



O Posicionamento do MEI Perante a Crise Econômica: Um Estudo Realizado nos MEIs em Bairro da Cidade de Juazeiro do Norte

Arlene Lilian Ribeiro Silva¹; Piedley Macedo Saraiva²; Michel Oliveira Araujo³

Resumo: Este artigo versa sobre o posicionamento do MEI perante a crise econômica. Um estudo realizado em MEIs do bairro Novo Juazeiro da cidade de Juazeiro do Norte. O objetivo geral foi identificar a disposição do MEI para sobreviver à crise econômica. A metodologia utilizada foi à bibliográfica, descritiva, exploratória e qualitativa, na qual foram aplicados questionários em uma entrevista estruturada a cinco microempreendedores individuais (MEI) do ramo de prestação de serviços, do segmento alimentício. Durante o estudo foi possível constatar as dificuldades que os microempreendedores enfrentaram em meio ao declínio econômico e como eles conseguiram lidar com este processo. Das cinco pessoas entrevistadas, verificou-se que quatro se mostraram com uma boa disposição diante da crise, através da diferenciação no formato e no sabor de seus produtos e no preço acessível. Enquanto que uma dessas pessoas não buscou melhorias e continuou suas atividades sem inovar o seu negócio. Espera-se ao fim deste artigo contribuir de forma significativa para o sucesso empresarial dos MEIs em meio as adversidades da economia.

Palavras-chaves: Microempreendedor Individual; Crise Econômica; Posicionamento.

The Positioning of the MEI Faced with the Economic Crisis: A Study Held in the MEIs in a neighbor of the City of Juazeiro do Norte

Abstract: This article deals with the position of the MEI in the face of the economic crisis. A study carried out in MEIs of the Novo Juazeiro neighborhood of the city of Juazeiro do Norte. The general objective was to identify the willingness of the MEI to survive the economic crisis. The methodology used was bibliographic, descriptive, exploratory and qualitative, in which questionnaires were applied in a structured interview to five individual microentrepreneurs (MEI) of the service rendering branch of the food segment. During the study it was possible to verify the difficulties that the microentrepreneurs faced amid the economic decline and how they managed to deal with this process. Of the five people interviewed, it was verified that four showed a good disposition in the face of the crisis, through the differentiation in the format and the flavor of their products and the affordable price. While one of these people did not seek improvements and continued their activities without innovating their business. The aim of this article is to contribute significantly to the business success of the MEIs amid the adversities of the economy.

Keywords: Individual Microentrepreneur, Economic Crisis, Positioning.

¹ Graduanda do Curso de MBA em Gestão Financeira e Controladoria da Faculdade Paraíso do Ceará – FAP. E-mail: arlene-lilian@hotmail.com.

² Mestre em gestão estratégica pela UNISAL, mestrando em Desenvolvimento regional pela UFCA, Graduado em Administração, diretor industrial da Prefeitura Municipal de Juazeiro do Norte. Email: piedley.saraiva@fapce.edu.br

³ Possui Especialização em Economia Empresarial pela Universidade Regional do Cariri (2004), Especialização em Administração de Empresas pela Faculdade Leão Sampaio (2003) e Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Regional do Cariri (1999). Atualmente Secretário de Desenvolvimento Inovação e empreendedorismo da cidade de Juazeiro do Norte. Email: michel.araujo@juazeiro.ce.gov.br

Introdução

Em uma condição de índices progressivos de desemprego e desigualdades sociais no Brasil, o empreendedorismo aponta como opção para milhares de brasileiros, independentemente de sexo, idade ou classe social. O sonho de ter seu próprio negócio, encanta muitas pessoas, seja por necessidade ou por oportunidade de momento. Manifesta-se assim uma nova alternativa para geração de empregos, ao mesmo tempo que são criados novos serviços para a sociedade e a opção de novos produtos (PAIVA JR. E CORDEIRO, 2002).

Presentemente, o avanço tecnológico e as mudanças econômicas e sociais, tendem a estimular mais o aumento do empreendedorismo, que está relacionado ao ato de inovar, porque a cada dia tem-se a necessidade de se produzir algo novo. O empreendedorismo provém da França e se refere “aquele que assume riscos e começa algo novo”. (DORNELAS, 2001, p. 19), e desde a idade média, o termo era titulado para as pessoas que gerenciavam amplos projetos.

Conforme o Sebrae (2007), atualmente os empreendedores não são vistos apenas como fornecedores de mercadorias irrelevantes, e que são motivados apenas pelo lucro. Pelo contrário, são pessoas que tem a coragem de assumir riscos necessários. São os mesmos que estimulam o crescimento econômico, geram empregos e introduzem inovações.

O artigo se propõe a expor como o microempreendedor individual se posicionou no momento da crise. Visando identificar a disposição do MEI para sobreviver à crise econômica. Objetivando analisar o conceito de MEI, verificar os MEIS do bairro Novo Juazeiro e avaliar a conduta dos mesmos em meio à crise.

