



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
***CAMPUS* CHAPECÓ**
CURSO DE GEOGRAFIA

DANIELA CRISTINA CARARO

**MICROEMPREENDEDORISMO INDIVIDUAL,
COMÉRCIO E CONSUMO EM CHAPECÓ**

CHAPECÓ
2015

DANIELA CRISTINA CARARO

**MICROEMPREENDEDORISMO INDIVIDUAL,
COMÉRCIO E CONSUMO EM CHAPECÓ**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao
Curso de Geografia da Universidade Federal da
Fronteira Sul, como requisito para obtenção de
grau de licenciatura em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Igor Catalão

CHAPECÓ

2015

DANIELA CRISTINA CARARO

MICROEMPREENDEDORISMO INDIVIDUAL,
COMÉRCIO E CONSUMO EM CHAPECÓ

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado como requisito para obtenção de grau de Licenciatura em Geografia da Universidade Federal da Fronteira sul.

Orientador: Prof. Dr. Igor de França Catalão

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em:
09/12/2015

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Igor de França Catalão - UFPS



Prof. Dr. Fernando Rosseto Gallego Campos - IFSC



Prof. Dr. Marco Brandt - UFPS

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Universidade Federal da Fronteira Sul por me dar oportunidade e condições de cursar esta graduação.

Meus agradecimentos a todos os professores do Curso de Geografia, que buscam dar todas as condições de aprendizagem a nós, alunos. Em especial aos professores com quem pude ter a oportunidade de conviver e de cujas aulas pude participar.

Aos meus colegas que se formaram em 2014/02, pela jornada que tivemos juntos, pelo apoio e companheirismo, em especial ao Sadimar, à Francieli, à Maria Neusa e à Melânia. Agradeço também aos meus novos colegas que também estão finalizando esta jornada e a todos com quem pude conviver, mesmo que por pouco tempo.

Agradeço especialmente aos meus pais, pelo amor e pelo apoio que sempre recebi e às minhas irmãs e sobrinhas que sempre estiveram ao meu lado.

Ainda, agradeço especialmente meu orientador, Professor Dr. Igor Catalão, pela condução em todas as etapas, pelo apoio, pelas sugestões, pelo profissionalismo, pela confiança e até pelas cobranças que sempre somaram.

Por fim, a todos os envolvidos direta e indiretamente no desenvolvimento deste trabalho e principalmente a Deus por ter me guiado e por ter concretizado mais esta etapa de minha vida.

RESUMO

O consumo no Brasil vem crescendo nos últimos anos. Devido às mudanças sociais e econômicas que estão ocorrendo no país, as famílias que antes não podiam consumir passaram a ter poder de compra, a chamada nova classe consumidora. Juntamente com isso, o setor comercial das cidades também se modificou, com diversos e diferentes centros de compras e várias formas de trabalho, principalmente nas cidades médias e metrópoles. Uma delas é o microempreendedorismo individual, que consiste nos pequenos negócios, muitas vezes nas próprias residências, e que estão ganhando espaço desde a criação da lei que o regulamenta e o formaliza. O número de ingressantes nesta modalidade vem aumentando progressivamente, trazendo mudanças na estrutura comercial das cidades. No caso de Chapecó, esta modalidade de comércio também vem crescendo e o objetivo do trabalho proposto é analisar estas mudanças, tanto no contexto econômico como na estrutura socioespacial da cidade, bem como conhecer as características desta modalidade. Para alcançarmos o resultado da pesquisa, foram realizadas consultas bibliográficas, pesquisas de campo, entrevistas e levantamento de dados primários e secundários. Como resultado foi possível observar a distribuição e as características destes empreendimentos na cidade, os motivos que levaram à formalização e como está ocorrendo esse processo.

Palavras-chave: Consumo. Cidade médias. Comércio. Microempreendedor individual.

ABSTRACT

Consumption in Brazil has been growing in recent years. Due to social and economic changes taking place in the country, families who previously could not consume now have buying power, the new consumer class. Along with this, the commercial sector of the cities has also changed, with several different shopping centers and various forms of work, particularly in the intermediate cities and metropolises. One is the individual Micro-entrepreneurship, consisting of small businesses, often in their own homes, and they are expanding their activities since the creation of the law that regulates and formalizes it. The number of entrants in this mode has been increasing in recent years, bringing changes in the commercial structure of cities. In the case of Chapecó, this mode of trade is also growing and the purpose of the proposed study is to analyze these changes in both the economic environment and in the socio-spatial structure of the city and know its characteristics. To achieve the result of research, this work has been done through literature searches, field surveys, interviews and primary and secondary data collection. As a result, it was possible to observe the distribution and characteristics of these enterprises in the city, the reasons that led to the formalization and how this process is taking place.

Keywords: Consumption. Intermediate cities. Commerce. Individual micro-entrepreneur.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Interações espaciais de Chapecó em sua rede urbana.....	23
Figura 02 – Conexões externas de Chapecó.....	24
Figura 03 – Distribuição da população de Chapecó segundo a renda – 1972- 2000.....	26
Figura 04 – Relatório mensal de receitas brutas do MEI.....	35
Gráfico 01 – Evolução da taxa de desemprego 2002-2015.....	17
Gráfico 02 – Classificação socioeconômica dos MEIs.....	37
Gráfico 03 – Principal ocupação anterior e local de atuação dos MEIs.....	38
Imagem 01 – Distribuição dos MEIs do setor do comércio na cidade de Chapecó.....	45
Imagem 02 – Distribuição no Centro.....	46
Imagem 03 – Distribuição no bairro Efapi.....	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Classes de rendimentos segundo o Índice de Potencial de Consumo.....	13
Tabela 02 – Número de domicílios urbanos por classe econômica em Chapecó.....	13
Tabela 03 – Empresas do setor informal no Brasil.....	31
Tabela 04 – Quantidade de MEIs nacional, estadual e municipal em 10/10/105.....	39
Tabela 05 – Evolução anual de inscritos no MEI em Chapecó.....	40
Tabela 06 – Total de empresas optantes no MEI em Chapecó, por código CNAE, descrição CNAE e Sexo – Setor do comércio em 10/10/2015.....	41
Tabela 07 – Distribuição dos MEIs por bairro.....	47
Tabela 08 – Dados dos MEIs entrevistados.....	49

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	09
CAP. 1	CONSUMO, CLASSES CONSUMIDORAS E CIDADES MÉDIAS.....	11
1.1	Cidades médias e consumo: um olhar para a cidade de Chapecó.....	20
CAP. 2	OS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS E SUAS CARACTERÍSTICAS SOCIOESPACIAIS.....	29
2.1	Trabalho informal e a formalização.....	29
2.2	Características do MEI.....	33
2.3	Os microempreendedores individuais e suas características socioespaciais na cidade de Chapecó.....	38
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
	REFERÊNCIAS.....	58
	ANEXO 01 – Atividades permitidas ao MEI.....	62

INTRODUÇÃO

Neste trabalho, vamos analisar a dinâmica comercial e econômica em Chapecó, cidade-polo do Oeste Catarinense, a partir do microempreendedor individual (MEI), tendo o consumo como elemento norteador da discussão. Esta modalidade de atividade laboral vem crescendo nos últimos anos como expressão do acesso à formalização do trabalho autônomo e para atender à demanda do consumo, entendido aqui em sua perspectiva de aquisição e posse de bens e produtos visíveis, segundo Baudrillard (2009), embora também se reconheça, conforme o autor, que se trata de um termo polissêmico, cujas manifestações socioespaciais são complexas e multidimensionais, representando hoje uma verdadeira linguagem.

Os MEIs são empreendedores de pequeno porte que se formalizam para poder se enquadrar como pessoa jurídica e obter alguns benefícios, como a previdência social. Essa modalidade surgiu através da lei 128/2008 que passou a vigorar em julho de 2009, para tirar os trabalhadores da informalidade, mas também há muitos trabalhadores assalariados que estão deixando seus postos de trabalho para trabalhar por conta própria. Para isso, eles precisam seguir algumas normas, como não exceder o faturamento anual de R\$ 60.000,00, não ser sócio ou administrador de outra empresa, ter apenas um funcionário e pagar o imposto, que é uma taxa fixa mensal de R\$ 39,40, independentemente do valor arrecadado.

