



PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DE ALIMENTOS E BEBIDAS NO BRASIL: INDICADORES, DESAFIOS E TENDÊNCIAS

PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DO SETOR DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA COM ATUAÇÃO NA QUALIDADE, PRODUTIVIDADE E SUSTENTABILIDADE

© Sebrae 2017. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9610/1998)

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Unidade de Atendimento Setorial Indústria
SGAS 605 – Conjunto A – Cep: 70.200-904 –
Brasília/DF
Telefone (61) 3348-7346
www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente
Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica
Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças
Vinicius Nobre Lages

Unidade de Atendimento Setorial Indústria
Gerente: Kelly Cristina Sanches

Analistas:
Maria Regina Diniz de Oliveira
Mayra Monteiro Viana

Associação Brasileira das Indústrias de Panificação e Confeitaria (ABIP)
Presidente: José Batista de Oliveira
www.abip.org.br

Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria (ITPC)
Presidente: Márcio Rodrigues
www.institutoitpc.org.br

Supervisão:
Maria Regina Diniz de Oliveira
Mayra Viana
Márcio Rodrigues
Emerson Amaral

Redação: Nayara Carmo
Edição e revisão: Renato Alves
Projeto Gráfico: Igor Marques

Participe também das próximas edições.
Envie suas dúvidas e sugestões para o email:
renato@institutoitpc.org.br

Os microempreendedores individuais brasileiros totalizaram em 2016 mais de 5,5 milhões, segundo levantamento do Governo Federal. Desses, parte significativa trabalha com serviços ou produtos referentes a alimentos e bebidas.

A expressividade desse segmento pode ser mensurada quando observado que das vinte atividades mais comuns entre os MEIs, sete são relacionadas ao setor alimentício. Dentre as de alimentos, as mais comuns são as lanchonetes, minimercados e produção de alimentos para consumo doméstico, como marmitas e pratos congelados.



Posição	Descrição	Setor	Nº de MEI	% do total de MEIs
4º	Lanchonetes e similares	Serviços	150.570	2,8%
6º	Minimercados, mercearias e armazéns	Comércio	123.297	2,3%
7º	Bares e similares	Serviços	119.705	2,2%
8º	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	Indústria	114.976	2,2%
11º	Serviços ambulantes de alimentação	Serviços	100.831	1,9%
12º	Comércio varejista de bebidas	Comércio	94.672	1,8%
19º	Comércio varejista de produtos alimentícios em geral	Comércio	64.225	1,2%

O que é um MEI



Pode-se definir como microempreendedor individual a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. No negócio, é preciso

trabalhar sozinho, sem sócios, e faturar até R\$ 60.000 por ano. É permitido ter até um funcionário, com remuneração de um salário mínimo ou piso da categoria.

Benefícios



Desde 2008, com a publicação da lei complementar 128, ficou mais fácil para aqueles que antes trabalhavam em casa, em atividades muitas vezes complementativas de renda, legalizar suas atividades, com o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas

(CNPJ), o que na prática facilita e viabiliza a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais, além de acesso a benefícios como auxílio-maternidade, auxílio-doença e aposentadoria.

Perfil



E em concomitância a essa legislação, o perfil do MEI também mudou, mostrando maior legalização e profissionalização. De acordo com pesquisa de análise realizada com mais de 330 microempreendedores em feiras e eventos de todas as regiões do Brasil, dentro do projeto de desenvolvimento do setor de panificação e confeitaria com atuação na qualidade, produtividade e sustentabilidade (Convênio ABIP/ITPC/Sebrae), a maior parte dos entrevistados disse estar no mercado há até 6 anos, mas com histórico de realização de trabalho informal. Isso significa que desde a criação da lei, muitos optaram por legalizar os negócios, sendo 34% atraídos pelos benefícios que a normativa prevê.

