedores Individuais analisam as informações contábeis, e a partir de então identificar formas de auxiliar os seus negócios a fim de que possam avançar futuramente. As informações contábeis possuem características diferenciadas para atender os mais diversos tipos de usuários. Nesse caso específico, chegar ao cerne da pesquisa viabilizará chegar às mãos dos MEI informações precisas e de fácil entendimento e utilização.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL

Segundo o SEBRAE (2014), para se chegar a lei do Micro empreendedor individual, várias trajetórias, estudos e discussões se passaram, contudo, a principal preocupação desses empreendedores era facilitar a legalização e usufruir de benefícios fiscais, tributários, previdenciários, dos créditos, e vários outros que pudessem alavancar seu negócio.

No ano de 2005 o projeto de lei foi protocolado no Congresso Nacional, para o processo de apreciação e posterior aprovação na Câmara Deputados e no Senado Federal. Em 2006, esse projeto foi aprovado na Câmara, sendo então conforme o rito processual encaminhado para votação no Senado. No Senado, foram feitas 34 alterações e após retornar para a Câmara e ser aprovado, foi então encaminhado para sanção do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Em 2007, Entidades e empresários se organizam para implementar a Lei Geral. Entra em vigor o Simples Nacional, também batizado de Supersimples (SEBRAE, 2014).

Segundo o SEBRAE ao longo do ano, vários aperfeiçoamentos foram acontecendo, a exemplo da inclusão de novas categorias de atividades no Simples Nacional. A nova lei complementar - a LC 128/2008 alterou a redação da lei de 2006. No mesmo ano, a resolução 58 instituiu a categoria de Empreendedor Individual para empreendedores informais com receita bruta anual de até R\$ 36 mil. Em 2009, o Comitê Gestor do Simples Nacional publica a Resolução 58 que determina o enquadramento no EI (Empreendedor Individual). Em 1º de julho deu-se início da adesão à categoria Empreendedor Individual.

No final da trajetória para que a lei do Micro Empreendedor Individual verdadeiramente se cumprisse, a lei 128/08 chegou e com ela também a possibilidade desse pequeno empresário se legalizar. Os trabalhadores autônomos (que trabalham por conta própria) e micros empresários podem optar por se legalizar através do MEI. É uma alternativa, para quem objetiva um pequeno negócio até mesmo dentro de casa.

Portanto, o MEI teve seu surgimento no Brasil pelo Governo Federal em 2006 e sofreu uma adequação pela Lei Complementar 128/08 com intuito de facilitar para que muitos trabalhadores saiam da informalidade, e estejam inserido dentre as empresas legalizadas, e consequentemente mostrar que a legalidade é muito mais vantajosa do que a informalidade (SEBRAE, 2014).

Os conceitos de empreendedor apresentados pelos autores não diferem entre si, sendo que para Dolabela (2003) o empreendedor consegue explorar as oportunidades do mercado, independentemente dos recursos que possua, pois sabe como buscá-los e gerenciá-los.

Em suma, Marcondes e Bernardes (2004, p.20) conceituam empreendedor como, “toda pessoa que identifica necessidades de clientes potenciais e, como uma oportunidade de negócio para satisfazê-las, cria uma empresa”.

Segundo Filion (1999), o empreendedor pode ser descrito como uma pessoa criativa, que tem capacidade de estabelecer e atingir objetivos e também mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios; busca aprender continuamente, desenvolvendo suas habilidades; toma suas decisões moderadamente arriscadas; objetiva a inovação; imagina, desenvolve e realiza visões.

Em consonância com Filion (1999), Dornelas (2001) afirma que o empreendedor deve possuir alguns conhecimentos que possibilitem a consolidação de seu empreendimento, dentre eles, o conhecimento técnico sobre o negócio, o conhecimento das necessidades dos clientes, e o conhecimento necessário ao gerenciamento do empreendimento.

Já para Bernardi (2007, p. 64) o empreendedor conduz o traço de um perfil característico e tipo de personalidade conforme o Quadro 1 sobre o perfil característico do empreendedor.

Perfil	Descrição
	Saber qual a ocasião favorável, de algo novo que traga benefícios

Senso de oportunidade	proporcionando crescimento a empresa.
Dominância	Ter uma alta posição em relação aos acontecimentos na empresa.
Agressividade e energia para realizar	Ter pulso firme pra realizar seus objetivos
Autoconfiança	Estar firme e confiante em suas decisões
Otimismo	Acreditar que tudo vai ocorrer conforme o planejado.
Dinamismo	Atividade intensa
Independência	Tomar decisões sozinho
Persistência	Não desistir na primeira dificuldade
Flexibilidade e resistência	Se adaptar as mudanças no mercado
Criatividade	Criar algo novo dependendo das circunstâncias.
Propensão ao risco	Não ter medo de arriscar quando acha que vai dá certo.
Liderança carismática	Dirigir pessoas sem precisar ser grosseiro
Habilidade de equilibrar sonho e realização	Não pensar além da realidade
Habilidade de relacionamento	Facilidade pra lidar com pessoas

Quadro 01: Perfil característico do empreendedor

Fonte: adaptado de Bernardi (2007).

O quadro 1 apresentado evidencia o que de fato o empresário tem que ter para ser considerado um empreendedor, sem fugir da realidade em que a empresa se encontra, o interessante é saber o momento e a maneira de agir nas diferentes situações.

