

O perfil empreendedor dos lojistas do Shopping Independência de Santa Maria-RS na gestão de seus empreendimentos

The entrepreneur profile of tenants of Independência Shopping Center in Santa Maria-RS in the management of their projects

Bruna Tadielo Zajonz¹, Jéferson Réus da Silva Schulz², Marta Fenner³ e Andrea Cristina Dörr⁴

¹Acadêmica de Ciências Econômicas, UFSM, Santa Maria, RS, Brasil

²Acadêmico de Ciências Econômicas, UFSM, Santa Maria, RS, Brasil

³Acadêmica de Ciências Econômicas, UFSM, Santa Maria, RS, Brasil

⁴Doutora em Economia, Professora Adjunta do Departamento de Educação Agrícola e Extensão Rural, UFSM, Santa Maria, RS, Brasil

Resumo

O microempreendedor individual é aquele que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário. Observa-se que essa categoria vem crescendo constantemente no Brasil à medida que se abrem novas oportunidades para o empreendimento autônomo. O objetivo deste artigo é analisar e descrever o perfil dos empreendimentos dos microempreendedores individuais do Shopping Independência de Santa Maria-RS, abordando-se variáveis que caracterizam a forma como os microempreendedores conduzem seus empreendimentos. A metodologia utilizada nesta pesquisa baseia-se na coleta de dados primários por meio da aplicação de formulários junto aos lojistas no período de 04 a 09 de novembro de 2013. Os resultados indicam que houve redução da renda em virtude do aumento dos custos após o MEI. Os dados revelam que a maioria dos microempreendedores adota como forma de controle financeiro o método da caderneta e outros sequer realizam este controle. Conclui-se que poucos dos microempreendedores necessitam de financiamento e os que necessitam têm dificuldades em conseguir. Verifica-se que os produtos comercializados no Shopping são oriundos de outros países ou cidades, onde o preço é menor, para que os microempreendedores possam vender a um preço maior.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual. Economia Informal. Shopping Independência.

Abstract

The individual microentrepreneur is self employed and legalized as a small businessman. It is perceived that this is a fast growing business category in Brazil as new autonomous business opportunities raise in the country. The aim of this article is to analyze and describe the enterprise profile of microentrepreneur individuals at Independência Shopping Centre in Santa Maria-RS-Brazil, also addressing variables that may characterize the ways in which microentrepreneur run their enterprises. The methodology utilized in this research was based on primary data gathered by means of questionnaire assessment applied to store owners from the 4th to 9th November 2013. Results indicate that there was an income reduction due to an increase in costs after MEI. The data reveals that the majority of microentrepreneurs use the booklet method for financial control whereas others do not apply any control at all. It was concluded that a very few of the microentrepreneurs need financing and those who do need financial support find difficulties to actually get it. It turns out that products commercialized in the Shopping Centre come from different countries or cities, where prices are generally smaller and microentrepreneurs may ultimately resell them for higher prices.

Keywords: Individual Microentrepreneur. Informal Economy. Independência Shopping Centre

1 Introdução

O comércio de rua praticado por vendedores ambulantes e camelôs tornou-se comum nos centros urbanos, onde é possível observar que as calçadas, praças e outros locais onde há grande fluxo de pessoas foram tomados por estes trabalhadores informais no desenvolvimento de suas atividades, características da economia informal. Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT) (2006, p. 7), economia informal “refere-se a todas as atividades econômicas de trabalhadores e unidades econômicas que não são abrangidas em virtude da legislação ou da prática por disposições formais”.

De acordo com Krein e Proni (2010), o comércio ambulante é umas das atividades que caracteriza a economia informal, no sentido de que envolve trabalhadores cujas atividades estão em desacordo com as normas legais ou fora do alcance das instituições públicas de seguridade social. Ulyssea (2006) aponta a rigidez contratual e os custos impostos pela legislação trabalhista como sendo uma das principais razões para a existência de elevadas taxas de informalidade no mercado de trabalho brasileiro. Ou seja, a legislação trabalhista, tanto na perspectiva dos empregadores quanto para os trabalhadores, tem fortes incentivos à informalidade.

Krein e Proni (2010) enfatizam que os trabalhadores da economia informal são impossibilitados de desfrutar plenamente dos direitos sociais que alicerçam a cidadania em detrimento do fato de que, na maioria das vezes, não são reconhecidos pelas agências governamentais, são imprecisamente mensurados nas estatísticas oficiais, não estão contemplados pela legislação trabalhista e se beneficiam de forma limitada da seguridade social. Para os mesmos autores, os trabalhadores da economia informal são privados de condições satisfatórias de trabalho e de proteção social.