A crise financeira teve um forte impacto nos negócios brasileiros, contudo na contramão desse viés houve um crescimento do MEI no Brasil. Baseado nesse pressuposto pretende-se através desse estudo identificar o posicionamento desse modelo na crise econômica brasileira.

Os métodos utilizados para a culminância da pesquisa, se deu amparado pela revisão literária realizada em vários autores e artigos relacionados ao tema, bem como a entrevista estruturada realizada com os microempreendedores, gerando assim resultados pertinentes e propícios para o entendimento e finalização da pesquisa.

Dentre os resultados obtidos observou-se que os microempreendedores individuais, buscaram em meio à crise econômica soluções para se destacar neste momento, através da inovação e da diferenciação dos seus produtos, tendo uma visão ampla das oportunidades em tempos de desequilíbrio econômico.

Referencial Teórico

Empreendedorismo

Na atualidade, o universo dos negócios, está se tornando cada vez mais um ambiente competitivo, que sofre variadas mudanças. Para encarar estas transformações e manter-se no mercado, tanto as empresas como os indivíduos no geral, utilizam o empreendedorismo como tática de negócios, que objetiva a exploração de oportunidades e a satisfação dos clientes de forma inovadora, buscando assumir riscos de maneira calculada, tendo coragem para enfrentar novos desafios e saber discernir os melhores caminhos para se chegar ao objetivo desejado.

Conforme Dolabela (2008) observa-se que o empreendedorismo começa através de pequenas ações vistas como inovadoras, com o propósito de elaborar estratégias para facilitar as relações do homem com os outros e com a natureza. Fundamentando-se em um plano de ação elaborado e voltado ao crescimento contínuo das ideias e de possíveis ações.

A palavra empreendedor é originária da palavra francesa *entrepeneur*, que quer dizer “aquele que está entre” ou “intermediário”, foi utilizada pela primeira vez no ano de 1725 pelo economista irlandês Richard Cantillon para denominar a pessoa que assumia riscos.

Segundo Menezes (2003) o empreendedor é uma pessoa de iniciativa que alavanca o empreendimento a partir de um comportamento inovador, que estimula a colaboração, transforma contextos, gera resultados, fazendo sempre o que gosta de fazer, com otimismo, dedicação, satisfação e desejo de realização.

“Atualmente os empreendedores são reconhecidos como componentes essenciais para mobilizar capital, agregar valor aos recursos naturais, produzir bens e administrar os meios para administrar o comércio”. (SEBRAE, 2007, p.2)

O empreendedor deve ter visão para reconhecer as oportunidades, suas atitudes devem focar nos indivíduos e não somente nas organizações. Estas atitudes são ações decisivas para o sucesso ou para o fracasso do negócio.

De acordo com SEBRAE (2007), no empreendedorismo a probabilidade de realização pessoal é enorme, onde se possibilita unir o trabalho ao prazer, sendo esta a sua principal diferença, pois ele desenvolve nas pessoas o desejo de elaborar algo novo, algo diferente do que já foi feito.

Complementando com Dornelas (2008), o empreendedorismo é a relação de indivíduos e processos que, em união, transformam ideias em oportunidades.

Empreender é um termo ligado diretamente à criatividade e inovação, são fatores fundamentais para o desenvolvimento de uma organização. Atualmente a tecnologia, através de sua versatilidade, minimiza barreiras comerciais e torna o mercado dinâmico. Embora empreender também, parte da paixão pelo que faz, com habilidades e competências para gerir o negócio com confiança e credibilidade através de um planejamento estratégico capaz de solucionar ou promover meios preventivos de possíveis riscos que abrangem o negócio, de acordo com (SENTANIN et al, 2005).

Chiavenato (2014) relata que, o empreendedorismo contribui de forma positiva para a gestão de pessoas nas organizações. Composta por habilidades criativas, inovadoras, com flexibilidade para lidar com riscos calculados e com isso atribuir essas características à solução de problemas ocorridos no âmbito empresarial.

Para Chiavenato (2012), são muitos os atributos da ação empreendedora. É fato que com isso a oportunidade de emprego e de renda aumente cada vez mais, promovendo o crescimento econômico. No geral quem empreende não é somente criador de novos negócios, mas responsável pelo impulso da economia. Através de sua capacidade de introduzir no mercado, novas ideias que fazem o diferencial inovador, aproveitando oportunidades que não foram identificadas pelos demais investidores.

Os autores ainda argumentam que pessoas que tem espírito empreendedor trabalham incansavelmente para fazer o seu projeto de negócio sair da teoria e se tornar realidade, pois os mesmos se preocupam em transformar ideias, em grandes negócios.

Tipos de Empreendedores

Neste momento no Brasil, onde o mercado de trabalho aponta dificuldades para se conseguir um emprego e se manter dentro de uma empresa, os empreendedores tendem a procurar o seu lugar, uns começam por necessidade e não por atentar-se as oportunidades.

Existem dois grandes grupos de empreendedores, os empreendedores por necessidade, que são aquelas pessoas que criam um negócio para sobreviver, e os empreendedores por oportunidade, que reconhecem um nicho com capacidade de crescimento.