Com o surgimento de uma nova classe consumidora, especialmente nos últimos 10 anos, com o desenvolvimento econômico gerador de novos postos de trabalho, que vinha reduzindo assim as taxas de desemprego significativamente, o consumo se desenvolveu rapidamente, especialmente dos segmentos socioeconômicos menos favorecidos. Este aumento do consumo, atrelado à grande capacidade de produtividade, tecnologia e auxílio da mídia, fez com que a dinâmica comercial das cidades criasse novas formas de consumo para suprir as necessidades dos consumidores. Essa dinâmica é bem visível nas cidades médias, que são centros comerciais regionais, como Chapecó, onde podemos observar a grande variedade comercial. Nesta cidade, os MEIs se localizam, em sua maior parte, no interior dos bairros, devido ao fato de as atividades serem

exercidas, na maioria dos casos, na própria residência ou em pequenas salas comerciais para atender a demanda da vizinhança.

Para o desenvolvimento deste estudo, então, é necessário entendermos três temas principais que estão diretamente relacionadas, quais sejam: dinâmicas da urbanização e desenvolvimento de cidades médias; ampliação do consumo e ascensão de uma nova classe de consumidores; e o microempreendedorismo individual. Com isso o trabalho proposto se desenvolve através de dois capítulos. Inicialmente, vamos tratar do aumento do consumo e das classes consumidoras, buscando explicações contextuais acerca dos temas e estudos sobre o assunto em relação com a realidade chapecoense. Ainda na primeira parte, vamos relacionar este consumo com a dinâmica das cidades médias, já que a cidade estudada, Chapecó, desempenha papel de polo regional. O segundo capítulo é dedicado aos microempreendedores, com uma análise que abarca desde o trabalho informal à formalização e o processo de desenvolvimento desse programa, bem como as características e uma análise sobre eles na cidade de Chapecó.

As pesquisas empíricas foram realizadas através de levantamentos de dados obtidos na Prefeitura Municipal, no Portal do Empreendedor e pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Além disso, ainda foram realizadas entrevistas com alguns MEIs para compreendermos melhor alguns aspectos mais qualitativos.

O objetivo desta pesquisa é mostrar as mudanças que estão ocorrendo no comércio e na economia da cidade a partir destes empreendimentos, levando em consideração o aumento do consumo, as mudanças na economia desde 2003 e a dinâmica das cidades médias. Este estudo se mostra importante, pois este tema pouco foi estudado e aprofundado, em especial na Geografia, mas a realidade a que se refere vem ganhando abrangência no desenvolvimento socioeconômico. Torna-se assim mais um agente de transformações espaciais, principalmente na cidade de Chapecó. Neste trabalho, apresentamos a hipótese de que os MEIs do comércio apresentam distribuição espacial diferente da lógica comercial tradicional, pois, em sua maioria, estão localizados fora das áreas comerciais mais importantes.

CAPÍTULO 1. Consumo, classes consumidoras e cidades médias

Devido à forte atividade econômica, a cidade de Chapecó proporciona grande quantidade de postos de trabalho, não só nas agroindústrias, mas em todos os setores econômicos. Além do crescimento demográfico considerável, vem crescendo também o consumo e, conseqüentemente, as atividades comerciais. Isso ocorreu não só em Chapecó, mas no restante do país, devido à ampliação do consumo por parte da população, principalmente da classe média e de uma “nova” classe média que também surgiu. Essa nova classe média, ou classe emergente, ou ainda de batalhadores, segundo Souza (2012, p. 26),

é produto das transformações recentes do capitalismo mundial, que se situa entre as “ralés” e as classes média e alta. Ela é uma classe incluída no sistema econômico como produtora de bens e serviços valorizados, ou como consumidora crescente de bens duráveis e serviços que antes eram privilégios das classes média e alta.

Falando sobre o cenário nacional, nos últimos anos, observamos mudanças econômicas e sociais no país, com destaque para as 30 milhões de pessoas que saíram da situação de miséria e entraram para a classe C (Vicente 2012). Principalmente a partir do governo Lula em 2003, políticas sociais importantes foram criadas para estimular a economia e diminuir as desigualdades sociais. A mais importante foi a ampliação do salário mínimo, junto com outros programas redistributivos, como o Bolsa Família. Esta valorização do salário mínimo, que tem sido reajustado anualmente acima da inflação, e a redução da taxa de desemprego, deram oportunidade para diversas famílias consumirem bens que antes não podiam e, a partir disto, uma nova classe consumidora surgiu como expressão dos avanços do setor econômico e da melhoria da qualidade de vida da população.

No Brasil, devido ao aumento sustentável do salário mínimo acima da inflação por mais de uma década - valor ao qual está atrelado o piso dos benefícios assistenciais e aposentadorias - à expansão da cobertura e do valor das transferências de renda, somado ao aumento do crédito popular, houve um real aumento da renda e do consumo dos trabalhadores mais pobres (FLEURY, 2013, p. 73).

Para Souza (2012), a classe de menor poder aquisitivo é dividida em dois grupos. O autor fala nas ralés, os miseráveis, sem condições econômicas e sociais adequadas, abandonados socialmente e conformados com a situação, sendo que no interior da maioria das famílias não há afeto e estímulo dos pais perante os filhos, tornando essa situação imutável, pois essa conformação vai passando de geração para geração. O outro grupo seria dos batalhadores, que possuem algumas condições melhores, como por exemplo um emprego “um pouco” mais digno e rentável, as famílias se tornam mais estruturadas, os pais conseguem dar mais atenção e preparar seus filhos para a vida, mas ainda estão distantes de entrarem nas reais condições de classe média.

Os batalhadores, segundo Souza (2013), ou aquilo que poderíamos chamar de classe C, realmente destacam-se perante as classes populares, têm melhores condições de vida, se comparados com as “ralés”. Porém, devemos estar cientes de que os batalhadores, se por um lado têm melhores condições de vida e podem usufruir de algumas vantagens da classe média, por outro lado estão em cima de um muro, de onde qualquer contratempo pode fazê-los cair para o lado mais desfavorecido novamente. Conforme o autor, “temos que considerar a ascensão social como uma prática em constante re-afirmação, um jogo social, cujos participantes são postos a prova a todo momento” (SOUZA, 2013, p. 67). Além do que, também devemos observar que, apesar desse aumento da classe emergente, o país ainda apresenta uma grande diferença de rendimentos. Segundo o Censo 2010, apenas 10% das residências mais ricas detêm 42,85% da renda nacional. Outro indício é a posição do país no ranking do IDH de 2013, 79^a entre os 187 países.

Falando ainda sobre as classes sociais e seus rendimentos, Catelan (2015) apresenta as “classes econômicas”, classificação criada pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisas (ABEP) e oferecida a partir do Índice de Potencial de Consumo (IPC) no IPC Maps. Essa classificação, sob o aspecto de rendimento financeiro familiar, divide-se nas classes: A1, A2, B1, B2, C1, C2, D e E. Como se observa na tabela 01, as classes B2, C1 e C2 seriam a nova classe consumidora, que conforme o rendimento familiar e acesso ao crédito vão adquirindo bens de melhor ou pior qualidade, que antes não podiam. Em

relatório sobre Chapecó realizado pelo Sebrae (2013), no ano de 2011, o maior número de domicílios urbanos pertencia à classe econômica C1, com um total de 28,78%, em segundo e terceiro lugar ficava a classe B2 e C2 com 21,76% e 21,24% respectivamente, (tabela 2). Podemos perceber então, que em Chapecó se confirma esse padrão de renda e consumo, já que a maioria dos domicílios estão enquadrados nas classes emergentes, que mais estão consumindo atualmente, não consomem mais na questão de produtos de valores altos, mas em quantidade, que somados fazem a diferença.

Tabela 01: Classes de rendimento segundo o Índice de Potencial de Consumo - Brasil

Classe ABEP	Renda Média Familiar (em R\$) - 2012	Renda Média Familiar Deflacionada (em R\$) - 2014
A1	18.600,00	20.504,55
A2	10.950,00	12.021,23
B1	6.410,00	7.066,35
B2	3.175,00	3.467,03
C1	1.950,00	2.149,67
C2	1.310,00	1.444,14
D	870,00	959,08
E	0 - 7	617,34

Fonte: IPC Maps, 2012.

Organizado por Márcio José Catelan.

*Valor do salário Mínimo brasileiro para 2015 é de R\$ 788,00.

*Cotação do dólar americano de R\$ 2,65. Fonte: Banco Central, 30/12/2014.

*Deflacionamento da renda média IGP-DI FGV - a partir de 02/1944.

Banco Central.

Fonte: Extraído de CATELAN, 2015.