Nos centros urbanos, uma das formas mais comuns de manifestação do trabalho informal é o comércio de rua praticado por camelôs e vendedores ambulantes. Com o objetivo de sanar o problema que decorre dessas formas de trabalho informal, a prefeitura de Santa Maria-RS, a exemplo do que ocorrera em grandes capitais como Belo Horizonte, transferiu os camelôs das ruas da cidade para o Shopping Independência, legalizando suas atividades e inserindo este grupo de trabalhadores no Programa Microempreendedor Individual (MEI). Todos aqueles indivíduos que trabalhavam de maneira informal como camelôs de rua, tiveram seu cadastramento no MEI realizado pela própria Prefeitura Municipal para que fossem beneficiados pelos direitos garantidos aos microempreendedores individuais formalmente legalizados de acordo com a Lei Complementar nº 128 de 19 de dezembro de 2008, que criou condições especiais para que o trabalhador conhecido como informal possa se tornar um MEI legalizado.

Microempreendedor individual é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário (BRASIL, 2014). No entanto, para ser um microempreendedor individual é necessário faturar no máximo até R\$ 60.000,00 por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. O MEI também pode ter um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria.

Entre as vantagens oferecidas pela Lei Complementar nº 128, está o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que facilita a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais. Dessa forma, o MEI se enquadra no Simples Nacional e ficará isento de tributos federais como o Imposto de Renda (IR), o Programa de Integração Social (PIS), a Contribuição Para Financiamento da Seguridade Social (COFINS), o Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI) e a Contribuição Social Sobre Lucro Líquido (CSLL) (BRASIL, 2014).

Desse modo, o empreendedor paga apenas o valor fixo mensal de R\$ 37,20 (comércio ou indústria), R\$ 41,20 (prestação de serviços) ou R\$ 42,20 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) ou ao Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN). Essas quantias serão atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo. Por meio destas contribuições, o microempreendedor individual tem

acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença, aposentadoria, entre outros (BRASIL, 2014).

Considera-se importante compreender os aspectos ligados à informalidade e tem-se em vista que o incentivo ao empreendedorismo pode atuar como uma forma de reduzir este problema, principalmente no âmbito do comércio dos vendedores ambulantes e camelôs. Dessa forma, o objetivo desta pesquisa consiste em analisar e descrever o perfil dos empreendimentos dos microempreendedores individuais do Shopping Independência de Santa Maria-RS, abordando-se variáveis que caracterizam a forma como os microempreendedores conduzem seus empreendimentos.

2 Metodologia

A pesquisa foi realizada no Shopping Independência de Santa Maria-RS, sendo esta caracterizada como um levantamento de campo. Segundo Gil (2008, p. 55) um levantamento de campo “consiste na interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer”. Neste tipo de pesquisa solicita-se a um grupo significativo de pessoas informações acerca do problema estudado para que, posteriormente, através de uma análise quantitativa, seja possível obter as conclusões correspondentes aos dados coletados.

Os dados primários foram coletados mediante realização de uma entrevista com o responsável pela organização em estudo e também por meio da aplicação de um formulário junto aos microempreendedores do Shopping Independência. Buscou-se, junto a Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Santa Maria-RS, informações quanto ao número de bancas atuantes e critérios que definem os camelôs, agora lojistas, como microempreendedores individuais.

Para obtenção do tamanho da amostra, considerou-se para fins de cálculo uma população finita de 208 elementos. Para realizar o cálculo da variância ($s^2 = 0,04$), empregou-se a variável escolaridade, obtida por meio do estudo piloto e um erro amostral de 5,00%.

A fórmula utilizada para o cálculo da amostra foi a seguinte:

$$n = \frac{Z^2 \times s^2 \times N}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times s^2}$$

onde:

n = tamanho mínimo da amostra calculada;

Z = valor crítico da estatística z tabelado;

s^2 = variância obtida pela amostra piloto;

N = tamanho da população;

e = erro amostral, obtido através da amostra piloto.

Calculando-se:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,04^2 \times 208}{0,05^2 \times (208 - 1) + 1,96^2 \times 0,04^2} = 47,62$$

O cálculo da amostra resultou em 47 microempreendedores, para os quais foi aplicado um formulário durante o período de 04 a 09 de novembro de 2013, contendo 26 perguntas que se distribuíram entre abertas e fechadas, sobre o perfil socioeconômico e características do empreendimento.

Destaca-se também que foi utilizada a técnica de observação participante durante a coleta dos dados. De acordo com Appolinário (2006, p. 139), “esta técnica é aquela na qual o pesquisador, enquanto observa e registra, interage com os sujeitos observados”. Dessa forma, é possível que o pesquisador experencie os eventos “por dentro”, com se fosse um dos sujeitos (Appolinário, 2006).

A tabulação dos dados obtidos foi feita através do programa Microsoft Office Excel 2007. A análise descritiva dos dados permitiu a construção de gráficos e tabelas para facilitar a compreensão dos resultados.