Conforme Saraiva (2016), por meio de estudos realizados pela GEM (Global entrepreneurship), maior estudo constante de empreendedorismo do mundo, apareceram duas formas de empreendedorismo. (Apud DORNELAS, 2005).

- Empreendedorismo por oportunidade: é elaborado por meio do reconhecimento de uma oportunidade. O empreendedor tem uma extensa visão do futuro, sabe aonde pretende chegar, objetiva e visa conquistar o desenvolvimento da empresa.
- Empreendedorismo por necessidade: O empreendedor cria um negócio por não ter opção, muitas vezes por estar desempregado e não ter outros meios de sustento, tendo como atitude montar sua própria empresa para obter renda.

Complementando com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2005, empreendedores por oportunidade, são movidos pela percepção de algo satisfatório, que possibilite uma boa renda, enquanto empreendedores por necessidade, são motivados pela ausência de alternativas rentáveis de trabalho.

Segundo Dornelas (2007), o empreendedor por necessidade cria seu próprio negócio por falta de opção. Normalmente o mesmo foi demitido ou nunca trabalhou, então essa torna-se sua melhor escolha, trabalhar por conta própria. A princípio o mesmo começa por negócios informais, realizando atividades simples, executando serviços, o que ocasiona em um baixo retorno financeiro. Isso torna-se um problema social para os países em desenvolvimento, porque apesar de novas ideias, iniciativa, do trabalho árduo pra manter a família, esse tipo de empreendedorismo não colabora para o crescimento econômico.

Ainda na visão de Dornelas (2007), essas pessoas que empreendem por necessidade, são vítimas do sistema capitalista atual, pois na maioria das vezes, as mesmas não tem acesso à educação, possuem mínimos recursos pra montar um negócio de forma estruturada, suas

ideias são simples, nem sempre inovadoras, e normalmente não colaboram com impostos ou taxas. A existência de grande quantidade desse modelo empreendedor torna-se um problema social, que no caso do Brasil que é um país em desenvolvimento, essa situação está longe de ser solucionada por existir várias pessoas que empreendem nesse modelo.

Schmidt e Bohnenberger (2009), ressaltam que a organização do próprio negócio deve ser considerada nos estudos como causa decisória para o sucesso ou fracasso do empreendimento.

Ângelo (2003), diferenciou os empreendedores conforme a motivação em adquirir seu próprio negócio, para dessa forma detectar se a iniciativa dos mesmos é resultado da percepção da oportunidade ou se existe relação com a falta de fontes de renda e até mesmo relação com o desemprego, o que seria uma necessidade. Deste modo o autor informa que os índices de empreendedorismo estão divididos por oportunidade e por necessidade.

O empreendedorismo por oportunidade se caracteriza segundo Shane e Venkataraman (2000), como empresas que tem a percepção para identificar e explorar oportunidades de negócios. Covin e Miles (1999), complementam que estes mesmos negócios desenvolvem e revitalizam as oportunidades.

Conforme Aidar (2007), as inovações nem sempre surgem através de ideias, mas sim de oportunidades. As mesmas podem ser associadas a atividades que requerem investimentos, acreditando-se em um bom retorno.

Dolabela (2006) confirma que há distinções entre oportunidades e ideias. As oportunidades são ideias que estão relacionadas a serviços ou produtos que vão conciliar valores ao cliente, seja por meio de aperfeiçoamento ou inovação, onde compete ao empreendedor se beneficiar. Já a ideia é o que promove boa rentabilidade, porém é fundamental que a mesma possa ser realizada, colocada em prática. Diversas ideias vão sempre aparecendo, e cabe ao empreendedor identificá-las, se as mesmas irão gerar oportunidades ou não.

Aidar (2007) afirma, que as oportunidades de negócios, aparecerem de acontecimentos relacionados a, mudanças de preferências dos clientes, alterações tecnológicas, e novos estudos. Para começar um negócio por oportunidade é necessário que o empreendedor possua entendimento dos obstáculos a serem vencidos, que opere suas ideias, antes de transformá-las em oportunidades de negócios, e que busque raciocinar onde ele deseja chegar, e sobre os seus conhecimentos e habilidades. Aidar (2007) acredita, que o

desenvolvimento econômico, se mantêm por projetos e negócios inovadores, em mercadoria e estratégias, que possuem capacidade de melhoria e prosseguimento.

De acordo com Timmons (2004), produtos e serviços que tenham diferencial, seja na forma como se apresenta, no modo de agir, na forma que são prestados, no modo de solucionar problemas com técnicas novas e eficazes, e que sejam proporcionais as habilidades e percepções dos empreendedores, são características do surgimento de novas oportunidades mais sólidas.