Tabela 02. Número de domicílios urbanos por classe econômica em Chapecó, em 2011

Classes	Chapecó		Santa Catarina	
	Número	Porcentagem	Número	Porcentagem
A1	275	0,50%	9.510	0,6%
A2	1.827	3,31%	68.502	4,0%
B1	5.508	9,97%	199.282	11,7%
B2	12.024	21,76%	414.320	24,3%
C1	15.904	28,78%	464.039	27,2%
C2	11.737	21,24%	326.751	19,1%
D	7.694	13,92%	214.236	12,6%
E	299	0,54%	9.696	0,6%
Total	55.268	100%	1.706.336	100%

Fonte: Extraído de Sebrae, 2013

O que muitos autores querem dizer é que houve sim essas mudanças socioeconômicas, criando novos consumidores com poder de compra, porém não se pode considerá-los como classe média, pois a grande desigualdade social ainda continua em graus elevados e este segmento não apresenta os elementos socioculturais tradicionais daquilo que se considera classe média. Poderíamos chamar de nova classe emergente, que tem a necessidade de consumir para assim melhorar sua qualidade de vida.

O consumo não se prestaria nesse caso à emulação, e sim se constituiria numa forma de garantir uma qualidade de vida melhor, fruto do trabalho desses batalhadores em jornadas irregulares. O consumo, nesse caso, representaria muito mais a objetificação de uma conquista que se deu através da fé em si mesmo (VICENTE, 2012, p. 07).

Porém, Vicente (2012) destaca que a segurança econômica dessas famílias é frágil. Na busca por essa qualidade de vida, que implica consumir muito através do crédito, essa nova classe emergente acaba se endividando e fragilizando a segurança econômica das famílias.

As diferenças entre a classe média tradicional e a classe emergente ficam bem evidentes quando Vicente (2012) as distingue. A classe média tradicional surgiu nos anos de 1950 junto com o projeto de industrialização nacional e se consolidou nos anos do chamado Milagre Econômico Brasileiro entre 1968 e 1973. Nessa época, não havia muita competição e eles eram os beneficiados dos programas sociais existentes, além das consideráveis diferenças salariais, se comparadas aos operários. Conseguiram conquistar elevados padrões de consumo, cultura erudita e educação, com casa própria, planos de saúde, educação privada e um ou mais automóveis. Hoje, em sua maioria, se tornaram conservadores. “É bem provável se ouvir em conversas entre pessoas de classe média, atualmente, duras críticas aos programas de distribuição de renda, como é o caso do programa Bolsa Família, entre outros” (VICENTE, 2012, p. 09).

A moderna classe média brasileira quase sempre esteve alheia às desigualdades sociais do país, sobretudo porque essa desigualdade sempre favoreceu esse segmento que usufruía, e ainda usufrui, de privilégios que as classes médias dos países desenvolvidos não possuem, como por exemplo, os serviços pessoais de babá, faxineira, empregada doméstica, motorista,

segurança, serviços possíveis por causa da baixa remuneração e da quantidade de mão de obra disponível (VICENTE, 2012, p. 10).

Já a camada emergente só pode concentrar seus gastos com alimentos, com moradia – como aluguel, luz, água, manutenções, entre outros – e os cuidados pessoais. Mas precisa deixar seus filhos em escolas públicas, utilizar serviços públicos de saúde e transporte, e com pouco tempo e condições de lazer.

Voltando à questão do consumo, retomando Baudrillard (2009), Sposito e Góes (2015, p. 109) confirmam que as “atividades produtivas, cada vez mais, centram suas estratégias econômicas nas demandas do consumo, quanto porque, do ponto de vista social, político e cultural, somos uma ‘sociedade de consumo’”. E é certo que houve aumento considerável neste início do século XXI, pois as políticas econômicas tiveram transformações, o mercado voltado para esses novos consumidores se ampliou e o acesso ao crédito também foi um fator que interferiu nesse aumento. Novas formas de atividades econômicas, como o caso do microempreendedor individual (MEI), que é objeto de nosso estudo, deram oportunidade tanto de trabalhadores informais se formalizarem e terem uma renda maior quanto de alternativas mais próximas de consumo, onde muitos novos consumidores estão fazendo suas compras.

Indo além do consumo por parte da classe emergente e analisando todas as classes socioeconômicas, percebemos que o consumo vai muito além de apenas suprir as necessidades básicas do cotidiano, conforme Baudrillard (2009) escreveu em seu livro “A sociedade do consumo” na década de 1970, mas apresentando uma visão ainda muito atual. Se, naquela época, o consumo já era visto como uma “fantasia”, hoje em dia é visto da mesma forma em uma amplitude muito maior. Conforme o autor coloca, multiplicaram-se os objetos de consumo e serviços disponíveis a um ponto que as pessoas sentem a necessidade de consumir, relacionada muito mais ao ego do que com a real necessidade de uso do objeto. Isso se percebe, por exemplo, nas trocas anuais de celulares e televisores que funcionam perfeitamente mas, por ter sido lançado um modelo um pouco mais moderno a troca é desejada. Porém, as pessoas

esquecem o que melhor seria para garantir a qualidade de vida, como qualidade de serviços públicos, educação e melhorias urbanas.

Vivimos el tiempo de los objetos. Y con esto quiero decir que vivimos a su ritmo y según su incesante sucesión. Hoy somos nosotros quienes los vemos nacer, cumplir su función y morir, mientras que, en todas las civilizaciones anteriores, eran los objetos, instrumentos o monumentos perenes, que sobrevivían a generaciones de hombres (BAUDRILLARD, 2009, p. 03).

Há todo um sistema que controla a dinâmica do consumo, sendo o capitalismo o que move toda essa engrenagem. De um lado, estão as grandes empresas querendo vender seus produtos, do outro lado estão os consumidores que querem comprar e suprir a necessidade de alimentar o ego. No meio, está o setor varejista, com grandes lojas e *shopping centers*, com vitrines decoradas chamando os consumidores para dentro. Baudrillard compara um *shopping center* a uma drogaria, um lugar onde as pessoas vão para suprir um vício, o vício de comprar, atrelando o consumo, portanto, a algo que traz satisfação, senão felicidade.

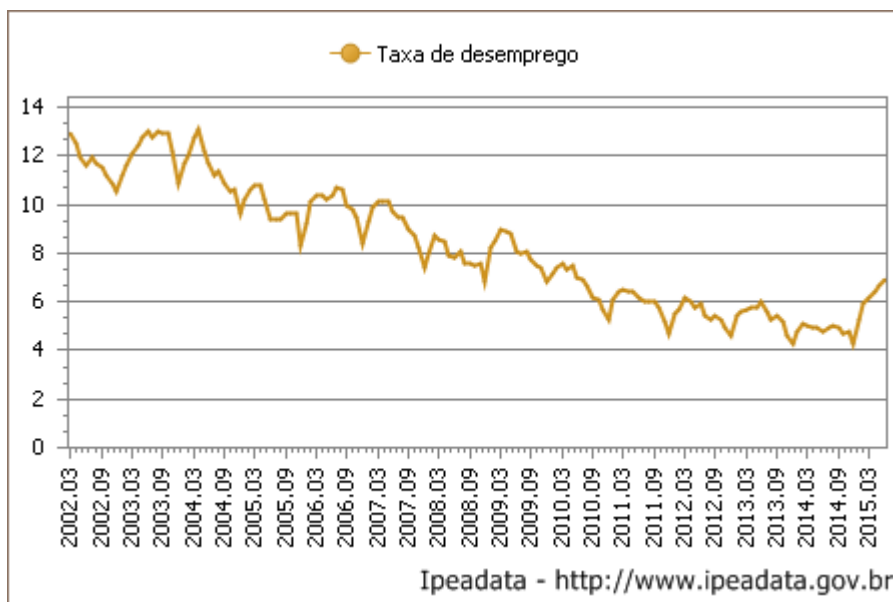
Os *shoppings centers* são construídos apenas com essa finalidade: disponibilizar às pessoas tudo o que possam imaginar, dando a elas muito conforto, fazendo com que até percam a noção das horas. E, para ajudar, é tão fácil comprar, pois não precisam de dinheiro, o cartão de crédito é o principal instrumento de compra. Nos *shoppings centers*, as pessoas podem perder a noção da hora e dos gastos também.

Como diz Baudrillard (2009, p. 8): “chegamos a um ponto em que o consumo abarca toda a vida”. As pessoas já não conseguem distinguir o que é fundamental ou não para a existência; precisam consumir para legitimar seu *status*. Acabam dando mais valor aos objetos do que às próprias pessoas. E, ainda, compram seus filhos com presentes e esquecem da vida afetiva. E o que acontece com as crianças? Estas já vão crescer com a mentalidade do consumo pronta. É um processo de alienação no qual as pessoas já não se dão conta do que acontece.