Filion (1999) relata que inúmeras pesquisas já foram realizadas com o propósito de se definir um perfil para o empreendedor, mas que tal pretensão torna-se complexa e difícil de ser alcançada tendo em vista as grandes diferenças de amostras existentes e que influenciam diretamente nos resultados.

O microempreendedor individual empreende ao tomar frente de determinada atividade individualmente, sem ser funcionário de empresa, cientista, inventor, apenas exercendo a esmo, até formalizar-se, uma atividade que lhe aufera renda mas, sem trabalhar para terceiro, sendo sim dono de seu próprio negócio (DEGEN, 2009).

O Microempreendedor Individual é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser um microempreendedor individual, é necessário faturar hoje no máximo até R\$ 60.000,00 por ano ou R\$ 5.000,00 por mês e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular (SEBRAE, 2014). O Micro Empreendedor individual é uma figura pequena, mas de suma importância na sociedade, ele é aquela pessoa que formaliza seu negócio e arranja parâmetros para dá sustentabilidade e retorno para a empresa. Sendo assim, o empreendedor é aquele que corre riscos não fugindo da capacidade financeira da empresa, buscando ter rentabilidade no negócio. O fato é que o MEI é uma grande opção pra quem deseja iniciar um pequeno negócio dentro dos parâmetros legais.

2.1.1 Legislação do Micro Empreendedor Individual

Com o objetivo de incentivar a legalização dos trabalhadores informais, a LC nº 123/2006 criou o Simples nacional, objetivando unir os tributos para as micro empresas e empresas de pequeno porte. No entanto, com as consequentes mudanças na lei, alguns empreendedores continuaram ilegais, não atingindo o objetivo esperado. Com o surgimento da LC nº 128/2008 esses trabalhadores tiveram mais facilidades e menos despesas para regulamentar o seu negócio.

O § 1º para os efeitos desta Lei, considera-se MEI o empresário individual a que se que tenha auferido receita bruta, no ano-calendário anterior, de até R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), optante pelo Simples Nacional e que não esteja impedido de optar. Pois os demais empresários não se encaixam no padrão, portanto não podem usufruir do benefício.

No seu Art. 18 a lei complementar 128/08, confirma que o MEI poderá optar pelo recolhimento dos impostos e contribuições abrangidos pelo Simples Nacional em valores que não variam mensalmente, independentemente de quanto ele arrecada no mês. Isso é um pontapé inicial para o crescimento desse pequeno empreendedor.

Quanto aos tributos art. 18-A, § 3º, inciso V, da LC nº. 128/2008 enfatiza que:

Art. 18-A. O Microempreendedor Individual - MEI poderá optar pelo recolhimento dos impostos e contribuições abrangidos pelo Simples Nacional em valores fixos mensais, independentemente da receita bruta por ele auferida no mês, na forma prevista neste artigo. [...]

Quando o MEI possuir um funcionário, no qual é a quantidade permitida, o mesmo tem que pagar no mínimo o salário-mínimo ou salário da categoria conforme o artigo art. 18-C da LC nº. 128/2008:

Art. 18-C. Observado o disposto no art. 18-A, e seus parágrafos, desta Lei Complementar, poderá se enquadrar como MEI o empresário individual que possua um único empregado que receba exclusivamente 1 (um) salário mínimo ou o piso salarial da categoria profissional.

Objetivando facilitar os impostos pagos pelos empresários o MEI teve uma atenção especial de acordo com inciso VI, art. 18-A da Lei Complementar 128/2008, onde foram isentas de alguns impostos, como: IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados); CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido); COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social); PIS/Pasep; IRPJ (Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica); Contribuição de Terceiros; CPP (Contribuição Patronal Previdenciária) – para a Seguridade Social.

O MEI possui suas obrigações assim como qualquer outro empresário, o fato é que ele possui menos por conta do seu enquadramento no qual foi imposto conforme as possibilidades desse empreendedor, porém deve-se cumpri-las. Dentre as principais características do MEI encontram-se: Ser empresário individual, não ter nenhum sócio; Limite de faturamento de R\$ 60.000,00 anualmente; Enquadramento no Simples Nacional; Não pode ter filiais; Ter apenas 1 (um) funcionário.

2.2 INFORMAÇÃO CONTÁBIL E SUA APRESENTAÇÃO AOS USUÁRIOS INTERNOS E EXTERNOS

A contabilidade no ato de suas atividades é uma ferramenta indispensável para decisões dentro de um negócio, pois ela mostra em papéis de um modo geral a real situação financeira da empresa e fornecer informações a seus usuários. Para Hendriksen e Van Breda (2007, p. 135) sua importância tem sido ressaltada frequentemente nas definições da contabilidade:

Por exemplo, a Associação Americana de Contabilidade diz que a contabilidade é “[...] o processo de identificação, mensuração e comunicação de informação econômica para permitir a realização de julgamentos bem tomada de decisões por usuários da informação”. O conselho de princípios contábeis dizia que a função da contabilidade é “[...] fornecer informação quantitativa, principalmente de natureza financeira, sobre entidades econômica, de utilidade para tomada de decisões econômicas”. E o Fasb declarou que o papel da divulgação financeira na economia é “fornecer informação que seja útil para a tomada de decisões empresariais e econômicas”.

Portanto, é necessário saber de que maneira os analistas veem as informações dadas pelos contadores. No entanto, estudos pela Faculdade do Sul da Bahia (FASB) aparentemente concluiu que os administradores utilizam um valor presente líquido. Consequentemente, a Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC) na exposição dos objetivos financeiros.