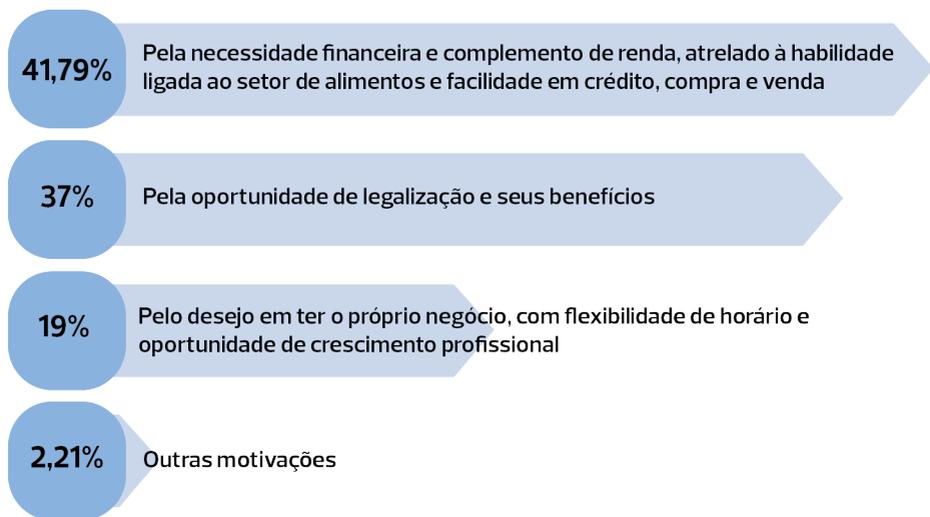


Esse cenário se mostrou mais marcante nos tempos de instabilidade econômica, em que o mercado sofreu com a dispensa de funcionários contratados em regime

de carteira assinada e redução de postos de trabalhos formais. E assim como em outros momentos da economia, reinventar se tornou a palavra de ordem. A boleira que anteriormente fazia apenas encomendas esporádicas agora tem os doces como atividade principal. Mercearias, armazéns, casas de chá, cafeterias, produções de biscoitos e bolachas, tabacarias, fabricação de marmitas e refeições congeladas,

sorveterias, salgados ou produtos voltados ao público que apresenta alergia alimentar: todos são nichos de oportunidade para ter o próprio negócio e se tornar um microempreendedor individual.

Ainda segundo a pesquisa, as principais razões que atraem os MEIs de alimentos e bebidas são:



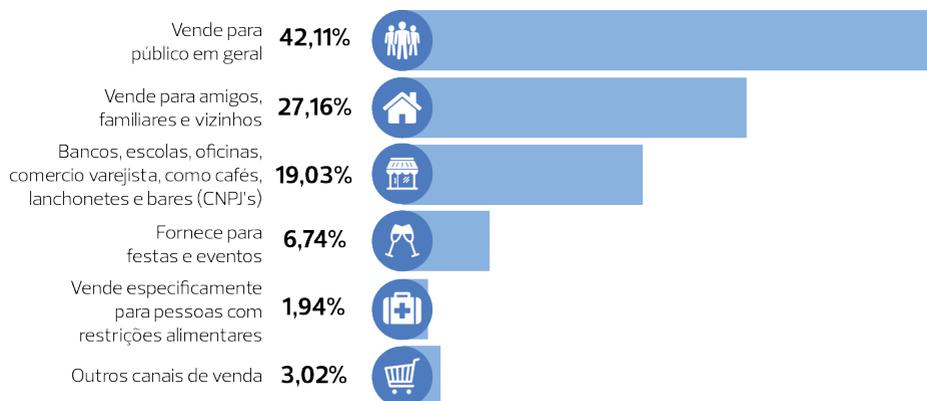
Se tornar MEI é também a porta de entrada para o empreendedorismo. E como todo empresário, os desafios de manter o negócio saudável, rentável e em atividade é um desafio. As principais dificuldades ainda são ligadas à rotina e estrutura física de equipamentos e matéria-prima (40%). As operações administrativas, contábeis e financeiras (20%) e o trato com fornecedores, bancos e com o planejamento financeiro (19%) também foram citados. Contudo, os microempreendedores individuais

já se mostram adaptados à emissão de notas fiscais e licenças de trabalho, sendo esses dois fatores comentados como fatores dificultadores para menos de 3% dos entrevistados.

Justificando o desafio de lidar com a limitada estrutura operacional, os entrevistados indicaram que majoritariamente possuem até cinco equipamentos, com predominância dos básicos, como fogão, forno, freezer, liquidificador e batedeira, em espaços de até 50m². A condição enxuta condiz com o

perfil de atuação individual, mas para 25% deles essa estrutura conta também com o apoio de um funcionário, o que é permitido pela lei. Isso significa que, na prática, um em cada quatro dos entrevistados conta com algum tipo de apoio e tem condições de ofertar produtos em maior quantidade e variedade, atendendo a uma demanda de mercado e sendo geradores de postos de trabalho, reforçando a importância da engrenagem no sistema econômico nacional.