3 Fundamentação teórica

3.1 A economia informal e o estímulo ao empreendedorismo como alternativa de combate à informalidade do trabalho

Conforme alude Bagnasco (1997), a economia informal pode referir-se aos processos de produção e de troca que, de um modo ou de outro, deixam de agir em conformidade com as leis comerciais, fiscais ou trabalhistas. Nesta concepção de economia informal podem estar inseridos os camelôs de rua e demais trabalhadores por conta própria, pois geralmente trabalham às margens da legislação e não são reconhecidos pelas agências governamentais.

Para Cacciamali (2000), o trabalho informal está intrínseco a atividades, trabalhos e rendas realizadas que desconsideram regras expressas em leis ou em procedimentos usuais, podendo abranger uma série de fenômenos muito distintos, em que se enquadra, inclusive, o comércio de rua ou ambulante. De acordo com Theodoro (2000, p. 7), “[...] o pequeno comércio de rua é uma atividade secular, assim como grande parte dos serviços pessoais, da produção artesanal, etc.”.

Kitamura, Miranda e Ribeiro Filho (2007) apontam que a economia informal é um conceito bastante abrangente, sendo o comércio de camelôs e ambulantes a parte mais representativa deste setor. Para Pamplona (2013, p. 226) “o comércio de rua é um fenômeno vigoroso, que resiste há séculos de mudanças econômicas e urbanas e, ao contrário do que se imaginava, não sucumbiu à modernidade capitalista, mas foi alimentado por ela [...]”.

Dessa forma, surge a figura dos camelôs de rua, que consideram esta iniciativa uma forma de auferir renda, seja por falta de outras oportunidades ou mesmo por opção, caindo na esfera do subemprego, uma vez que não atendem a disposições formais. Segundo Pamplona (2013), uma grande parte dos vendedores ambulantes não cumpre obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas, mas suas atividades exercem papel relevante na cadeia de distribuição e comercialização de produtos para a população de baixa renda das cidades, no sentido de que oferecem mercadorias a preços mais baixos e de fácil acesso.

Ulysea (2008) enfatiza que, para os trabalhadores, a formalidade implica em custos associados aos impostos inerentes ao contrato formal, sendo os principais o imposto de renda e a contribuição previdenciária. Assim sendo, a própria legislação trabalhista exerce fortes incentivos à informalidade. Para o mesmo autor, a informalidade traz como consequência a perda de benefícios associados ao emprego formal, como o seguro-desemprego, férias remuneradas, entre outros.

Pamplona, acerca dos trabalhadores informais e do setor informal, faz a seguinte alusão:

São informais os trabalhadores das unidades de produção não tipicamente capitalistas no interior do capitalismo, sendo que o conjunto destas unidades de produção compõe o setor informal. Nelas há reduzida ou nenhuma separação entre trabalho e propriedade dos meios de produção (o proprietário trabalha diretamente na produção com a ajuda frequente de familiares e, em alguns casos, com poucos assalariados) e o trabalho assalariado não constitui a base do seu funcionamento. As unidades produtivas informais não são plenamente capitalistas também porque a taxa de lucro não é a variável-chave de seu funcionamento, mas sim o rendimento total de seu dono. A prioridade é a manutenção da família, para só depois vir a manutenção do negócio ou a preocupação com “retornos de investimento” (PAMPLONA, 2013, p. 228).

Tiryaki (2008) aponta que os empreendimentos informais também têm surgido a partir da decisão de trabalhadores de tornarem-se autônomos, no intuito de evitar os elevados custos com a legislação trabalhista, a cobrança oficial de impostos e os custos com burocracia e corrupção. Isto posto, acerca da economia informal, o autor faz a seguinte explanação:

A economia informal é formada, na sua maior parte, por pequenos negócios com acesso restrito ao crédito e impossibilitados de recorrer ao sistema legal para a proteção da propriedade e o cumprimento de contratos, já que não possuem registro junto a entidades governamentais (TIRYAKI, 2008, p. 98).

Conforme Feijo, Nascimento e Silva e Souza (2009), o setor informal é bastante heterogêneo e as políticas públicas pensadas para combater a informalidade devem buscar identificar as diferentes características das atividades informais. Para Theodoro (2000), o Estado estaria em face de um novo campo de ação, sendo este o setor informal, para o qual devem ser desenvolvidas políticas e programas.

Segundo Wolff (2014), a concepção de administração pública passou por reformulações substanciais que impactaram sobre as ações voltadas para a geração de emprego e renda. Para a mesma autora, essas ações que se voltaram para a geração de emprego e renda têm sido marcadas por uma abordagem empreendedora que reorienta o projeto de desenvolvimento nacional para projetos de desenvolvimento local.

Feijo, Nascimento e Silva e Souza (2009) concluem que, para níveis menores de informalidade, as políticas de garantia de emprego são as mais eficazes. Dessa forma, pode-se entender que uma das maneiras de se enfrentar o problema do trabalho informal é o incentivo ao espírito empreendedor, pois garante emprego e renda aos empreendedores e suas famílias.