No estudo das decisões tomadas pelos usuários, bem como do impacto dessas decisões sobre o fornecimento de informações, os teóricos da contabilidade têm adotado duas estratégias. Uma delas consiste em perguntar como as pessoas devem tomar decisões, ou seja, um enfoque normativo; a outra consiste em perguntar como as pessoas realmente tomam decisões, ou seja, um enfoque positivo. No primeiro, parte-se tipicamente de um modelo econômico e procura-se deduzir que informação é necessário para fazê-lo funcionar. No segundo, estuda-se como os indivíduos utilizam os dados financeiros que são fornecidos (HENDRIKSEN; BREDÁ, 2007, p. 135).

É importante estudar qual o impacto positivo da tomada de decisão, só assim pode-se saber o que é de fato mais utilizável, assim como a normalidade também, protótipos de contabilidade através da lógica que deduz dos normais nas decisões.

A informação contábil são os dados referentes a estimado estado em que se encontra a empresa financeiramente, deve ser de grande confiabilidade, pois ela é o instrumento irrelevante para os usuários da informação que dentre outros são os administradores, presidentes, até mesmo os clientes a darem continuidade e proporcionar sucesso a uma empresa.

Iudícibus (2010, p. 33) diz que, “as demonstrações contábeis são preparadas e apresentadas para os usuários externos em geral, tendo em vista suas finalidades distintas e necessidades diversas”. Governos, órgãos reguladores ou autoridades fiscais, por exemplo, podem especificamente determinar exigências para atender os seus próprios fins.

Ainda conforme Iudícibus (2010), as Demonstrações Contábeis preparadas com tal finalidade satisfazem as necessidades comuns da maioria dos seus usuários, uma vez que quase todos eles utilizam essas demonstrações contábeis para tomada de decisões econômicas, e enfatizam a finalidade e o alcance das finalidades.

Conforme a NBC T 11 as características da informação contábil, a contabilidade, em sua condição de ciência social, cujo objeto é o patrimônio, busca, por meio da apreensão, da quantificação, da classificação, do registro, da eventual sumarização, da demonstração, da análise e relato das mutações sofridas pelo patrimônio da entidade, a geração de informações quantitativas sobre ela, expressas em termos físicos e monetários (DIAS, MOURA, SILVA, 2007).

Iudícibus (2010, p. 5), enfatiza três finalidades para qual se usa a informação contábil. A primeira finalidade é de planejamento, pois é o processo de decidir que curso de ação deverá ser tomado para o futuro. A segunda é a finalidade de controle que pode ser conceituado como um processo pelo qual a alta administração se certifica, na medida do possível, de que a organização está agindo em conformidade com os planos e políticas traçados pelos donos de capital e pela própria alta administração. A terceira finalidade consiste no auxílio do processo decisório, e consiste no conjunto de ações que faz com que se consiga a obtenção dos objetivos desejados definidos pelo planejamento.

No entanto, o objetivo da contabilidade é fornecer informação a seus usuários, proporcionando facilidade de entendimento, conseqüentemente dirigindo-os para as tomadas de decisões. Os usuários caracterizados como os recebedores das informações, precisam ser bem direcionados para que possam tomar decisões coerentes com o estado em que a empresa se encontra, caso contrário, a empresa pode ser levadas a direções não favoráveis, pondo em risco a saúde da empresa.

2.2.1 Tomada de decisão e sua utilização pelos gestores

Quanto às tomadas de decisões, a mesma tem um papel importantíssimo no desenvolvimento da empresa. Pois para Hendriksen e Van Breda (2009, p. 135) a finalidade de uma teoria geral de tomada de decisões é criar um contexto no qual se possa examinar as

hipóteses, devendo produzir um referencial para o desenvolvimento de novos modelos. As decisões ocorrem de acordo com os acontecimentos que se exigem tomadas de atitudes decorrentes dos mesmos. Portanto, tende-se a necessidade que se tenha opções de escolhas disponíveis, é sempre importante ter em mãos situações referentes a decisões tomadas anteriormente e seus respectivos resultados decorrentes disso, para que se possa escolher o que fazer no presente momento, a partir das alternativas disponíveis.

O Administrador é um dos usuários das informações contábeis e possui em sua profissão a característica de tomador de decisão. Segundo Chiavenato (2011, p. 24):

O administrador deve estar focalizado no futuro para poder preparar sua empresa para enfrentar os novos desafios que surgem, seja por meio de novas tecnologias, novas condições sociais e culturais, seja por meio de novos produtos e serviços. Além disso, deve pensar globalmente (ver o mundo) e agir localmente (atuar na empresa). Para levar sua empresa a excelência, o administrador deve ter espírito empreendedor, aceitar desafios, assumir riscos e possuir um senso de inconformismo sistemático. Somente assim o administrador pode conduzir sua empresa a uma situação melhor.

Portanto, as decisões presentes vão ter impactos positivos ou negativos futuramente, por isso a inobservância de decisões, ou decisões tomadas impulsivamente, pode levar a empresa a descontinuidade.

Em primeiro lugar, o tomador de decisão é a pessoa que faz uma escolha ou opção entre várias alternativas futuras de ação. Em segundo lugar, objetivos são os que o tomador de decisão pretende alcançar com suas ações. Em terceiro lugar, Preferências são os critérios que o tomador de decisão usa para fazer suas escolhas. (CHIAVENATO, 2011).