Vender mais é sem dúvida um dos fatores que impacta diretamente no faturamento do MEI. E entender quem é esse público ainda é um desafio para 42%, que vendem para o consumidor em geral, mas não possuem uma definição clara sobre quem são seus reais e potenciais compradores. Vender para vizinhos, familiares e amigos ainda é predominante, mas há um leque expressivo de outros canais de negócio.



Em geral, as vendas são realizadas em barracas, nas ruas, facultades ou na própria casa do microempreendedor (50,71%). O que chama a atenção é que quase 18% realiza seus negócios com o auxílio da internet, com propagandas e marketing virtual, mostrando uma tendência na aproximação *on line* do consumidor moderno. As encomendas também são significativas, representando 13% e reiterando o foco no comércio ao consumidor final.

Apesar das mudanças de mercado

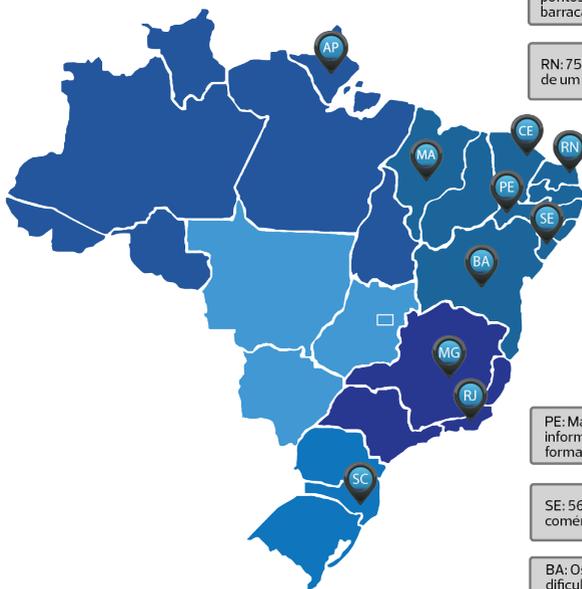
e perfil, um dos desafios que ainda permanece é a capacitação e instrução, tanto nos assuntos legais quanto nos da produção propriamente dita. Para 98% dos entrevistados há interesse em participar de treinamentos relacionados à realidade dos MEI, mas apenas 63% dos entrevistados já procuraram alguma entidade ou escola técnica para se aperfeiçoar. Dentre os temas de interesse, destaque para os ligados às rotinas administrativas, financeiras e de gestão, seguido pelas orientações à expansão do negócio, marketing e mercado.

AP: 80% dos entrevistados trabalham como MEI de alimentos e bebidas há menos de um ano.

MA: 80% dos entrevistados possuem estrutura modesta, com até 10 equipamentos e em até 30m².

CE: A maioria dos entrevistados vende seus produtos em pontos de venda próprios como lojas, quiosques, barracas ou trailers.

RN: 75% dos entrevistados contam com o apoio de mais de um funcionário.



PE: Mais de 70% dos MEIs da região antes atuava na informalidade e quase metade dos profissionais buscou formalização para obter os benefícios da categoria.

SE: 56% dos entrevistados atuavam anteriormente no comércio informal.

BA: Os entrevistados apontaram como principais dificuldades do dia a dia o alcance das metas estipuladas, manter capital de giro e tarefas ligadas à gestão.

MG: 85% dos entrevistados afirmaram já ter realizado algum trabalho como informal antes da legalização do negócio.

RJ: 47,3% dos entrevistados disseram que legalizaram os negócios para ter acesso aos benefícios, como aposentadoria e facilidade de crédito.

SC: 51% dos MEIs trabalham dessa forma há menos de um ano.

Fonte: Pesquisa do Convênio Sebrae/ABIP/ITPC

Ser um microempreendedor individual não é tarefa fácil, mas certamente estar munido de informações ajudará no processo de amadurecimento e construção de um negócio produtivo e rentável.

No próximo artigo abordaremos a importância da formalização para os MEI de alimentos e bebidas no Brasil, as regras da legislação vigentes para a categoria e os benefícios conforme levantamentos realizada no Projeto de Desenvolvimento do Setor de Panificação e Confeitaria com Atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade, firmado entre Sebrae, ABIP e ITPC.

Este é um conteúdo desenvolvido por meio
do convênio ABIP, ITPC e SEBRAE