De acordo com a OIT (2009), as políticas que podem contribuir para superação da economia informal deveriam ser formuladas e implementadas considerando-se a heterogeneidade de situações pelas quais esta se manifesta. Conforme a mesma fonte, a transição para a formalidade requer um conjunto de políticas que combinem a promoção do dinamismo econômico, a geração de mais e melhores oportunidades de emprego, a criação de empresas, a ampliação da proteção social e a aplicação efetiva dos direitos no trabalho.

A OIT (2006) preconiza que os trabalhadores e as unidades econômicas da economia informal constituem um bom potencial empresarial, uma vez que estes trabalhadores dispõem de qualificações variadas e tem um sentido apurado para o negócio, além de espírito criativo, dinamismo e capacidade de inovação. Neste sentido, desenvolver estratégias que estimulem o empreendedorismo pode ser uma forma de se caminhar rumo à economia formal.

Pimentel, Violento e Rodrigues et al. (2013) definem o empreendedor como aquele que vislumbra um negócio diante da identificação de uma oportunidade ou necessidade. Para o Sebrae (2014), empreendedor é aquele que inicia algo novo, que vê o que outros não veem, que realiza antes, que sai da área do sonho e do desejo e parte para a ação. Ainda conforme o Sebrae, “empreender é identificar oportunidades e desenvolver meios de aproveitá-las, assumindo riscos e desafios”.

3.2 A construção de shoppings populares como uma alternativa para o trabalho formal

No que concerne às atividades ditas informais, “para os planejadores do espaço urbano, o comércio ambulante representa um entrave para a organização espacial das cidades [...] (CLEPS, 2009, p. 333)”. Neste sentido e devido à expansão dessas atividades, é imprescindível a criação de ambientes específicos para que os trabalhadores informais possam atuar de maneira formal. Deve-se pensar não apenas em oferecer um espaço adequado para estes trabalhadores desenvolverem suas funções, mas também inseri-los no mercado de trabalho formal, tendo acesso a direitos e benefícios essenciais, bem como proteção em acordo com um aparato legal.

Montessoro (2006) preconiza que uma das tentativas do poder público no intuito de acabar com o comércio informal nos espaços de uso comum da sociedade, como calçadas, praças e ruas, foi a construção dos camelódromos e dos shoppings populares. A autora conceitua esses espaços como sendo centros comerciais para ambulantes.

Acerca do surgimento dos shoppings populares, Cleps (2009) afirma que os mesmos surgiram como empreendimentos imobiliários destinados exclusivamente ao comércio popular e foram denominados como “shoppings populares” ou “camelódromos”. Para a autora, esses espaços, que muitas vezes são criados com apoio do poder público, apresentam-se como uma tentativa de ordenar a ocupação do espaço urbano e contribuem para regular a economia informal urbana.

Segundo Pimentel, Violento e Rodrigues et al. (2013) acompanha-se, no Brasil, um incremento da atividade empreendedora e do desenvolvimento de pequenos negócios através de uma série de

avanços em políticas públicas. Para estes autores, as políticas públicas direcionadas aos pequenos negócios têm contribuído para aumentar a formalização e o incentivo ao empreendedorismo e, como exemplo, os autores citam a aprovação de uma série de Leis Complementares, como a nº 128, que cria a figura do microempreendedor individual.

A preocupação dos formuladores de políticas públicas em formalizar o trabalho dos camelôs de rua demonstra o interesse da gestão pública em reduzir os índices de informalidade. Conforme Carrieri, Murta e Mendonça et al. (2008), a atuação econômica anterior à transferência para os shoppings populares sofreu transformações que abrangem influências dos contornos de “formalização”. Estas questões simbólicas perpassam estar ou não na rua, envolvendo a própria reorganização espacial do que antes eram atividades informais e agora se constituem como mercados formais, com sede fixa e legalizada.

4 Resultados e discussão

4.1 Caracterização do Shopping Independência de Santa Maria-RS

O Shopping Independência de Santa Maria-RS foi criado em 2010 com o intuito de tirar os camelôs da rua e atender à legislação adequada de um microempreendedor individual. Nesta ação, a Prefeitura Municipal de Santa Maria-RS teve o objetivo de criar condições de trabalho melhores para esta categoria, garantindo aos mesmos conforto e segurança, bem como um plano de aposentadoria e demais benefícios garantidos pela Lei Complementar nº 128 de 19 de dezembro de 2008.