Em quarto lugar, estratégia é o curso de ação que o tomador de decisão escolhe para atingir seus objetivos. O curso de ação é o caminho escolhido e depende dos recursos de que pode dispor. Em quinto lugar, situação são os aspectos do ambiente que envolve o tomador de decisões, alguns deles fora do seu controle, conhecimento ou compreensão e que faz sua escolha. E em último lugar, resultado é a consequência ou resultante de uma dada estratégia (CHIAVENATO, 2011).

Relativamente, a decisão cabe ao administrador. Porém as tarefas são divididas por setores, fatores no qual todos integrantes da empresa tem seu papel para o bom seu bom funcionamento, com isso cada setor tem sua importância e suas decisões diariamente. Por isso o administrador, precisa de variadas informações para suas tomadas de decisões.

O processo de decisão, a princípio o que se espera é uma solução para os problemas relacionados, e que isso não afete a situação financeira da empresa futuramente, infelizmente nem sempre se pode resolver com apenas uma decisão do administrador, pelo fato de que existe uma subjetividade muito grande, por conta das decisões individuais de cada hierarquia da empresa. Vale ressaltar que para o bom andamento da empresa, é necessário um excelente trabalho de equipe em cada setor de atividade.

O fato é que tomar decisões não é fácil, isso é de grande responsabilidade pra quem as põem em pratica, é necessário ter cautela e sabedoria para tomá-las, ter noção para identificar erros e corrigi-los com segurança na escolha feita, e se caso não correr como o esperado, corrigir da melhor forma possível.

2.3 O MEI QUANTO ÀS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

Em uma pesquisa realizada na cidade de Criciúma relata que se tratando dos serviços exigidos pela legislação, que obrigatoriamente devem ser prestados gratuitamente, a maior parte das organizações contábeis, afirma que há cobrança por outros serviços prestados ao MEI, como a confecção de folha de pagamento, confecção das guias de FGTS, INSS, DAS, entre outros serviços. FÁVERI (2011), pesquisa sobre *a participação das organizações*

contábeis na formalização dos microempreendedores individuais, objetivou em averiguar a participação das organizações contábeis na formalização dos Microempreendedores Individuais, onde foi feita uma pesquisa bibliográfica exploratória, obteve-se que a classe contábil torna-se relevante, em todo o auxílio aos Microempreendedores nas atividades empresariais, pois o contador dispõe de todo o conhecimento necessário para o desenvolvimento do negócio.

Os micro empreendedores do município de Iúna/ES têm procurado informações, buscando um maior conhecimento com relação à formalidade das empresas para se manterem no mercado regularizado de acordo com a Lei 128/2008. Porém há ainda grande parte desses micro empreendedores que permanecem na informalidade, alguns pela falta de uma situação financeira que seja viável para pagar os tributos arrecadados pelo Governo, mesmo sendo estabelecidos com valores reduzidos, e outros pela falta de programas de incentivos propostos pelo município. Cade et al. (2012) pesquisa destinou-se ao *Micro Empreendedor Individual no Município de Iúna-es: Formalidade x Informalidade*, objetivou verificar de que maneira a formalização do micro empreendedor individual é vista pelos empresários que se formalizaram por meio deste projeto do governo. E ao mesmo tempo, objetiva-se entender os motivos que levam alguns empresários a continuar na informalidade, a pesquisa foi Essa pesquisa se caracteriza como descritiva, bibliográfica, documental e de Levantamento de dados. Onde os dados coletados foram através de questionário elaborado pelos pesquisadores, tendo sido aplicado a 15 empreendedores formais, 13 informais localizados no bairro Centro da cidade de Iúna.

Num país como o Brasil, onde a contabilidade é associada a um mísero departamento situado nos fundos de uma empresa qualquer, percebe-se que o profissional contábil é muito mais que um simples funcionário ou prestador de serviços, é na verdade uma figura essencial à saúde econômica da nação, pois com seus serviços propicia a análise da organização, o estudo do patrimônio, as transações comerciais, seus fluxos de caixa, custos, estoque ou bens, abastecendo o cliente com informações que irão orientá-lo na hora de tomar decisões, proporcionando crescimento e desenvolvimento do mesmo e de seu empreendimento . CORDEIRO (2012) pesquisa das *vantagens e desvantagens apresentadas aos Micro Empreendedores Individuais com a promulgação da lei 128/2008*, que objetivou a demonstrar os aspectos positivos e negativos da formalização do negócio advindos da lei, no qual o estudo baseou-se em de uma pesquisa descritiva analítica aos Microempreendedores nas atividades empresariais, onde ele concluiu que o empreendedor terá que se profissionalizar para controlar melhor suas contas seus lucros e viabilizar seu pequeno negócio.

3 METODOLOGIA

A pesquisa quanto aos objetivos caracteriza-se como pesquisa descritiva, segundo (OLIVEIRA, 2001) O estudo descritivo permite ao pesquisador a obtenção de uma melhor compreensão do comportamento de diversos fatores e elementos que influenciam determinado fenômeno.

Quanto aos procedimentos caracteriza-se como pesquisa de campo, para Marconi e Lakatos (2008, p. 188) a pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos a cerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos e as relações entre eles.