Microempreendedor Individual (MEI)

O Microempreendedor Individual (MEI) é o indivíduo que trabalha por conta própria e resolve legalizar sua situação juntamente ao governo, vindo a se tornar um pequeno empresário. A nova lei que valida a regularização do MEI enquadra empreendedores com receita bruta anual de até R\$ 81 mil, ou R\$ 6.750,00 mensais. Até dezembro de 2017, o limite era de R\$ 60 mil, ou seja R\$ 5 mil por mês. (ALMEIDA, 2017)

Sendo microempreendedor individual, é possível ter CNPJ, emitir notas fiscais apesar de não ser obrigatório, contratar um funcionário registrado com renda de até um salário mínimo ou piso da categoria e colaborar para a aposentadoria. O MEI não necessita ter um contador, porém em alguns casos torna-se necessário. Os impostos do MEI são simplificados e o mesmo irá pagar um valor fixo mensal conforme a sua atividade. Caso sua atividade seja comércio e serviços, ele pagará R\$ 53,70 de contribuição mensal, se for prestação de serviços, pagará R\$ 52,70 e se for comércio ou indústria, pagará R\$ 48,70 mensalmente. Esses valores são atualizados anualmente, conforme o salário mínimo. (PORTAL MICROEMPREENDEDOR, 2018).

O microempreendedor individual (MEI) foi estabelecido no Brasil para legalizar os trabalhadores informais e especialmente para confirmar que o trabalho formal é mais rentável e assegura oportunidades, sendo elaborado em 1º de julho de 2009. O mesmo foi introduzido pela Lei Complementar 128/08 e inserido na Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/06), que proporciona a formalização dos empreendedores que trabalham por conta própria. (ALMEIDA, 2017).

As vantagens que os empreendedores poderão desfrutar vão desde a aposentadoria por idade e invalidez, o salário-maternidade, a pensão por morte e auxílio reclusão, assim como a oportunidade de acesso a serviços bancários, inclusive crédito, obtenção de CNPJ, programas de capacitação específicos, além de outros. O MEI também pode optar pelo regime do simples Nacional, entretanto, estará isento dos tributos federais, imposto de renda pessoa jurídica, PIS, Cofins, IPI e CSLL. (ALMEIDA, 2017).

Complementando com a revista Pequenas Empresas Grandes Negócios (2018) quando uma pessoa que trabalha de maneira informal passa a ser um MEI, a mesma obtém uma sequência de benefícios, dentre eles estão: a obtenção do cadastro nacional de pessoa jurídica que serve para facilitar o processo de captação de recursos de terceiros, isto é, na realização de empréstimos a partir de conta bancária dedicada para este fim, a emissão de notas fiscais é outro benefício, que mostra o comprometimento que a empresa tem para com os seus clientes, em oferecer produtos ou serviços que se adequam às leis vigentes. O microempreendedor individual torna-se detentor de direitos garantidos pela previdência tanto para si próprio como para a sua família, direitos esses que não são concedidos para pessoas que trabalham informais.

A lei do MEI expôs um grande benefício tanto para o empresário como para a economia brasileira, principalmente por possibilitar a formalização dos negócios. Através desse processo, o microempreendedor conquista direitos importantes como o benefício do INSS, o acesso ao crédito, o direito de participar de licitações públicas e a oportunidade de negociar com as outras empresas de maneira transparente, sem se preocupar com a atuação do fisco a respeito de sua atividade. Desta forma, isso indica que o processo de formalização dos empreendedores informais pode ser uma experiência favorável, para tanto, a divulgação das informações que abrangem o processo de formalização e dos principais benefícios relacionados aos aspectos legais, tributários, previdenciários e trabalhistas é requisito fundamental para a obtenção do seu sucesso. (ALMEIDA, 2017).

Microempreendedor Individual (MEI) em Juazeiro Do Norte

O crescimento da cidade de Juazeiro do Norte vem sendo o foco principal de novos empreendedores, o município tornou-se modelo em desenvolvimento e que possui características próprias. A cidade obteve este crescimento logo no início através do grande

mestre desse processo, o Padre Cícero, que até os dias atuais movimentava o comércio através das romarias e dos eventos religiosos. Atualmente, a economia se constitui nos setores industriais e de serviços, sendo mais especificamente colocado conforme Nascimento et al (2014) os campos calçadista, folheados, têxtil, bebidas, artesanatos, máquinas, construção civil e metalurgia.

Nesse entendimento pode-se compreender uma mudança gradativa nos setores da economia citados, tendo dentre eles um número de 8.069 microempreendedores individuais cadastrados em Juazeiro do Norte- CE em conformidade com as informações do Portal do Empreendedor 10/06/2017.

Complementando com Zacarias (2015), o perfil dos microempreendedores em Juazeiro do Norte- CE, se caracteriza da seguinte forma, são pessoas da meia idade, com faixa etária de 31 a 40 anos, o que corresponde a 57% dos entrevistados. 49% das pessoas são do sexo masculino e 51% são do sexo feminino, a grande parte do público que equivale 51% dos pesquisados já concluíram ensino médio, enquanto que, 3% concluíram apenas o ensino fundamental. O faturamento mensal desses microempreendedores corresponde a um valor de até R\$ 5.000,00 reais, o que resulta em 82% dos pesquisados.