Na estrutura do Shopping Independência de Santa Maria-RS, há capacidade para abrigar 208 bancas com dimensões de 2,00m x 2,00m x 2,70m, sendo 106 encontradas no primeiro piso e 102 no segundo piso. Os aluguéis variam entre R\$ 118,00 e R\$ 500,00 e são cobrados com o objetivo da prefeitura fazer a manutenção do prédio, desde energia a elétrica até a limpeza. O local abre todos os dias, sendo que de segunda a sábado funciona das 9h às 21h, sem fechar ao meio dia e, nos domingos e feriados, o funcionamento ocorre das 11h às 19h.

4.2 Análise descritiva da gestão dos empreendimentos

Na análise acerca do controle financeiro, constatou-se que a grande maioria dos microempreendedores do Shopping Independência, 70,00%, faz o controle pelo tradicional método da caderneta, fazendo uma anotação diária das mercadorias que são vendidas e do montante de dinheiro que entra em caixa. Apenas 9,00% dos entrevistados responderam ter auxílio de um contador para realizar o controle financeiro do seu empreendimento, e uma parcela menor ainda, 4,00%, informou que controla a parte financeira por meio de planilhas no programa Microsoft Office Excel (Figura 1).

Como é possível observar pela Figura 1, um montante de 17,00% dos respondentes não faz o controle financeiro do seu empreendimento, sendo este um fato preocupante, pois dessa forma não é possível ter conhecimento acerca de possíveis métodos de gestão que poderiam ser empregados para controlar o fluxo de dinheiro e mercadorias. Esse resultado se mostra preocupante uma vez que controlar as finanças do empreendimento é fundamental para a sustentação do mesmo, seja para sua sobrevivência ou para seu crescimento e competitividade.

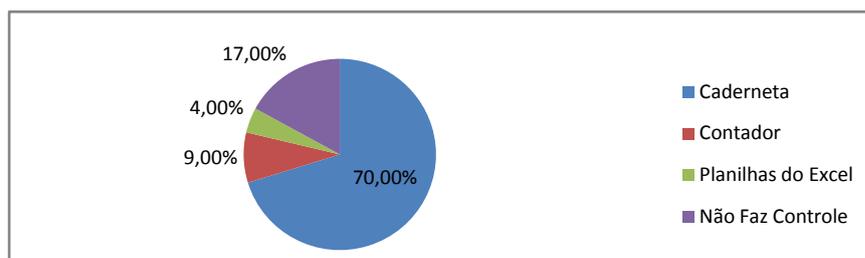


Figura 1 – Controle financeiro
Fonte: A autoria dos autores.

Das bancas entrevistadas, 76,60% aceitam como formas de pagamento somente o pagamento à vista, 19,15% aceitam pagamento à vista e também cartão, e uma minoria, 4,00%, aceitam pagamento à vista e também em cheques. Essa minoria, 4,25%, que aceita pagamento à vista e com cheques, se justifica pelo alto grau de risco envolvido nas transações que ocorrem com cheques (Figura 2).

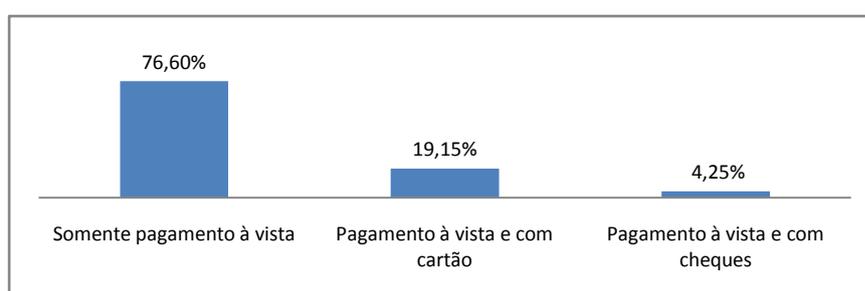


Figura 2 – Formas de pagamento aceitas
Fonte: A autoria dos autores.

Verifica-se também que a grande maioria dos empreendimentos apresenta maior margem de lucro no final do ano e nas demais datas comemorativas. Com relação ao prejuízo, constatou-se que a maior parte dos microempreendedores apresenta prejuízo mais elevado no início do ano e logo após o inverno. Estes fatores são explicados pelas vendas em cada período. Ter conhecimento dessas variáveis é importante para que os microempreendedores possam extrair o máximo de possibilidades de venda de suas mercadorias tanto nos períodos em que se há uma maior vendagem quanto nos períodos em que as vendas se reduzem, buscando encontrar maneiras de estimular a demanda por seus produtos.

A respeito das maiores dificuldades encontradas pelos microempreendedores, conforme apresentado na Figura 3, destacam-se: atender a legislação (19,15%), atualização de produtos (19,15%), a falta de clientes (14,89%) e conseguir financiamento (4,26%), nos casos em que este é necessário. Outros 31,91% dos entrevistados informaram não ter dificuldades no seu empreendimento. Com relação à dificuldade que se tem em atender a legislação, os lojistas precisaram passar por um processo de adaptação de acordo com as diretrizes estabelecidas pelo MEI após sua transferência para o Shopping Independência, pois quando eram vendedores ambulantes não tinham esta preocupação, a exemplo das bancas que vendem CDs e DVDs. Em detrimento de surgirem constantemente novos e modernos produtos no mercado, os lojistas encontram também grande dificuldade em manter seus produtos atualizados.