Quanto à abordagem do problema a pesquisa caracteriza-se como quantitativa, de acordo com Marconi e Lakatos (2008, p. 189) consiste em investigações de pesquisa empírica cuja principal finalidade é o delineamento ou análise das características de fatos ou fenômenos, a avaliação de programas, ou o isolamento de variáveis principais ou chave,

qualquer um desses estudos pode utilizar métodos formais, que se aproximam dos projetos experimentais, caracterizados pela precisão e controle estatísticos, com a finalidade de fornecer dados para a verificação de hipóteses, todos eles empregam artifícios quantitativos tendo por objetivo a coleta sistemática de dados sobre populações e programas.

Quanto à técnica da pesquisa, o presente estudo empregar-se á com base em questionário. A população que enfatiza é de todos os quiosques, mais a amostra intencional é todos os quiosques da praça do coco.

Em seguida, foi elaborado questionário com 14 perguntas voltadas para a pesquisa, 6 para o respondente, e 8 para dados da empresa e dados do MEI, onde teve sua aplicação na Praça do coco na cidade de Macapá-AP. Destinando-se a aplicação, dos 30 empreendedores apenas 25 se disponibilizaram para responder o questionário.

As limitações se deram na aplicação do questionário, pois alguns empreendedores não se disponibilizaram ou não tinham interesse no assunto, ao todo 5 empresas não cooperaram para realização da pesquisa.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A pesquisa de campo foi aplicada com base em questionário, onde foram entrevistados 25 micro empreendedores individuais no período do mês de maio de 2014 na Cidade de Macapá, especificamente na praça do coco.

4.1 DADOS DA EMPRESA

- **Faturamento do último ano**

A pesquisa quanto aos dados da empresa buscou identificar nesse primeiro momento o valor do faturamento do último ano realizado pela empresa. A presente questão tem o objetivo de saber se esses empreendedores obtêm um faturamento com valor significativo. Conforme quadro 5 do faturamento do último ano.

Quadro 05: faturamento do último ano

Quantidade em R\$	Percentual %
Até R\$ 8.400,00	12%
De R\$ 8.401,00 a R\$ 10.800,00	8%
De R\$ 10.801,00 a R\$13.200,00	80%
TOTAL	100%

Fonte: dados da pesquisa.

Conforme quadro 5 observa-se que o faturamento de 12% dos entrevistados chegam a R\$ 8.400,00 por ano, um valor bem menor que a maioria dos entrevistados, sendo que os demais faturam até R\$ 13.200,00, representando 80% do número total pesquisado.

Constatou-se que as empresas não faturam muito e é necessário suporte pra identificar o motivo, pois o ambiente é um lugar bem movimentado e precisa ser inovado.

- **Possui Empregados**

A pergunta seguinte consiste em saber se as empresas tinham funcionários e a capacidade desses empreendedores de pagar um empregado. Embora com o pouco faturamento desses empreendedores, 40% possuem empregados, interessante é que esses funcionários ganham 20% das vendas do dia, e os outros 60% desses empresários afirmaram não ter condições financeiras de pagar despesas em relação aos funcionários.

Apesar do pouco faturamento desses empreendedores alguns acham viável pagar 20% ao funcionário, Observa-se que pelo valor do faturamento não é significativo se eles adquirirem o produto à vista. Caso contrário, ainda pode ser viável.

4.2 DADOS DO MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL

a) O Grau de Escolaridade

A primeira questão relacionada aos dados do MEI foi o grau de escolaridade, com o intuito de saber até onde conseguiram chegar com a educação obtida, com vistas a demonstrar se suas conduções do negócio tem relação com o nível de instrução recebido.

Conforme dados fornecidos, 60% desses empreendedores tem o ensino fundamental, muitos incompleto, o ressaltante que equivale a 40% dos pesquisados, chegam ao patamar do ensino médio completo, o que mostra que sua condução dos negócios é com base apenas em intuição e vivência do dia a dia.

Percebe-se que há uma imaturidade referente a nível escolar desses empresários, seria interessante que os mesmos pudessem se especializar em alguma área financeira para ter noções de negócios, e não apenas se limitar aos acontecimentos do dia a dia.

b) Tempo como MEI

Em seguida, houve a necessidade de questionar a quantidade de anos que esses empresários atuam no mercado, com o objetivo de saber a possibilidade de crescimento com o tempo de serviço. Conforme quadro 6 sobre a quantidade de tempo como MEI.

Quadro 06: quantidade de tempo como MEI

Quantidade de anos	PERCENTUAL %
8 anos a 10 anos	60%
11 anos a 12 anos	28%
13 anos a 14 anos	12 %
TOTAL	100%

Fonte: dados da pesquisa.

É grande a quantidade de tempo que esses empreendedores atuam no mercado, a menor quantidade de anos que eles tem, é de 8 anos, que equivale a 60% dos entrevistados, número bem significativo de atuação como empresário.

c) Pontos favoráveis e Desfavoráveis de ser MEI

Questionou-se também, os pontos favoráveis e não favoráveis de ser um MEI, com a finalidade de saber, se esses empreendedores tinham conhecimento de seus direitos perante a sociedade empresarial.

Nenhum dos respondentes souberam falar sobre qualquer ponto favorável referente a Lei do MEI, apenas 3 falaram dos pontos desfavoráveis, onde reclamaram do pouco faturamento por eles adquiridos.

d) Faixa Etária de idade

Com o intuito de estabelecer uma relação entre a faixa etária do MEI e sua vivência do negócio a pergunta seguinte pauta sobre a faixa etária dos empreendedores. Conforme quadro 7 sobre idade do empreendedor.