A cidade de Juazeiro do Norte-CE representa no ranking 2018 das 100 cidades mais atraentes para estimular a expansão de novos negócios. O “Ranking das Melhores Cidades para Fazer Negócios” executado pela Urban Systems inseriu o município cariariense nas colocações 89 e 93 quando levado em conta os recortes de Capital Humano e Infraestrutura, na devida ordem. (ARAÚJO E FEITOSA, 2019).

A ciência, tecnologia, inovação e empreendedorismo (CTI&E) têm sido reconhecidas como requisito essencial para estabelecer um atual modelo de desenvolvimento para a região do Cariri, especialmente em Juazeiro do Norte. (ARAÚJO E FEITOSA, 2019).

Segundo Araújo e Feitosa (2019), tão significativo quanto desenvolver e estimular o empreendedorismo e a inovação é firmar em suas instituições este conceito, como foi o caso da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Inovação (SEDECI). Onde na nova gestão foi adotado um organograma das secretarias municipais de Juazeiro do Norte, elaborando a pasta Ciência, Tecnologia, Inovação e Empreendedorismo vinculada a SEDECI. Esta iniciativa é de suma importância, pois demonstra que existe um estímulo no fortalecimento de tais departamentos.

Logo após o Marco Legal da Ciência, Tecnologia e Inovação, a cidade de Juazeiro do Norte tem aprovada a primeira Lei de Inovação do Brasil, levando a desburocratização e estímulo a um ecossistema de empreendedorismo e inovação. Gerando uma maior agregação com instituições científicas e tecnológicas, além da cessão de espaços públicos para prática de atividades de pesquisa, assim incentivando a abertura de negócios de base no setor, que contribuem para que Juazeiro do Norte se estabeleça como um ecossistema precursor e de referência no país. (ARAÚJO E FEITOSA, 2019).

Em continuidade com Araújo e Feitosa (2019), esta iniciativa desenvolvida em 2018 que foi a Lei Municipal de Inovação, se destaca por ser a primeira do país a ser elaborada depois da regulamentação do Marco Federal de Ciência, Tecnologia, Inovação, envolvendo também as orientações do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) e do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) no contexto do Plano Nacional de Internet das Coisas (IOT), assim como o primeiro PDTCI- Plano Diretor de Tecnologias de Cidades Inteligentes do Brasil, fundamentado também nas Normas ISO direcionado às cidades inteligentes.

A lei corresponde a uma mudança importante na cidade, visto que é uma atitude máxima da responsabilidade municipal com o estímulo a todo um ecossistema, com agentes que vão desde startups, até atração de grandes empresas de estrutura tecnológica. Entende-se que este é um movimento em contínua elaboração, entretanto Juazeiro do Norte manifesta-se como um dos precursores do impulso à nova economia no interior nordestino. Com estímulo a regularização, são inauguradas salas do empreendedor, prática possível por meio da parceria com o SEBRAE e as instituições de ensino superior, tornando acessível o processo de regulamentação para os pequenos empreendedores. (ARAÚJO E FEITOSA, 2019).

De acordo com Araújo e Feitosa (2019), algumas ações do ambiente empreendedor começam a ser esclarecidas para que o município procure ações de incentivos para tais práticas, como a Regulamentação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa e a Assinatura da Rede Simples da Junta Comercial do Ceará (JUCEC) que busca agregar e dinamizar os sistemas fazendo com que a abertura de negócios de baixo risco seja mais ágil e eficiente.

Metodologia

Este estudo trata-se de uma pesquisa bibliográfica, baseado em uma abordagem descritiva e exploratória, onde pretendeu-se compreender como os microempreendedores individuais se posicionaram em meio à crise econômica, reunindo assim dados que levaram a uma melhor compreensão do tema em questão. Foram utilizados também procedimentos técnicos de estudo de campo e questionários de caráter qualitativo.

Para Gil (2010) a pesquisa bibliografia é feita através de artigos já publicados incluindo material impresso, como livros, revistas e jornais. Com a finalidade de obter toda a informação ao pesquisador, com materiais que já foram publicados, possibilitando uma nova abordagem do tema.

Gil (2002) argumenta que a pesquisa descritiva tem o caráter de uma pesquisa qualitativa que possibilita ser realizado um questionário de perguntas objetivas e subjetivas, com diferentes finalidades de pesquisa realizando um levantamento de opiniões em virtude de crenças e atitudes, com objetivo de analisar e pesquisar a percepção dos microempreendedores individuais (MEI), em relação as problemas enfrentados na crise econômica e a forma de se sobressair deles.

Lakatos e Marconi (2010) argumentam que, a pesquisa exploratória são investigações de pesquisa com objetivo prático, em uma formulação de questões ou um problema obtendo uma maior finalidade ao levantamento de hipóteses e aumentando a familiaridade do pesquisador, possibilitando uma pesquisa futura e mais precisa nos procedimentos sistemáticos, com descrições tanto quantitativa como qualitativa do estudo de coletas de dados que podem ser utilizados.