No caso brasileiro, uma das características do desenvolvimento econômico dos últimos 12 anos é a redução da taxa de desemprego (gráfico 1) que, juntamente com os programas sociais criados pelo governo, elevou a renda

familiar e proporcionou a aquisição de bens que antes as famílias não tinham condições de adquirir. Um exemplo é a aquisição de imóvel residencial por meio do programa Minha Casa, Minha Vida.

Gráfico 01: Evolução da taxa de desemprego 2002-2015



Fonte: ipeadata.gov.br

Através desse programa, muitas famílias puderam adquirir a casa própria com condições de financiamento facilitadas e subsídio do governo. Esse é um programa voltado para famílias de baixa renda, com um limite máximo de valor para utilizar, o que permite a compra de um imóvel simples, porém melhor do que tinham anteriormente ou possibilitando saírem do aluguel. Juntamente com isso, ocorreu a procura por móveis e utilidades domésticas, que podemos perceber pela grande quantidade de lojas destes segmentos. Neste exemplo podemos observar tanto a ampliação do consumo imobiliário como o consumo de bens duráveis e semiduráveis. Neste ponto, devemos destacar os descontos decretados pelo governo, como a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) nos eletrodomésticos, para estimular o consumo e assim superar a crise da economia iniciada em 2008.

Devemos destacar também como programa de desenvolvimento e como forma de reduzir o desemprego, os cursos técnicos e de aperfeiçoamento

gratuitos do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec), porém os resultados gerados pelo Pronatec devem ser melhor estudados para verificar se o resultado divulgado se confirma. Segundo divulgação do governo, estes cursos possibilitaram o acesso de muitas pessoas ao mercado de trabalho com mão de obra qualificada e, além disso, houve a procura por cursos técnicos com intenção em exercer atividades autônomas, como cabelereiras, esteticistas, costureiras, construtores, entre outros, para a ampliação da renda familiar. Em paralelo a isso, o programa para a formalização dos trabalhadores autônomos através do MEI ofereceu maior segurança a essas pessoas. Isso foi observado em publicação do Blog do Planalto, da Presidência da República em junho de 2015, quando mencionam a fala da Presidente Dilma Rousseff.

O Bolsa Família está cumprindo mais um importante papel, destacou a presidenta Dilma Rousseff nesta quarta-feira (17). Além de garantir a retirada de milhares de pessoas da fome e da miséria, o programa funciona como apoio e suporte para que essas pessoas se qualifiquem profissionalmente, por meio do Pronatec. Em seguida, o cidadão tem a oportunidade de ingressar no mundo empresarial, por meio das simplificações e desburocratizações que hoje estão à disposição dos micro e pequenos empresários (MEI) (Blog do Planalto, 2015).

A nova classe emergente, que é formada por essas pessoas que tiveram recente melhoria na renda, consome em lugares mais populares, onde os produtos tenham preços acessíveis, geralmente em grandes redes, por exemplo no caso de móveis e eletrodomésticos, em Chapecó, em lojas como Schumann, Berlanda, Magazine Luiza e Casas Bahia. Esses consumidores compram móveis novos, mas não luxuosos. O pagamento geralmente é pelo crediário ou parcelamento no cartão de crédito, para assim não gastar uma quantia alta em um só mês e incluir esse novo gasto no orçamento mensal. Como podemos observar em Sposito e Góes (2015), nas cidades maiores, incluindo as cidades médias, estas redes procuram se instalar não só no centro da cidade, mas também mais próximo dos consumidores, característica essa que adiante iremos analisar mais profundamente. Já as classes mais abastadas consomem em lojas de móveis sob medida e procuram produtos mais diferenciados.

As roupas e bens de uso pessoal, assim como os móveis, também são adquiridos pela classe emergente em lojas populares, tanto no centro da cidade como nos bairros onde moram. As lojas de departamento, como Pernambucanas, Americanas, Havan e Marisa, por facilitarem as formas de pagamento e terem produtos de valor acessível, são lugares onde a classe emergente consome bastante. Mas buscam também, em alguns casos, o comércio de um segmento mais popular e próximo, como os camelôs, vendedores ambulantes e alguns MEIs. Devemos aqui destacar que estes novos consumidores não moram no centro nem nos bairros da classe abastada e sim nos bairros mais populares e novos bairros que vão surgindo nas franjas das cidades, próximos dos quais vão aparecendo os pontos comerciais de pequeno porte.

Pouco são vistas as pessoas de baixa renda consumindo nos *shoppings centers*, estabelecimentos que estão surgindo em várias cidades, especialmente em cidades médias, mas geralmente para absorver a demanda das classes média tradicional e alta, com boutiques e lojas mais caras. Na medida em que aumentou o consumo da classe emergente, o consumo das classes média e alta também se desenvolveu. Estão cada vez mais buscando produtos de marcas famosas e grifes para talvez se diferenciar da classe trabalhadora. Assim se observa um aumento do consumo não só pelas classes menos favorecidas, mas por todas as classes sociais, com características e necessidades diferentes, sendo que a classe média consome tanto em lugares mais requintados como em lugares mais populares também. Nos *shopping centers*, existem as lojas mais populares, de departamentos, como C&A, Renner e Riachuelo, entre outras, mas o foco maior nestes ambientes não é necessariamente a nova classe emergente. Apesar de que, em algumas cidades, são observados *shopping centers* mais populares e outros mais elitizados, como nas metrópoles e em cidades médias mais complexas, caso de Ribeirão Preto (SPOSITO e GÓES, 2015).

Quanto ao aumento do consumo nestes últimos anos, conforme Oliveira (2008), cabe ressaltar a influência da mundialização, que neste caso é caracterizada pela maior circulação de mercadorias importadas cada vez mais presente nas cidades brasileiras, algumas destas mercadorias produzidas com uso intensivo de trabalho mal remunerado. Essa influência da mundialização se

deve ainda a partir das transformações nas cadeias produtivas de grandes transnacionais organizadas em rede, da redução de barreiras alfandegárias e da crescente participação chinesa no mercado mundial.

Estes novos produtos, que entram legal ou ilegalmente, são vistos nas mais diversas formas de comércio. São comercializados nas grandes empresas varejistas que adquirem através de processos de importação e são comercializados nos pequenos comércios que trazem esses produtos do Paraguai ou da Rua 25 de Março em São Paulo, uma das principais ruas de comércio popular do país.

Com preços bem mais acessíveis, esses produtos são muito procurados pela população de menor renda, vista no decorrer deste capítulo como batalhadores ou emergentes. Eles precisam potencializar o valor do salário que recebem, pois gostam de estar atualizados, o que implica em comprar gastando menos e, assim, não comprometer as despesas fixas da família.

Cabe ressaltar aqui a crise econômica que tem atingido o país nos últimos meses. Esta crise tem feito a taxa de desemprego aumentar e conseqüentemente o consumo cair. Essa situação atual é contrária ao que vinha acontecendo nos últimos anos.

1.1 Cidades médias e consumo: um olhar para a cidade de Chapecó – SC

Nos últimos anos, observamos um grande crescimento econômico tanto à escala nacional como nas diferentes cidades do Brasil. A cidade de Chapecó, maior e mais importante da região oeste de Santa Catarina, se desenvolveu significativamente nos últimos anos e, hoje é considerada uma cidade média. Cidades médias são produzidas, entre outros fatores, pelo desenvolvimento do processo de urbanização, pois, segundo Henn (2010, p. 04), “a sociedade moderna e com ela a industrialização, foi um fator determinante nos processo de urbanização”.

Além de resultarem do desenvolvimento da urbanização e de seu contingente populacional de porte mediano, cidades médias são aquelas que, como podemos observar em Corrêa (2007) e Sposito et al (2007), são referência para uma determinada região, ou seja, polos regionais que abastecem as cidades vizinhas ou intermedeiam a relação entre as cidades pequenas e as metrópoles. Além disso, as cidades médias possuem capacidade e níveis de especialização para relações internacionais, sem precisar de intermediação das metrópoles.

Observando a rede urbana brasileira, “o universo das cidades médias corresponderia à gama de centros regionais, com posição hierárquica entre as metrópoles e os centros locais” (CASTELO BRANCO, 2007, p. 95). Ainda para a autora (p. 90), as cidades médias “constituem nós da rede urbana e servem à sua área de influência como pontos de prestação de serviços em escala regional”. Para compreender, observemos a cidade de Chapecó, que é referência para os municípios de toda a região oeste de Santa Catarina em vários tipos de serviços e também no comércio assim como para alguns municípios do Sudoeste do Paraná e do Noroeste do Rio Grande do Sul.