Quadro 07: Idade do empreendedor

Idade	Percentual %
26 a 30	0%
31 a 35	10%
36 a 40	70%
41 a 45	20%
46 a 50	0%
51 a 55	0%
Total	100%

Fonte: dados da pesquisa.

De acordo com os dados coletados, 10% desses empresários estão na faixa dos 31 a 35 anos, 70% tem entre 36 a 40 anos e 20% entre 41 a 45 anos. O fato é que esses empreendedores já possuem uma boa experiência, pois nenhum tem menos que 30 anos de idade. A idade desses empresários relacionados com o tempo que eles atuam no mercado é grande, o fato é que isso é tempo suficiente para esses empreendedores já terem alavancado o negócio e sido desenquadrados do MEI, se caso eles tivessem uma boa noção de negócio.

e) Sexualidade

O intuito dessa pergunta foi conhecer quem liderava esses empreendimentos, se os homens ou mulheres. Constatou-se que os homens lideram o número de empreendedores com 68%, ou seja, 17 empreendedores são do sexo masculino, quanto 32% são do sexo feminino, ou seja, 8 mulheres. O que representa uma força feminina interessante, principalmente nesse tipo de ramo onde se exige trabalho braçal.

4.3 DADOS DO RESPONDENTE

Os respondentes dos questionários possuem os mesmos dados característicos do Micro Empreendedor Individual, os questionamentos foram feitos diretamente com os empresários, para se ter mais veracidade nas informações.

4.4 DADOS DA PESQUISA

• Quanto ao Contador

A primeira pergunta relacionada aos dados da pesquisa foi saber se eles tinham contadores, na curiosidade de identificar como eles faziam com as obrigações contábeis relacionadas ao MEI.

De acordo com o § 22-B do art. 18 da LC nº. 128/2008:

Os escritórios de serviços contábeis, individualmente ou por meio de suas entidades representativas de classe, deverão:

I – promover atendimento gratuito relativo à inscrição, a opção de que trata o art.18-A desta Lei Complementar e a primeira declaração anual simplificada da microempresa individual, podendo, para tanto, por meio de suas entidades representativas de classe, firmar convênios e acordos com a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, por intermédio dos seus órgãos vinculados;

Todos os empreendedores da praça do coco fazem sua contabilidade através do SEBRAE, onde possuem atendimento gratuito. Uma ajuda muito significativa para esse empreendedor, nos quais não se preocupam, e conseqüentemente não precisam pedir nenhum tipo de informação.

Seria interessante que os mesmos não se limitassem a isso, pois o SEBRAE deveria ser considerado somente um suporte no primeiro momento, e adiante o SEBRAE deveria repassar treinamentos, instruções e facilidades para que o empreendedor entenda o papel do contador e que possa entender melhor seu negócio a fim de aprimora-lo com o passar dos anos.

• Sabem seus direitos e obrigações contábeis

A pesquisa tencionou pra saber se esses empreendedores conheciam seus direitos e obrigações contábeis e se sabiam os serviços que o contador pode prestar.

Com base nos direitos, tem-se, o valor fixo do recolhimento dos impostos, facilidade para a formalização, pelo não pagamento de taxas, direitos previdenciários, a não obrigação da emissão de notas fiscais.

Contudo, as obrigações conforme Cordeiro (2012):

O MEI deverá manter um estrito controle de receitas e despesas mensais. Em caso de possuir empregado deverá entregar mensalmente a GFIP, devidamente preenchida, além de elaborar as folhas de pagamento, bem como atentar para as demais obrigações trabalhistas. Devem também recolher os impostos, ainda que inexistir transação de qualquer espécie, diferentemente do que ocorre em outros regimes de tributação, nos quais os empresários se obrigam a recolher tributos relativos apenas às transações efetuadas.

O fato é que 100% desses empresários desconhecem seus direitos e obrigações referente à contabilidade.

Nota-se que a assessoria adquirida possui uma falha bem significativa, afinal os serviços prestados a esses empresários deveriam ser seguidos de instruções de seus direitos e obrigações para não fugir da legalidade, pôr em prática dentro do empreendimento.

- **O controle de entrada e saída de caixa**

Na sequência, questionou-se se esses empresários fazem controle de entrada e saída de caixa, com o intuito de verificar se existe um planejamento nesses gastos com esse controle. A pesquisa mostrou que 70% tem controle de seus gastos, o que representa 18 empreendedores e o restante, os 30%, não fazem anotações quanto ao controle de entradas e saídas.

A maioria tem-se mostrado sabedores dos gastos e recebimentos, um bom passo para saber a real situação financeira da empresa, para então tomar decisões de acordo com o que se tem. Infelizmente, os demais que não fazem controle são contrários à teoria que diz que o MEI deverá manter um estrito controle de receitas e despesas mensais. (CORDEIRO, 2012).

- **Formação do preço do produto**

Seguida, questionou-se como foi formado o preço do produto, para entender os critérios utilizados para estabelecer preços. As alternativas propostas foram: visualizando a concorrência; sugestão do contador; de acordo com os custos do produto e, ou a critério do próprio MEI.

Dessas, o preço da mercadoria na praça do coco é estabelecido de acordo com todos os demais empreendedores, pois há uma regra entre eles, onde o preço não pode variar, pois a concorrência ficaria desleal, no entanto isso já responde a pergunta que seria feita logo adiante, referente ao procedimento quando há uma diferença entre o preço dos fornecedores.