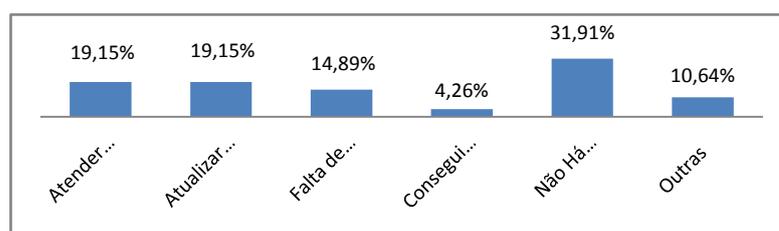


Figura 3 – Principais dificuldades dos microempreendedores
Fonte: A autoria dos autores.

Apesar das dificuldades encontradas por alguns lojistas, a maior parte dos microempreendedores respondeu que após a implantação do MEI e sua transferência para o Shopping Independência, a maioria dos seus problemas foram sanados, os quais referem-se principalmente às suas condições de trabalho, pois foram transferidos para um local com melhores condições para desenvolver suas atividades.

Observa-se, pela Figura 4, que grande parte dos produtos vendidos nas bancas, 34,05%, é oriunda de outros países como Paraguai e Uruguai. Isso decorre do fato de os produtos serem mais baratos nesses países, o que gera um potencial para que os lojistas pratiquem arbitragem que, conforme Pindyck e Rubinfeld (2010, p.7) “consiste em comprar uma mercadoria a um preço mais baixo em uma localidade e vender a um preço mais alto em outra”. Conforme os mesmos autores, o que cria potencial para a prática de arbitragem são as diferenças significativas no preço de uma mercadoria entre a localidade em que esta é comprada e a localidade na qual será vendida.

É também frequente que os microempreendedores do Shopping Independência comprem os produtos em atacados de cidades maiores como Porto Alegre e São Paulo, um total de 29,77%. Uma parcela de 19,15% compra seus produtos em atacados e também em outros países e 10,65% possuem fornecedores. Apenas 6,38% tem produção própria, o que se verifica naquelas bancas que vendem ervas medicinais e artesanato (Figura 4).

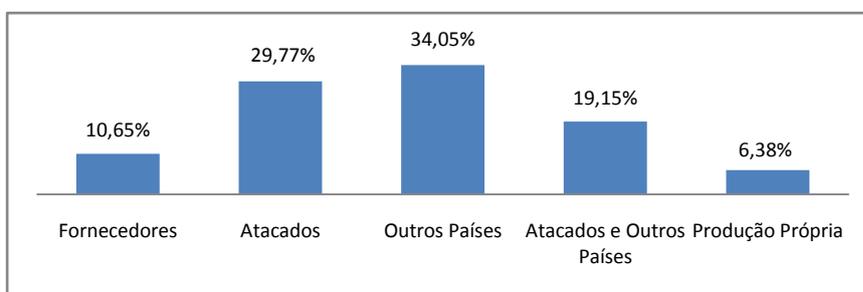


Figura 4 – Origem dos produtos comercializados

Fonte: Autoria dos autores.

Os custos de viagem para compra dos produtos em outras localidades também devem ser abonados pela diferença entre o preço pago pelas mercadorias e o preço que será por fim cobrado por elas, ou então não haveria potencial para que ocorresse arbitragem. Mesmo quando os produtos são adquiridos de fornecedores, o preço que é pago aos fornecedores é inferior ao preço que será repassado ao consumidor final.

Com os produtos que não são vendidos em um determinado período de tempo é feita uma liquidação. É interessante destacar que alguns lojistas oferecem serviços extras de concerto de mercadorias ou de garantia pelas mesmas, como por exemplo, bancas que vendem relógios e eletrônicos. Este fato possibilita o aproveitamento de todas as mercadorias, não tendo que estocar ou perder nada.

Com base na determinação dos preços, conforme consta na Figura 5, 51,06% dos microempreendedores estabelece os preços a partir de uma margem de lucro individual, outros 40,43% determinam os preços das mercadorias vendidas de acordo com o preço de mercado e apenas 8,51% dos lojistas estabelecem o preço inferior ao de mercado como forma de atrair mais clientes.