Ainda caracterizando as cidades médias, Corrêa (2007) considera três elementos essenciais para uma cidade ser considerada média, quais sejam: a presença de uma elite empreendedora de origem local, sendo assim um centro de tomada de decisão e de acúmulo de capital, com autonomia econômica e que, dependendo do setor, pode competir com cidades maiores; a localização relativa com expressivo fluxo, nós e vias de circulação, de pessoas, informações, mercadorias, capitais, entre outros; e as interações espaciais multidirecionais e multiescalares com destaque para a escala extrarregional, conectando-se à rede global. Para complementar, o autor ainda aponta cidades médias como:

um tipo de cidade caracterizada por uma particular combinação de tamanho demográfico, funções urbanas e organização de seu espaço intra-urbano. Combinação de características que, ressalte-se, deve ser contextualizada geograficamente. [...] é necessário que não se considere isoladamente cada um dos três pontos aqui apresentados, mas uma particular combinação deles. (CORRÊA, 2007, p. 24).

Algumas cidades médias, conforme Elias (2007), tiveram origem resultante da reestruturação produtiva da agropecuária. Possuem forte relação com o meio rural, sendo essas cidades importantes para o agronegócio. Neste contexto, podemos incluir a cidade de Chapecó, que é um grande polo do agronegócio e passa por grandes mudanças urbanas, como observamos em Alba (2013, p. 15):

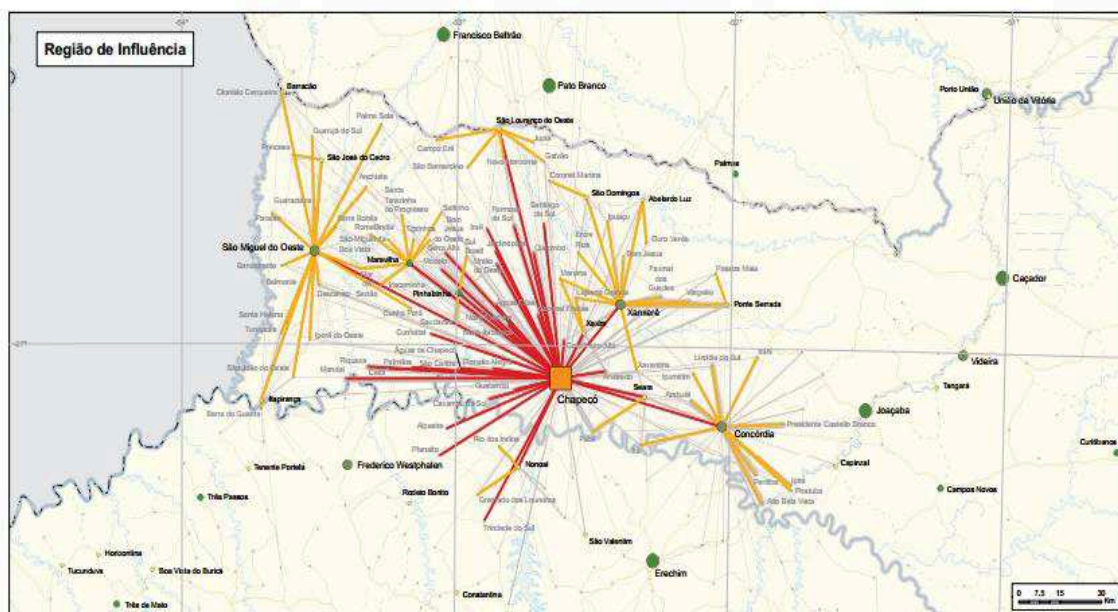
A cidade de Chapecó, localizada na região de um dos maiores complexos agroindustriais de carnes (aves e suínos) do Brasil, é merecedora de uma cuidadosa análise e interpretação, no sentido de compreendê-la dentro da atual urbanização brasileira. Ela estruturou-se pelo seu atrativo não só de atividades agroindustriais, comerciais e de serviços, mas de um grande contingente populacional que ano após ano aumenta as estatísticas populacionais da cidade.

Retomando o que Alba (2013) já mencionou em seu trabalho, Chapecó é sede da Aurora, umas das agroindústrias mais conhecidas do país, com três grandes unidades agroindustriais instaladas na cidade e com outras unidades instaladas pelo país. A Sadia, que tem origem na região oeste, possui uma grande unidade instalada em Chapecó. A Cooperalfa com sede e origem em Chapecó, trabalha no ramo de grãos. Outras empresas com importante papel socioeconômico na história da cidade de Chapecó devem ser mencionadas: a Chapecó Alimentos, fundada na cidade ainda na década de 1950, que decretou falência em 2005, foi umas das mais importantes empresas Chapecoenses com importante papel no desenvolvimento agroindustrial da cidade; a Ceval, hoje pertencente à Bunge Alimentos, que se instalou na cidade na década de 1970, no local onde hoje está instalado o Shopping Pátio Chapecó e o Maxx Atacado. A Ceval encerrou suas atividades na cidade nos anos 2000. Além destas, Chapecó abriga, ou já abrigou, outras agroindústrias e cooperativas de menor porte, mas que, no conjunto, possuem grande representatividade, um exemplo é a unidade do Laticínio Tirol, no ramo de lácteos.

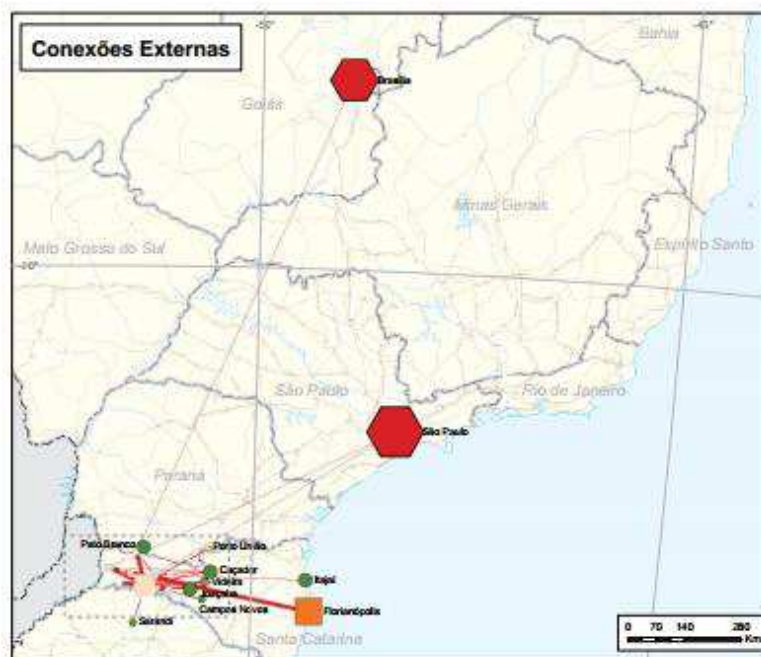
Analisando as informações dos parágrafos anteriores, podemos observar que os elementos necessários para se considerar uma cidade média estão presentes em Chapecó. A cidade possui uma elite empreendedora com negócios que superam os limites nacionais, sendo o agronegócio o exemplo mais conhecido e, a partir dele, outras grandes empresas foram surgindo, de

prestação de serviços ou de tecnologia, e que são conhecidas nacional ou até internacionalmente. Além disso, a cidade possui uma localização expressiva na região, dispondo de intenso fluxo de interações espaciais, inclusive aeroportuárias. É um centro regional, que presta serviços para as cidades da região, com destaque para a área da saúde, educação (institutos e universidades em especial) e atendimento bancário. Para o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Chapecó seria uma Capital Regional B (2B), assim como Blumenau e Joinville em Santa Catarina, pois sua influência abrange toda a região oeste catarinense e noroeste do Rio Grande do Sul (figura 1) e supera os limites do estado e país (figura 2), com destaque para as interações com São Paulo, em função dos escritórios ou matriz de empresas instaladas em Chapecó. Devemos salientar que atualmente a cidade, por meio de suas empresas, possui autonomia para realizar transações com outros países sem ter a necessidade de intermediação por outras cidades. Quanto à quantidade populacional, Chapecó possuía 183.560 habitantes em 2010 (IBGE, 2010), a projeção feita pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Chapecó para 2014 é de 202.760 habitantes e as estimativas do IBGE para 2015 indicam uma população de 206 mil habitantes.