Isso faz com que muitas vezes, o lucro diferencie dos demais, pois é fato que nem todos compram mercadorias pelo mesmo preço, causando dessa forma a deslealdade que eles tanto receiam.

- **Que tratamento você dá ao produto quando adquirido**

Continuando o questionário, perguntou-se que tratamento eles davam ao produto quando adquirido, para saber se eles tinham controle da mercadoria. O quadro 9 apresenta o tratamento do produto adquirido.

Quadro 09: Tratamento do produto adquirido

Descrição	Percentual
Vende os primeiro adquiridos	60%
Vende os últimos adquiridos	0%
A venda é aleatória	40%

Fonte: dados da pesquisa.

Mediante as opções estabelecidas a primeira enfatiza se eles vendem logo os produtos que eles compram primeiro, ou seja, se os estoques deles é pelo controle do Primeiro que entra é o primeiro que sai (PEPS), a seguinte é se eles vendem logo os últimos produtos comprados, ou seja, se os estoques deles é pelo Último que entra é o Primeiro que sai (UEPS) e a última é se a venda é feita de qualquer maneira sem controle, como apresentado no quadro 9 apenas 60% dos entrevistados tem controle dos estoques de mercadoria, contudo 40% vendem aleatoriamente.

O fato é que apenas 60% se atenta à questão do vencimento da mercadoria, afinal, geralmente os primeiros produtos adquiridos tendem a vender mais rápido, portanto é necessário que os primeiros adquiridos sejam imediatamente vendidos. Outra situação é o preço adquirido pelo fornecedor, pois sofrem variação no decorrer do período e não existe um controle efetivo do resultado final oriundo desse descompasso em não haver controle dos produtos que estão saindo.

- **Formas de acompanhamento do faturamento mensal**

Com a presente questão, buscou-se saber se esses empresários tinham controle do faturamento mensal, pois é necessário para fazer a declaração do MEI. Contudo, a maioria dos respondentes, 80% dos questionados fazem acompanhamento do faturamento mensalmente, o restante com 20% não fazem, mas segundo os mesmos, possuem uma base do valor adquirido.

Contudo, verificou-se que há uma diferença de 10% no controle do faturamento mensal com o controle das entradas e saídas de caixa.

- **Formas diversificadas para aumentar o faturamento**

Essa pergunta destinou-se a conhecer algo que eles possam fazer de novidade para aumentar o faturamento.

A pesquisa mostra que apenas 10% dos empresários realizam algo diferenciado para aumentar o faturamento, isso mostra que 90% não fazem nada de diferente para chamar atenção do cliente, fato importante para chamar atenção do cliente e aumentar as vendas.

Isso pode justificar o pouco faturamento que esses empresários adquirem, pois se eles fizessem algo diferente para chamar atenção do cliente, isso possibilitaria o aumento das vendas e o crescimento do negócio.

- **Períodos de maior faturamento**

Os períodos em que o faturamento aumenta é significativo para se planejar para o período em que as vendas caem e saber quando se deve investir de acordo com o aumento das vendas.

Conforme os dados coletados, o maior número de faturamento é no início de mês com 76%, pois isso baseia-se de acordo com o pagamento da população, e 24% diz ser no verão, pois o tempo faz com que as pessoas queiram refrescar-se.

Portanto, acredita-se que esses empresários precisam de uma boa estratégia pra conseguir faturar mais no inverno já que o faturamento cai. Precisam analisar possibilidades de buscar o cliente nessa época.

- **Interesse em expandir o negócio**

Na questão seguinte buscou-se verificar se o empresário tinha interesse em aumentar o negócio para obter mais rendimento, e com isso, sair do enquadramento do MEI.

A pesquisa mostra que somente 12% dos empreendedores não desejam crescer no negócio, porém a maioria com 88% desejam crescer e expandir o negócio para maiores rendimentos.

Querer crescer dentro de um negócio, é também buscar mecanismos para isso, diversificar dos demais, fazer sacrifícios e está inovando sempre, para que a empresa não finalize e se diferencie das outras.

- **Após pagar as despesas que destino dá ao lucro**

Elaborou-se a questão com o intuito de verificar para onde esses empresários destinavam o dinheiro que sobrava da venda da mercadoria, na tentativa de identificar se eles investiam realmente no negócio.

Verifica-se que todos os entrevistados utilizam o restante do dinheiro para despesas de uso pessoal, dessa forma, observa-se que o empreendedor não investe no crescimento do negócio, pois 100% dos questionados, utilizam o lucro pra consumo próprio.

É obvio que esses empresários almejam o crescimento, mas não dão destino certo ao lucro para que haja crescimento do empreendimento, pois o destino do lucro seria investir mais para poder ter melhores resultados.

Esses empreendedores querem crescer profissionalmente, mas a falta de interesse e visão de negócio impedem pra que isso aconteça, outro fato é que eles se acomodaram a renda que eles tem, e não mudam de mecanismo para se diferenciar dos demais, afinal de contas destinam 100% do lucro ao consumo próprio. O fato é que o tempo em que esses empreendedores atuam, que equivale no mínimo 8 anos, é suficiente para que o negócio já esteja fluído. Vale destacar, que o contador é indispensável para a veracidade das informações contábeis, desde que o empresário de suporte e interesse para isso.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa objetivou demonstrar como o Micro Empreendedor individual analisa as informações contábeis da empresa. O fato é que todo investimento precisa ser estudado e analisado com atenção as informações obtidas, criando estratégias para manter a empresa produzindo. A lei 128/28 possibilitou facilidades para o MEI, porém é preciso que informações sejam repassadas, de forma que eles entendam, não utilizando de muita técnica, pois no máximo que eles possuem é o ensino médio, para que esses empreendedores levem a empresa ao crescimento e conseqüentemente a outro enquadramento.