Complementando com Severino (2011), a pesquisa exploratória busca utilizar levantamentos de uma determinada informação com objetivo, delimitando um campo de pesquisa, identificando as condições e as manifestações desse determinado objetivo, disposição e elaboração para a pesquisa explicativa.

Conforme Oliveira (2008) pesquisa qualitativa pode ser uma abordagem fazendo todo o processo de vertente na utilização de reflexão e análise da realidade através de métodos e de técnicas e com maior detalhamento como objeto de estudo, este processo e pertinentemente ao tema abordado com as seguintes observações, aplicação de questionários, entrevistas e análise dos dados que são apresentados de forma descritiva.

Para um melhor entendimento foram aplicados questionários para a análise e discussão dos dados no dia 8 de fevereiro de 2019, no bairro Novo Juazeiro situado na cidade de Juazeiro do Norte-CE, com microempreendedores individuais (MEI) do ramo prestação de serviços, do seguimento alimentício, aqui apresentado por A, B, C D e E. Foi aplicada uma entrevista estruturada com questionários com perguntas objetivas e subjetivas, com o objetivo de identificar as dificuldades que os microempreendedores enfrentaram diante da crise econômica e como eles conseguiram lidar com todo esse processo.

Análise e Discussão dos Resultados

Pautada na importância de compreender como os microempreendedores se posicionaram em meio à crise, a pesquisa se desenhou em um processo metodológico de análise dos microempreendedores, através de uma entrevista estruturada, que possibilitou caracterizá-los da seguinte forma.

Quadro 01 – Caracterização dos clientes

Empresas	Características	Criação	Situação Atual
A	Especializada em crepe tradicional e bebidas.	2017	Atuante
B	Especializada em lanches e bebidas.	2011	Atuante
C	Especializada em comidas tradicionais diferenciadas e bebidas.	2009	Atuante
D	Especializada em comidas tradicionais da região e bebidas.	2015	Atuante
E	Especializada em crepe francês e bebidas.	2018	Atuante

Fonte: Próprio autor

Como se pode verificar no Demonstrativo 1, embora todos os empreendimentos sejam do segmento alimentício, os mesmos se diferem em suas especialidades. Todos os estabelecimentos estão atuantes no mercado, sendo o mais antigo o empreendimento C, e o mais recente o empreendimento E. Eles acreditam que se tornarem um MEI é de suma importância pro seu negócio, pois traz muitas vantagens e benefícios tanto para como si, como para a aquisição de matéria-prima.

Quadro 02 – Perfil da empresa

Empresas	Quantos funcionários possui?	Possui outras filiais?	Faturamento mensal
A	1	Não	R\$ 2500,00
B	1	Não	R\$ 3000,00
C	0	Não	R\$ 4000,00
D	1	Não	R\$ 2000,00
E	1	Não	R\$ 3500,00

Fonte: Próprio autor

De acordo com o Demonstrativo 2, todos os empreendimentos possuem apenas um funcionário, com exceção do empreendimento C, que trabalha sozinho, e algumas vezes possui ajuda voluntária. Nenhum deles possui outras filiais. E conforme o relato dos entrevistados, seus faturamentos mensais variam entre R\$ 2500,00 e R\$ 4000,00. Sendo o faturamento maior do empreendimento C, visto que ele está há mais tempo no mercado, como mostrado no demonstrativo anterior.

Quadro 03 – Principais dificuldades

Empresas	Quais os problemas enfrentados na crise?	O que te motivou a empreender?	Possui plano de negócios?
A	Queda de 70% nas vendas.	Desejo de ter o próprio negócio.	Não, faz apenas acompanhamento dos gastos e lucros, mas não é através de plano de negócios.
B	Queda de vendas nos produtos, e matéria-prima com preços mais altos	O desejo de inovar, reciclar, ter um diferencial no mercado.	Não, contabiliza gastos e lucros com o auxílio da esposa.
C	Não houve diminuição nas vendas, as mesmas se mantiveram, porém não aumentaram. A microempreendedora não aumentou o valor dos produtos.	Vontade de criar produtos novos, segundo ela as pessoas enjoam da mesma coisa.	Não tem controle, só a base de gastos
D	Diminuição nas vendas.	Vontade de ter o próprio negócio.	Não tem controle.
E	Diminuição nas vendas.	Buscou diferenciação e inovação do produto.	Sim

Fonte: Próprio autor

Com base no Demonstrativo 3, podemos verificar alguns problemas enfrentados na crise. A maioria apresenta a diminuição nas vendas, como principal problema, além do aumento do preço da matéria-prima. Com exceção do empreendimento C, que relatou que suas vendas se mantiveram mesmo neste momento, porém também não aumentaram.

Os empreendedores explicam que este período de crise econômica foi muito complicado para os seus negócios, porém alguns buscaram soluções para se sobressair a este momento.