Figura 01: Interações espaciais de Chapecó em sua rede urbana



Fonte: IBGE, Regiões de influencias das cidades 2007.

Figura 02: Conexões externas de Chapecó

Fonte: IBGE, Regiões de influencias das cidades 2007.

Desde seu surgimento, principalmente a partir dos anos de 1960 com a implantação da BR-282, a cidade de Chapecó já demonstrava seu papel de liderança, sendo a sede administrativa da região e depois com a grande representatividade das agroindústrias. “A cidade de Chapecó desde a sua criação, sempre assumiu o caráter de coordenação e liderança das relações políticas, econômicas, sociais e culturais regionais, esta, supriria a demanda técnico-científica da região” (HENN, 2010, p. 05).

Partindo para uma análise mais direcionada à estrutura urbana da cidade, constata-se um grande fluxo migratório de pessoas que saem de suas cidades para morar em Chapecó para trabalhar, principalmente na década de 1970 com a modernização do campo e o êxodo rural. Mas, além desse fluxo, há o fluxo das migrações pendulares que, segundo Motter, Batella e Zanella (2013), são pessoas que se deslocam diariamente de uma cidade para outra, para trabalhar e estudar. No caso de Chapecó, há um grande fluxo dos trabalhadores das agroindústrias, que se deslocam de diversas cidades da região e dos estados vizinhos. Há um fluxo maior de trabalhadores vindos, em especial, de Xaxim e Guatambu.

Os municípios que se destacam por apresentarem um fluxo maior para Chapecó são os municípios de Xaxim e Guatambu, com 285 e 143 migrantes pendulares, com 143, respectivamente. O número de migrantes da cidade de Xaxim corresponde a 1,11% da população daquele município, e as migrações pendulares de Guatambu correspondem a 3,06% da população total do município. Um meio facilitador dessas interações são a BR 282 e a BR 283, que cortam as cidades de Chapecó, Xaxim e Guatambu, facilitando a articulação dessas cidades (MOTTER, BATELLA e ZANELLA, 2013, p. 77).

Esse fluxo pendular exerce influência na dinâmica urbana da cidade, pois além de trabalhar ou estudar passam também a consumir, por exemplo, alterando a dinâmica comercial da cidade, que passa a focar nos lugares por onde essas pessoas passam. Elas também buscam serviços especializados ou vão aos centros comerciais mais conhecidos, como o centro da cidade e o *shopping center*. Os fluxos pendulares são compostos não só de trabalhadores e estudantes, mas de pessoas que saem de suas cidades apenas para consumir em Chapecó ou à procura de serviços especializados, como, por exemplo, na área da saúde.

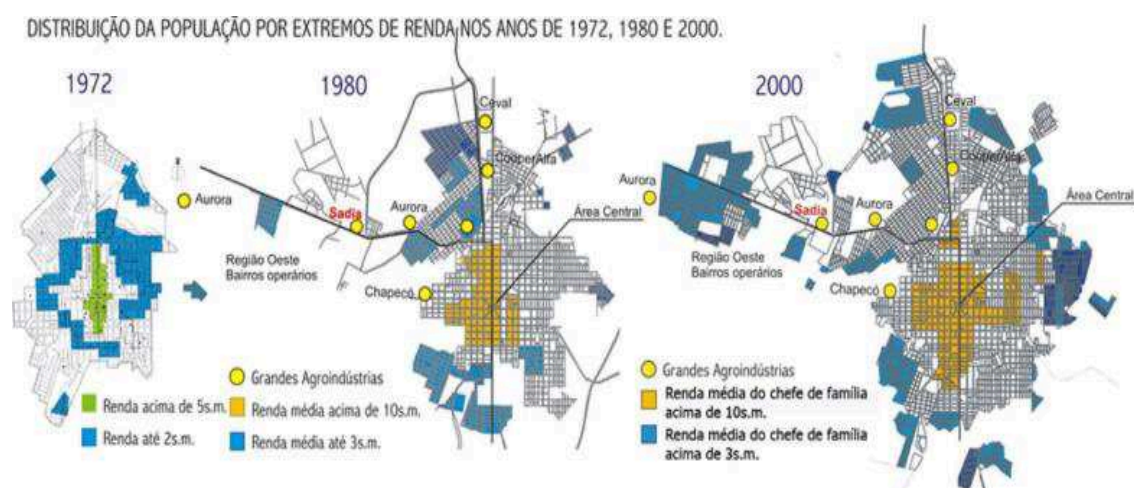
Quanto ao fluxo migratório, Chapecó recebe constantemente novos moradores que buscam a cidade devido à grande quantidade de vagas de trabalho, proporcionadas em grande parte pelas agroindústrias. Isso faz aumentar anualmente a população e altera a estrutura urbana da cidade, com surgimento de novos bairros e loteamentos nas suas extremidades. As agroindústrias exercem um papel importante na estrutura urbana e distribuição socioespacial de Chapecó, conforme observa Reche e Sugai (2008, p. 03).

Com as agroindústrias, e também em função das políticas econômicas das últimas décadas geradoras de forte concentração de renda, começaram a surgir os densos bairros operários periféricos com baixíssimo nível de infra-estrutura e renda, enquanto que a área central é reservada aos grupos sociais de alta renda para onde é canalizada a maior parte dos investimentos.

Reche e Sugai ainda destacam que, nas décadas de 1970 e 1980, foi observado um grande fluxo migratório de trabalhadores vindo para Chapecó com perspectiva de conseguir trabalho nas agroindústrias. Acontece que, na época, o percentual de migrações era bem maior que o de vagas de trabalho, fator que

gerou um aumento considerável da pobreza e desemprego urbanos. O Estado por sua vez, ao passo que oferecia grande incentivo para as agroindústrias, não oferecia infraestrutura necessária para esse contingente populacional e, a partir dos anos 1990, é ainda mais evidente a ampliação da diferenciação socioespacial que gerava grande diferença econômica entre as áreas centrais e as periferias. Essa diferenciação fica bem explicada no quadro elaborado pelas autoras com dados retirados do IBGE (2000), conforme observamos na figura 03.

Figura 03: Distribuição da população de Chapecó segundo a renda – 1972-2000



Fonte: Extraído de RECHE E SUGAI, 2008.

Nas últimas décadas, houve, contudo, grandes mudanças na estrutura socioespacial de Chapecó. Se antes era apenas a agroindústria que se destacavam, hoje muitos outros setores industriais se desenvolvem, juntamente com o comércio e os serviços. Alba (2013) destaca o surgimento de indústrias de pequeno e médio porte para abastecer a demanda local, mas que estão ganhando projeção nacional e internacional. As empresas prestadoras de serviços, instituições de pesquisa e órgãos estaduais e federais possuem representatividade na cidade. Todas essas mudanças influenciaram a dinâmica de Chapecó no que diz respeito ao trabalho - emprego e renda - e à estrutura urbana e comercial, os bairros foram se adaptando a essas mudanças, onde alguns passaram a ser mais comerciais e outros residenciais, os bairros residências seguem um nível de hierarquia socioeconômica, onde os bairros

mais abastados ficam mais próximos ao centro e os mais pobres nas franjas da cidade.

Com tudo isso, Chapecó possui hoje um grande fluxo comercial. Segundo Motter e Batella (2013), o comércio de Chapecó é bem diversificado e com vários centros de grande, médio e pequeno porte. O centro da cidade é o maior, além de vários outros pontos localizado nos bairros, um *shopping center* e algumas lojas de departamentos. Atualmente são observadas mudanças referentes ao modo de consumo da população, que, em paralelo à ida ao centro da cidade, está buscando outras alternativas para fazer compras. Uma delas é frequentar o comércio mais próximo a suas residências, como os subcentros, pois Chapecó possui bairros bem distantes do centro principal que já possuem o comércio local desenvolvido, a exemplo do Bairro Efapi, que possui até uma pequena rede bancária própria. Ao analisar Chapecó, Motter e Batella (2013, p. 60) colocam que:

Seu crescimento territorial recente, aliado à diversificação de suas formas urbanas, vem implicando em transformações na cidade, especialmente em sua estrutura urbana. Elementos como a intensificação das atividades relacionadas ao agronegócio, a chegada de uma Universidade Federal e, principalmente, a implantação de um *shopping center* na cidade, dentre outros, têm contribuído para o desenvolvimento de novas formas de produção e consumo do espaço, gerando novas centralidades intra e interurbanas.