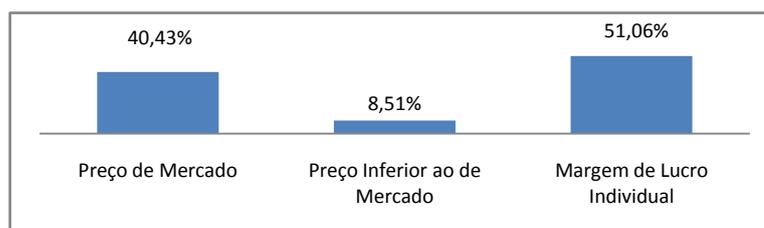


Figura 5 – Determinação dos preços das mercadorias

Fonte: Autoria dos autores.

Acerca dos custos do empreendimento, 94,00% dos respondentes afirmaram que houve um aumento após o MEI, e apenas 6,00% responderam que os custos continuaram os mesmos. Esse aumento se deve principalmente ao preço do aluguel que é pago pelas bancas no Shopping, custo este que não havia antes, quando eram vendedores ambulantes. É importante ressaltar que o aluguel das bancas varia de acordo com a sua localização, como por exemplo, a diferença entre o primeiro e segundo piso, as bancas da frente, as de esquina e as das laterais. O menor valor informado foi de R\$ 118,00 e o maior foi de R\$ 500,00.

Em função de algumas dificuldades, uma parcela de 27,66% necessita de financiamento. Desta porcentagem, 15,38% necessitam de um financiamento de até R\$ 1.000,00. Um montante de 23,08% precisa de um financiamento que varia de R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00 e os outros 15,38% necessitam de um financiamento que varia entre R\$ 2.000,00 e R\$ 3.500,00. A maior parte deles, 46,16% precisa de financiamento de R\$ 3.500,00 a R\$ 5.000,00. Dos respondentes, 61,54% afirmam que não conseguem acesso fácil ao financiamento e outros 38,46% argumentam conseguir acesso ao financiamento com facilidade. Apenas um dos respondentes disse que com o que ganha, às vezes não é a possível pagar a prestação do valor financiado.

Com respeito às rendas individuais mensais, observa-se, através da análise da Figura 6, que aumentou o número de microempreendedores que passaram a auferir renda entre R\$ 100,00 a R\$ 999,00, sendo estas as menores rendas encontradas. Verifica-se também que a grande maioria dos respondentes possui renda entre R\$ 1000,00 a R\$ 1999,00, número este que aumentou após a implementação do MEI e transferência para o Shopping Independência.

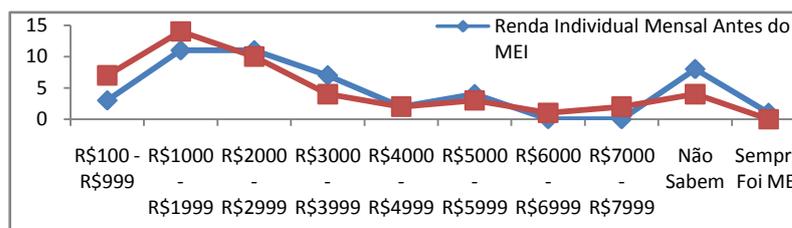


Figura 6 – Rendas individuais antes e após o MEI
Fonte: Autoria dos autores.

Acerca das rendas individuais mensais antes e após o MEI, verificou-se que um maior número de lojistas passou a auferir renda mais baixa com a implantação do Programa MEI. Verifica-se também que tanto antes quanto depois do MEI, um número considerável de respondentes, em função de não haver um controle financeiro adequado do empreendimento, não soube responder a respeito do valor de sua renda individual mensal. Um fator determinante para a redução da renda é o fato de os custos terem aumentado devido ao pagamento do aluguel, custo este que não existia quando praticavam comércio nas ruas.

5 Conclusões

Percebe-se que a maioria dos microempreendedores não possui métodos aprimorados para fazer o controle financeiro do seu empreendimento, destacando-se o tradicional método da caderneta para execução do mesmo. Outros microempreendedores sequer realizam o controle financeiro do seu negócio. A maioria das bancas aceita como forma de pagamento somente o pagamento à vista, por ser o método mais convencional.

Os empreendimentos apresentam maior margem de lucro no final do ano e em datas comemorativas, e prejuízo no início do ano e logo após o inverno. A grande maioria diz não enfrentar dificuldades em seu negócio, ressaltando que após sua transferência para o Shopping Independência suas condições de trabalho melhoraram no que se refere aos problemas que enfrentavam quando estavam na rua.

Os produtos são oriundos, em sua maioria, de outros países e de atacados de cidades grandes. Dessa forma, os empreendedores do Shopping Independência de Santa Maria-RS praticam arbitragem, pois compram os produtos em localidades onde o preço é mais baixo e vendem no Shopping a um preço mais elevado. Os preços são determinados, na maioria dos casos, por uma margem de lucro individual do próprio empreendedor, ou então de acordo com os preços estabelecidos pela concorrência entre os próprios microempreendedores do Shopping.