Quanto ao problema de pesquisa: De que forma o MEI analisa as informações contábeis de sua empresa? Se chegou à conclusão de que isso não acontece, pois não há suporte para que eles analisem isso, o fato é que há uma deficiência muito grande em relação as informações contábeis, pois elas são em maioria desconhecida. Se não conhecem as informações contábeis, logo não se tem análises desse tipo de ferramenta.

Quanto aos pressupostos da pesquisa se confirmam, principalmente no que se refere ao desconhecimento das informações contábeis, e também no que fala a respeito da falta de análise das informações contábeis e o que elas podem ajudar no andamento da empresa e, e até desconhecem o que realmente papel de um contador dentro da empresa.

O fato é que se existe uma lei que ajuda esses empreendedores a formalizar e diminuir a carga tributária do empreendimento, mas também deveria existir políticas proporcionando conhecimentos na área de gestão e atendimento para que esses empreendedores dessem continuidade no negócio, afinal são pequenos em meio a uma multidão de grandes empresas, e precisam crescer.

REFERÊNCIAS

BERNARDI, Luiz Antônio, *Manual de Empreendedorismo e Gestão*, Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas, São Paulo, Atlas, 2007.

BRASIL. *Lei Complementar N° 128, de 19 de dezembro de 2008*, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp128.htm> Acesso em: (01 de abr. 2014)

CADE, Patrícia Justo Lemos, ALMEIDA, Fernanda Matos de Moura, ABREU, Elcilene Ester de, MOURA, Rafael Matos de, 2012, 17 p., *O Micro Empreendedor Individual no município de Iúna-es: Formalidade X Informalidade*, artigo, simpósio de excelência em gestão e tecnologia. Iúna – ES.

CHIAVENATO, Idalberto, *Introdução a Teoria Geral da Administração*, 8ª edição, Rio de Janeiro, Elsevier, 2011.

CORDEIRO, Felipe Rafael de Souza, *As Vantagens e desvantagens apresentadas aos Micros Empreendedores Individuais com a promulgação da Lei 128/2008*, 2012, 21p.,

monografia, Curso de Ciências Contábeis, Universidade Estadual de Paraíba, Campina Grande.

DEGEN, R. J. *O Empreendedor - Empreender Como Opção De Carreira*. São Paulo: Prentice Hall, 2009.

DIAS, Geisa Maria Almeida; MOURA, Iraldo José Lopes de, SILVA, Marcos Vinícius Peixoto; *Uso de Sistemas Como Apoio nas Decisões Gerenciais*, 12 p., artigo, Faculdade Baiana de ciências - FABAC. 2007.

DOLABELA, F. *Empreendedorismo: uma forma de ser*. Brasília: AED, 2003.

DORNELAS, J. C. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*, 5ª tiragem, Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FÁVERI, Camila Freitas de, *A Participação das Organizações Contábeis na Formalização dos Microempreendedores Individuais*, 2011, 100 p., monografia, Curso de Ciências Contábeis, Universidade do Extremo Sul Catarinense UNESC, Criciúma.

FILION, L. J.. *Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios*. Revista de Administração de Empresas. v. 39, n. 4, 1999. Florianópolis.

HENDRIKSEN, Elson S., VAN BRENDA, Michel F., *Teoria da Contabilidade*, São Paulo, Atlas, 2007.

IUDÍCIBUS, Sergio de, *Contabilidade introdutória*, 11ª edição, São Paulo: Atlas, 2010.

_____. *Manual de contabilidade societária*, São Paulo: atlas, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do trabalho científico*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARCONDES, R. C.; BERNARDES, C. *Criando empresas para o sucesso*. São Paulo, Futura, 2004.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de Metodologia Científica*, 6ª edição, São Paulo: Atlas 2008.

MOURA, Adriano Henrique Vieira de, *Uma Abordagem Teórica Sobre o Microempreendedor Individual – MEI*, 2013, 51 p., Monografia, Curso de Ciências Contábeis, uni – universidade de rio verde faculdade de ciências contábeis, Rio Verde GO.

OLIVEIRA, Antônio Benedito Silva. *Métodos de pesquisa em contabilidade*. São Paulo: Saraiva, 2003.

SÁ, Antônio Lopes de, *Teoria da contabilidade*, 3ª edição, São Paulo, Atlas, 2002.

SEBRAE, *Empreendedor Individual a Lei Geral Das MPE*, 2009, 60 p., expressão disponível em:<<http://www.sebraepb.com.br:8080/temp/portal/EmpreendedorIndividual.pdf>>. Acesso em: (25 de mai. 2014).

SEBRAE, *Micro Empreendedor Individual Conta Com o SEBRAE*, Expressão disponível em<<http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/vou-abrir/registre-empresa/microempreendedor-individual>> Acesso em (01, abr. 2014).

TIBURCIO, Antônio Arilto, *Um Estudo Sobre Os Micros Empreendedores Individuais Da Região de Criciúma Santa Catarina*, 2012, 75 p., monografia, Ciências contábeis, universidade do extremo sul catarinense – UNESC, Criciúma.