Podemos observar em Chapecó, assim como acontece em outras cidades médias, uma aproximação das grandes redes varejistas em relação aos consumidores. Lojas e hipermercados estão deixando de se instalar no centro da cidade e buscando locais mais próximos dos bairros onde se encontram seus principais consumidores ou dos principais eixos de circulação. Um exemplo é o hipermercado BIG, que se instalou na via que liga a área central ao bairro Efapi, local onde há vários bairros de classe média e popular. Outro exemplo é uma unidade das lojas Americanas recém-instalada no bairro Efapi. Além dos grandes grupos varejistas, as redes regionais também estão procurando estes bairros, como as lojas Berlanda, Schumann e Leve, entre outras que também possuem lojas no centro da cidade.

No que diz respeito ao comércio de bens pessoais, principalmente roupas, calçados e acessórios, como já vimos anteriormente, além das lojas de departamento, o comércio de pequeno porte, que até um tempo atrás era informal, está se formalizando através do MEI e tornando-se uma nova opção aos consumidores. E são estes estabelecimentos o objeto de estudo deste trabalho. Buscaremos, mais detalhadamente no próximo capítulo, analisar sua dinâmica em relação ao consumo de uma cidade média, no caso Chapecó, e suas características espaciais.

CAPÍTULO 2. Os microempreendedores individuais e suas características socioespaciais

Quando falamos em comércio e economia, devemos considerar também o comércio informal, vinculado, segundo Milton Santos (1979), ao circuito inferior da economia. Este pequeno comércio, na grande maioria dos casos, está voltado apenas para a população local ou vizinhança.

Atualmente, ainda existem os trabalhadores informais, mas muitos já aderiram à modalidade MEI, vinculados ao Simples Nacional, o MEI foi criado através da Lei complementar 128/2008 e passou a vigorar em 01/07/2009, visando tirar os trabalhadores da informalidade. Estes empreendedores geralmente trabalham em suas próprias residências, em pequenas salas comerciais alugadas ou adquiridas e alguns como ambulantes. Na maioria dos casos, são comerciantes de artigos de uso pessoal, como roupas, calçados, acessórios e utilidades e também de serviços, como os carpinteiros, construtores, pintores, entre outros. Estes empreendedores buscam a formalização para ter acesso ao Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) e estar em dia com as exigências fiscais e também para ter direito à previdência social (SEBRAE, 2015). Sendo assim, é importante compreendermos a dinâmica do MEI e saber como ela está influenciando o comércio e a economia da cidade, em especial em vinculação com a diversificação das atividades comerciais que tem ocorrido em Chapecó na última década.

Um outro motivo para estimular a formalização, segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e o próprio Portal do Empreendedor, seria promover o empreendedorismo, motivando a ampliação de negócios com ideias inovadoras, isso porque pequenas indústrias e empresas de serviços diferenciados também podem se enquadrar na modalidade MEI.

2.1 Trabalho informal e a formalização

Segundo Oliveira (2008), o trabalho informal surgiu há muito tempo, principalmente no final dos anos 1970 em diante, com a queda brusca nas vagas de trabalho em paralelo com a ampliação massiva do proletariado urbano, bem como devido às novas exigências para poder ingressar no mercado de trabalho.

Juntamente com isso e as novas dinâmicas urbanas, tanto em metrópoles como nas cidades médias, muitos trabalhadores optaram por fazer por conta o que sabiam, para assim garantir uma renda fixa mensal.

No Brasil, ao longo dos últimos 30 anos houve uma significativa redução na dinâmica de criação de postos de trabalho assalariados e formais. Ao longo dos anos 1990, pela primeira vez desde a década de 30, essa redução chegou a ponto de o país conhecer um processo de “desassalariamento” de sua força de trabalho [...]. Paralelamente a essa crise do trabalho formal, especialmente na indústria de transformação, cresceram de forma constante o número de trabalhadores sem vínculo formal de trabalho e também o desemprego (OLIVEIRA, 2008, p. 56).

Nos primeiros estudos sobre o setor informal, Cacciamali (1982) associava pobreza, migração e trabalho informal ao analisar o grande excedente de mão de obra nas cidades e a baixa oferta de emprego, excedente esse que tinha que se “autoempregar” para garantir sua subsistência. No decorrer do desenvolvimento e ampliação do negócio, acabava por gerar relações não assalariadas de característica familiar.

A caracterização do setor informal passa então a se fazer a partir da ausência da relação assalariada e da não separação entre proprietários dos meios de produção e trabalhadores. Nessa conceituação o setor informal passa a ser composto por trabalhadores por conta própria, unidades de produção com base familiar, ajudantes e empregados ocasionais que trabalham para esses grupos. A subordinação do setor informal ao formal dar-se-ia principalmente pelo acesso restrito do primeiro a matérias-primas, tecnologia, créditos etc. (OLIVEIRA, 2008, p. 59).

Mais recentemente, a partir dos anos 2000, com avanços no setor econômico, em programas sociais e o aumento do consumo, ocorreu a diminuição da taxa de desemprego, mas esses empreendedores optaram por continuar como estavam. Essa permanência na informalidade é devido a já não terem mais interesse em trabalhar de empregados, pois na situação em que estavam tinham uma renda igual ou até melhor, além disso haviam as dificuldades e os altos custos do processo de formalização.

Nos estudos da Economia Informal Urbana (ECINF) de 2003, realizados pelo IBGE e pelo SEBRAE, foi constatado que, no país, existiam 10.335.962 empresas informais, conforme tabela 03, que ocupavam 13.860.868 pessoas

entre empresários e funcionários. Destes, 88% eram trabalhadores por conta própria e apenas 12% pequenos empregadores. Naquela época, as atividades eram exercidas em 65% dos casos fora do domicílio e, em 27% deles, nos próprios domicílios, resultado esse gerado pelas principais atividades que eram comércio e atividades ligadas à construção civil. Nesse trabalho, o setor informal seria composto por “todas as unidades econômicas de propriedade de trabalhadores por conta própria e de empregadores com até cinco empregados, moradores de áreas urbanas, sejam elas a atividade principal de seus proprietários ou atividades secundárias” (SEBRAE, 2003, p. 16).

Tabela 03: Empresas do setor informal no Brasil

Número de proprietários e grupos de atividade	Empresas do setor informal		
	Total	Tipo de empresa	
		Conta própria	Empregador
Total	10 335 962	9 096 912	1 239 050
Indústrias de Transformação e Extrativa	1 630 580	1 441 103	189 477
Construção Civil	1 808 840	1 638 037	170 803
Comércio e Reparação	3 403 804	2 950 813	452 991
Serviços de Alojamento e Alimentação	719 107	607 302	111 805
Transporte, Armazenagem e Comunicações	831 421	776 774	54 647
Atividades Imobiliárias, Aluguéis e Serviços Prestados às Empresas	655 467	551 585	103 882
Educação, Saúde e Serviços Sociais	341 135	252 017	89 118
Outros Serviços Coletivos, Sociais e Pessoais	823 751	762 815	60 936
Outras Atividades	34 036	29 658	4 378
Atividades mal definidas	87 821	86 807	1 014
Unico proprietário	9 765 471	8 707 894	1 057 577
Indústrias de Transformação e Extrativa	1 518 567	1 361 432	157 135
Construção Civil	1 783 154	1 619 708	163 446
Comércio e Reparação	3 179 805	2 791 159	388 646
Serviços de Alojamento e Alimentação	668 524	574 251	94 274
Transporte, Armazenagem e Comunicações	812 239	762 573	49 666
Atividades Imobiliárias, Aluguéis e Serviços Prestados às Empresas	591 111	512 200	78 911
Educação, Saúde e Serviços Sociais	311 795	241 520	70 274
Outros Serviços Coletivos, Sociais e Pessoais	781 590	731 056	50 534
Outras Atividades	31 728	27 986	3 741
Atividades mal definidas	86 958	86 009	949
Dois proprietários ou mais	570 492	389 018	181 473
Indústrias de Transformação e Extrativa	112 013	79 671	32 342
Construção Civil	25 686	18 329	7 357
Comércio e Reparação	223 999	159 654	64 345
Serviços de Alojamento e Alimentação	50 583	33 051	17 532
Transporte, Armazenagem e Comunicações	19 183	14 202	4 981
Atividades Imobiliárias, Aluguéis e Serviços Prestados às Empresas	64 356	39 385	24 971
Educação, Saúde e Serviços Sociais	29 340	10 497	18 843
Outros Serviços Coletivos, Sociais e Pessoais	42 161	31 759	10 401
Outras Atividades	2 309	1 672	637
Atividades mal definidas	863	799	65
Sem Declaração	-	-	-

Fonte: Extraído de IBGE, 2003, p.36

Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) (2014), em 2011, cerca de 75% dos pequenos empreendedores não estavam formalizados. Esta é uma situação complicada, especialmente pelo fato de estes trabalhadores não estarem vinculados a um CNPJ, gerando assim um alto grau de evasão fiscal e difícil acesso ao crédito. Também é delicado o fato de que não estavam contribuindo com a previdência social, comprometendo a aposentadoria,

situação que, nos casos de empreendedores com funcionários, seria ainda mais grave.