Poucos microempreendedores necessitam de financiamento, ressaltando que, daqueles que precisam, a grande maioria não consegue o financiamento com facilidade. Ocorreu também redução da renda após o MEI, em virtude do aumento dos custos.

Referências

- APPOLINÁRIO, F. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
- BAGNASCO, A. A economia informal. **Ensaios FEE**. v. 18, n. 2, p. 13-31, 1997.
- BRASIL. Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Cria a figura do Microempreendedor Individual - MEI e modifica partes da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/2006). **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 22 dez. 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp128.htm>. Acesso em: 28 mai. 2014.
- BRASIL. Portal do Empreendedor. MEI: Microempreendedor Individual. 2014. Disponível em: <<http://www.portaldoeempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>>. Acesso em: 18 jul. 2014.
- CACCIAMALI, M. C. Globalização e processo de informalidade. **Economia e Sociedade**. Campinas, v. 9, n. 1 (14), p. 153-174, jun. 2000.
- CARRIERI, A. P. de; MURTA, I. B. D. ; MENDONÇA, M. C. N. ; MARANHÃO, C. M. S. A. de; SILVA, A. R. L. da. Os espaços simbólicos e a construção de estratégias no Shopping Popular Oiapoque. **Cadernos EBAPE.BR**. v. 6, n. 2, p. 1-13, jun. 2008.
- CLEPS, G. D. G. Comércio informal e a produção do espaço urbano em Uberlândia (MG). **Revista Sociedade e Natureza**. Uberlândia, v. 21, n. 3, p. 327-339, dez. 2009.
- FEIJO, C. A.; NASCIMENTO e SILVA, D. B. do; SOUZA, A. C. de. Quão heterogêneo é o setor informal brasileiro? Uma proposta de classificação de atividades baseada na Ecinf. **Revista Economia Contemporânea**. v.13, n.2, p. 329-354, mai./ago. 2009.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KITAMURA, C. K.; MIRANDA, M.; FILHO RIBEIRO, V. O comércio e serviços ambulantes: uma discussão. **Caminhos de Geografia**. Uberlândia, v. 8, n. 23, p. 20-26, 2007. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia>>. Acesso em: 2 jul. 2014.
- KREIN, J. D.; PRONI, M. W. **Economia informal: aspectos conceituais e teóricos**. Escritório da OIT no Brasil. Brasília: OIT, 2010, 1. v (Série Trabalho Decente no Brasil; Documento de trabalho n. 4). Disponível em: <http://www.oit.org.br/sites/default/files/topic/employment/pub/economia_informal_24_1.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2014.
- MONTESSORO, C. C. L. **Centralidade urbana e comércio informal: os novos espaços de consumo no centro de Anápolis**. 2006. 398 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2006.

- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). **A OIT e a Economia Informal**. Lisboa, 2006.
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). Disponível em: <<http://www.oit.org.br/content/semin%C3%A1rio-tripartite-%E2%80%9C-economia-informal-no-brasil-pol%C3%ADticas-para-facilitar-transi%C3%A7%C3%A3o-para-f>>. Acesso em: 17 jul. 2014.
- PAMPLONA, J. B. Mercado de trabalho, informalidade e comércio ambulante em São Paulo. **Revista Brasileira de Estudos de População**. v. 30, n.1, p. 225-249, jan./jun. 2013.
- PIMENTEL, A.; VIOLENTO, A.; RODRIGUES, C. G. O. de; JULIÃO, D. P.; JUER, E.; LOHMANN, J. B. Empreendedorismo e formalização de atividades de turismo em ambientes naturais. Observatório de Inovação do Turismo - **Revista Acadêmica**. v. 7, n. 4, p. 4-32, mar. 2013.
- PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia**. 7. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.
- SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Empreender é ter vontade e oportunidade**. 2014. Disponível em: <<http://gestaoportal.sebrae.com.br/momento/quero-melhorar-minha-empresa/comece-por-voce/empreendedorismo>>. Acesso em: 10 abr. 2014.
- TIRYAKI, G. F. A informalidade e as flutuações na atividade econômica. **Estudos Econômicos**. v. 38, n.1, p. 97-125, jan./mar. 2008.
- THEODORO, M. **As bases da política de apoio ao setor informal no Brasil**. Brasília: IPEA, 2000. (Texto para Discussão, 762).
- ULYSSEA, G. Informalidade no mercado de trabalho brasileiro: uma resenha da literatura. **Revista de Economia Política**. v. 26, n. 4 (104), p. 596-618, out./dez. 2006.
- ULYSSEA, G. Instituições e a informalidade no mercado de trabalho. **Estudos Econômicos**. v. 38, n.3, p. 525-556, jul./set. 2008
- WOLFF, S. Desenvolvimento local, empreendedorismo e "governança" urbana: onde está o trabalho nesse contexto? **Cadernos CRH**. v. 27, n.70, p. 131-150, jan./abr. 2014.