O empreendedor A, expõe que houve declínio de 70% das vendas de seus produtos, fala que foi um período complicado, no entanto sempre teve o desejo de ter seu próprio negócio, então buscou inovar pra se manter no mercado. O mesmo também expõe que não possui plano de negócios, faz apenas um acompanhamento de gastos e lucros para ter um embasamento, porém não é de forma estruturada.

O empreendedor B, relata que além da diminuição das vendas, a matéria-prima dos produtos estava com preços mais altos, o que dificultava ainda mais, pois além da queda nas vendas, precisava aumentar o preço do produto, para ficar balanceado com o preço da matéria-prima e assim conseguir obter lucros. Contudo, mesmo em meio à crise, o empreendedor sempre teve seu desejo de inovar, reciclar e buscar seu diferencial no mercado, ele menciona que foi esse desejo que o impulsionou a se ressaír a essa crise. O mesmo também coloca que não dispõe de plano de negócios, contabiliza seus gastos e lucratividade com o auxílio da esposa.

A empreendedora C, descreve que mesmo neste período de crise, não houve diminuição em suas vendas, elas apenas se conservaram, também não aumentaram. A gestora comenta que para que suas vendas não diminuíssem, ela não aumentou o valor de seus produtos, mesmo com o aumento da matéria-prima, ela ainda ressalta que busca sempre inovar nas suas comidas, pois as pessoas (clientes), tendem a se desagradar da mesma coisa de sempre, ela procura a todo momento expor coisas que atraem o cliente, para assim fideliza lós. Ainda relata que não tem total controle de seus gastos e renda, apenas uma base.

A empreendedora D, comenta que houve uma regressão em suas vendas, porém ela não teve nenhum posicionamento para se destacar em meio à crise, só relata que sempre teve o desejo de ter o seu próprio negócio, mas não buscou inovar em seus produtos, também não possui controle em suas despesas e em seus ganhos.

O empreendedor E, expõe que houve uma diminuição nas suas vendas, contudo para se sobressair a crise, ele sempre buscou a inovação e a diferenciação do seu produto, como ele é o empreendimento mais recente criado em 2018, o mesmo relata que visualizou a oportunidade em meio à crise, com produtos que chamam a atenção dos clientes pelo seu formato e pelo seu sabor. O gestor também faz uso da ferramenta plano de negócios, o que lhe ajuda a estruturar melhor o seu negócio.

Considerações Finais

A pesquisa foi de grande relevância no contexto acadêmico diante do processo da teoria e praticidade vivenciada na investigação. Esse processo permitiu a aprendizagem prática do conceito de MEI, da identificação dos mesmos no bairro Novo Juazeiro, e do posicionamento do microempreendedor em meio à crise econômica.

Entende-se que este período de crise, ocasionou em diversas dificuldades para vários negócios brasileiros, entretanto houve um crescimento do MEI no Brasil. Complementando com Dornelas (2008), citado na primeira seção deste trabalho, o empreendedorismo é a relação de indivíduos e processos que, em união, transformam ideias em oportunidades. Ou seja, neste período de declínio econômico, muitos perceberam a oportunidade em meio ao caos.

O presente trabalho retratou a disposição dos microempreendedores individuais para sobreviver a essa crise econômica brasileira. O estudo foi realizado através da metodologia da entrevista estruturada aplicada a cinco microempreendedores do bairro Novo Juazeiro, situado na cidade de Juazeiro do Norte-CE.

O resultado fundamentado nessa pesquisa se atentou a verificar o que os empreendedores buscaram de alternativa para inovar o seu negócio e se manterem ativos no mercado. De acordo com as entrevistas, dos cinco entrevistados, quatro tiveram um bom posicionamento e direcionamento de ideias para seu negócio, e apenas um não buscou melhorias e continuou sua atividade sem renovar em nada.

Dentre os quatro empreendedores que buscaram melhorias, os mesmos relatam que sempre tiveram o desejo de inovar e ser um diferencial no mercado. No período de crise os mesmos apresentaram alternativas como: diferenciação no formato e no sabor de seus

produtos, variedades de produtos e de sabores, preço acessível, e a visualização da oportunidade no momento do declínio econômico.

As diversas questões levantadas nesse estudo foram de suma importância, e podem servir para novas pesquisas do meio acadêmico com o intuito de contribuir com o sucesso empresarial dos MEIS em meio as adversidades da economia. A partir disso, sugere-se mais pesquisas nessa linha, utilizando outras metodologias investigativas, para se ter um melhor conhecimento e entendimento do tema em questão.

Referências

AIDAR, M. M. **Empreendedorismo: Coleção Debates em Administração**. São Paulo: Thompson, 2007. 168p

ARAÚJO, Michel Oliveira; FEITOSA, Douglas Rodrigues. **Nota Técnica 2019**. Panorama econômico do município de Juazeiro do Norte-CE em 2019. N. 01/2019. Disponível em: <<file:///C:/Users/arlen/Desktop/tcc%20pos/Nota%20Técnica%202019-compressed.pdf>>. Acesso em: 22 de janeiro de 2019.

BOM ANGELO, **E Empreendedor Corporativo: a nova postura de quem faz a diferença**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Dando asas ao espírito empreendedor**. 4.ed. Barueri. SP: Manole, 2012.

_____. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4 ed. Barueri, SP: Manole, 2014.

COVIN, J.; MILES, M. **Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage**. Entrepreneurship Theory and Practice, v.23, n.3, p. 47-64,1999.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. 14. ed. São Paulo: Cultura, 2006.

_____. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008

_____. **Empreendedorismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

_____. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. **Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ALMEIDA, Guilherme Lucas Moreira Dias. FECOMÉRCIO MG, Sesc Senac. Estudos Econômicos. **Microempreendedor individual:** Estatísticas-2017,pdf. Disponível em:< www.fecomerciomg.org.br >. Acesso em: 2 de fevereiro de 2019.

GRECO, S.M.S.S.et al Global Entrepreneurship Monitor (GEM): **Empreendedorismo no Brasil.** 2005. Curitiba: IBQP, 2005.

GIL, Antônio Carlos - **Como elaborar projetos de pesquisa**-4.ed.- são Paulo: atlas, 2002.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisas** 5.ed.- são Paulo: atlas, 2010.

MARCONI, Mariana de Andrade, LAKATOS, Eva Maria - **Fundamentos de metodologia científica** 7. Ed.- São Paulo: atlas, 2010.

MENEZES, L.C.M. **Gestão de Projetos.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

NASCIMENTO, Diego Coelho do; ALVES, Cicera Cecília Esmeraldo; CHACON, Suely Salgueiro. Juazeiro do Norte/CE: Um Caso de (In)Sustentabilidade Urbana. **SUSTENTABILIDADE EM DEBATE**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 136-159, abr. 2014. ISSN 2179-9067. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/sust/article/view/9652>>. doi: <http://dx.doi.org/10.18472/SustDeb.v5n1.2014.9652>. Acesso em: 08 fevereiro. 2019.

OLIVEIRA, Maria Marly. **Como fazer pesquisa qualitativa** 2ª Ed. - Petrópolis, RJ: vozes, 2008.

PAIVA Jr., Fernando Gomes; CORDEIRO, Adriana Tenório. **Empreendedorismo e o espírito empreendedor:** uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, XXVII, 2002, Salvador - BA. Anais...Salvador: 2002, 1 CD ROM.

PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. **O que é um microempreendedor individual (MEI).** 12 de janeiro de 2018. Disponível em:<<https://revistapegn.globo.com/MEI/noticia/2018/01/o-que-e-ser-um-microempreendedor-individual-mei.html>>. Acesso em 01 de fevereiro de 2019.

PORTAL MICROEMPREENDEDOR. **Quais os impostos que o MEI deve pagar?.** Disponível em: < <https://portalmeimicroempreendedor.com.br/registrar-mei-online>> Acesso em 01 de fevereiro de 2019.

SARAIVA, Piedley Macedo; DANTAS, Francisco Leite. **Empreendedorismo na prática**. Olinda: Livro Rápido, 2016.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.

SEBRAE: **Um agente de desenvolvimento**. Sebrae. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 2 janeiro 2019.

SENTANIN, Luis Henrique Valenciano; BARBOZA, Reginaldo José. **Conceitos de empreendedorismo**. *Revista Científica Eletrônica de Administração*. Ano V, Número 9, Dezembro de 2005.

SEVERINO, Antônio Joaquim Severino. **Metodologia do trabalho científico**. 23. Ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2011.

SCHANE, S.; VENKATARAMAN, S. **The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research**. *The Academy of Management Review*. v.25, n.1, p.217-227, 2000.

SCHMIDT.S; BOHNENBERGER, M. **Empreendedorismo. Perfil Empreendedor e desempenho organizacional**. *Revista de Administração Contemporânea*. Vol. 13 n. 03, 2009.

TIMMONS, J. A. Opportunity recognition. In: BYGRAVE W. D.; ZACHARAKIS A. (Eds.). **The portable MBA in entrepreneurship**. 3. ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, v.32, p. 29-70, 2004

ZACARIAS, Ligia Márcia; SARAIVA, Piedley Macêdo. **A Relevância do planejamento financeiro para sobrevivência do microempreendedor individual: um estudo realizado no varejo formal de Juazeiro do norte– CE**. 2015. 24f. Artigo (Graduação em Administração). Faculdade Paraíso do Ceará, Juazeiro do Norte-CE, 2015.

Como citar este artigo (Formato ABNT):

SILVA , Arlene Lilian Ribeiro ; SARAIVA , Piedley Macedo ; ARAUJO , Michel Oliveira . O Posicionamento do MEI Perante a Crise Econômica : Um Estudo Realizado nos MEIs em Bairro da Cidade de Juazeiro do Norte. **Id on Line Rev.Mult. Psic.**, 2019, vol.13, n.46, p. 459-476. ISSN : 1981-1179.

Recebido: 01/06/2019;

Aceito: 28/06/2019.