Medidas para redução de encargos burocráticos e tributários começaram a surgir anos antes da criação do MEI. Em 1996, a criação do Simples Nacional foi uma forma para melhorar a situação das micro e pequenas empresas, estimular a formalização dos informais e formalizar os empregos. Porém, o Simples foi mais aderido por quem já tinha empresa constituída e os trabalhadores informais continuaram, na grande maioria, trabalhando informalmente (SOUZA, 2010). Um provável motivo é que as taxas para abertura do CNPJ ainda eram cobradas, as exigências para obtenção do Alvará de localização e do Alvará Sanitário, bem como necessidade de ter um contador também podem ter influenciado a permanência na informalidade.

Com o MEI, foi isenta a obrigação de ter um contador e os escritórios de contabilidade obrigados a fornecer o serviço de abertura da empresa e a primeira declaração anual gratuitamente, além de outras isenções de taxas efetivadas, conforme podemos observar na legislação. O Art. 3º da Lei Complementar 128/2008 modifica e faz vigorar a Lei Complementar 123/2006 a partir de julho de 2009. Uma das principais alterações é no parágrafo 3º do Art. 4ª, onde consta:

§ 3º Ficam reduzidos a 0 (zero) os valores referentes a taxas, emolumentos e demais custos relativos à abertura, à inscrição, ao registro, ao alvará, à licença, ao cadastro e aos demais itens relativos ao disposto nos §§ 1º e 2º deste artigo (NR).

O Art. 3ª ainda modifica o parágrafo 22B do Art. 18 da Lei 123/2006, ao falar dos escritórios de contabilidade, conforme segue:

§ 22-B. Os escritórios de serviços contábeis, individualmente ou por meio de suas entidades representativas de classe, deverão:

I – promover atendimento gratuito relativo à inscrição, à opção de que trata o art. 18-A desta Lei Complementar e à 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.

A partir de julho de 2009, quando a Lei complementar nº 128/2008 passa a vigorar, começa um processo de busca pela formalização por parte dos

empreendedores, que tinham consciência da necessidade de contribuir com a previdência social. Além disso, a redução dos custos de formalização foi um incentivo a mais para eles buscarem esse serviço e até deixar seu emprego com carteira assinada para ser um microempreendedor. Devemos destacar ainda que esses incentivos podem ter influenciado também na escolha ocupacional dos indivíduos bem como na quantidade de funcionários, como se observa no trabalho desenvolvido pelo IPEA (2014, p. 13).

As mudanças introduzidas pela LC nº 128 influenciam diretamente as decisões de formalização daqueles que são empreendedores de pequeno porte. Não obstante, é provável que estas mudanças também tenham alterado a escolha ocupacional dos indivíduos de forma mais ampla – entre ser um microempreendedor ou um trabalhador com carteira, por exemplo –, uma vez que os custos e os benefícios esperados para as diferentes opções foram alterados com a nova política. Além disso, é possível também que a lei tenha induzido alguns empreendedores com mais de um empregado a reduzirem sua escala para se enquadrarem na política.

O aumento deste processo de formalização pode ser observado pelos resultados das pesquisas feitas sobre o PIB da economia informal realizadas pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e pelo Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (Etco). Segundo as pesquisas, a economia informal movimentou, em 2013, 782 bilhões, ou seja, 16,2% do PIB, porcentagem que vem caindo desde 2003, quando correspondia a 21% (FOLHA, 2014). Ainda nessa pesquisa, constatou-se que o PIB do setor informal no Brasil é muito próximo do PIB total da Argentina, comparação que nos faz perceber quão grande é a economia do nosso país.

2.2 Características do MEI

Esses pequenos empreendimentos estão ganhando espaço nas cidades. Conforme o SEBRAE (2015), a possibilidade de formalização e criação de CNPJ pela modalidade de MEI vem tirando muitos trabalhadores da informalidade e incluindo-os no Simples Nacional. Assim, passam a ter possibilidade de trabalhar sem riscos de serem pegos em fiscalização, com uma atividade fiscal ativa e contribuindo com a previdência social, obtendo, pois, direito à aposentadoria e a

outros benefícios sociais. Os MEIs não podem ter faturamento anual acima de R\$ 60.000,00, pagam um imposto fixo mensal de R\$ 39,40 com acréscimo de R\$ 5,00 para prestação de serviços ou de R\$ 1,00 para comércio e indústria, independentemente do lucro obtido, e podem ter apenas um funcionário contratado. A lei complementar que regulamenta o MEI é a nº 128 de 19/12/2008 que entrou em vigor em 01/07/2009. Atualmente, o país possui cerca de 5 milhões de pessoas formalizadas pelo MEI (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2015); isso ocorreu em um tempo de 5 anos.

Qualquer pessoa pode se formalizar, sendo maior de idade e respeitando alguns requisitos básicos. Além de respeitar o limite de faturamento, deve estar vinculado ao Simples Nacional, ter apenas um funcionário recebendo no máximo um salário mínimo, exercer uma das atividades permitidas e obter o alvará. O MEI deve possuir, além disso, um único estabelecimento, sem filiais portanto, e não ter participação como sócio ou administrador em outras empresas.

Como mencionado anteriormente, o MEI não pode ultrapassar um limite de faturamento anual que até 2011 era de R\$ 36.000,00 e a partir de 2012 passou a corresponder a R\$ 5.000,00 por mês, total de R\$ 60.000,00 por ano. Estes valores devem ser registrados no relatório mensal de receitas brutas (figura 04), que é a única exigência contábil que os MEIs precisam preencher mensalmente e, ao final do ano, juntar à Declaração Anual do Simples Nacional para MEI (DASN-SIMEI). A declaração anual pode ser feita por conta, através do sítio do Simples Nacional na página da Receita Federal, opção SIMEI, e arquivada todos os anos com os relatórios mensais de receita bruta e com as notas fiscal de compra de mercadorias e de vendas, se houver. As notas fiscais de venda não são obrigatórias, exceto em caso de vendas para pessoas jurídicas. Quanto aos impostos, a taxa única deve ser paga todo mês até o dia 20, assim como a DASN-SIMEI, o programa gerador do documento de arrecadação do MEI (DAS PGMEI) é acessado no sítio do Simples Nacional (SEBRAE, 2015).

Há várias atividades que podem se enquadrar como MEI: atividades voltadas ao comércio, à prestação de serviços e ainda algumas pequenas fábricas. No Anexo 01, é apresentada a lista de atividades permitidas, com todas as alterações que ocorreram até 2014. No decorrer do trabalho, são

apresentadas, contudo, apenas as atividades do comércio, que é o foco central da análise.

Figura 04: Relatório mensal de receitas brutas do MEI

RELATÓRIO MENSAL DAS RECEITAS BRUTAS	
CNPJ:	
Empreendedor individual:	
Período de apuração:	
RECEITA BRUTA MENSAL - REVENDA DE MERCADORIAS (COMÉRCIO)	
I - Revenda de mercadorias com dispensa de emissão de documento fiscal	R\$
II - Revenda de mercadorias com documento fiscal emitido	R\$
III - Total das receitas com revenda de mercadorias (I + II)	R\$
RECEITA BRUTA MENSAL - VENDA DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS (INDÚSTRIA)	
IV - Venda de produtos industrializados com dispensa de emissão de documento fiscal	R\$
V - Venda de produtos industrializados com documento fiscal emitido	R\$
VI - Total das receitas com venda de produtos industrializados (IV + V)	R\$
RECEITA BRUTA MENSAL - PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	
VII - Receita com prestação de serviços com dispensa de emissão de documento fiscal	R\$
VIII - Receita com prestação de serviços com documento fiscal emitido	R\$
IX - Total das receitas com prestação de serviços (VII + VIII)	R\$
X - Total geral das receitas brutas no mês (III + VI + IX)	R\$
LOCAL E DATA:	ASSINATURA DO EMPRESÁRIO:
ENCONTRAM-SE ANEXADOS A ESTE RELATÓRIO:	
- Os documentos fiscais comprobatórios das entradas de mercadorias e serviços tomados referentes ao período;	
- As notas fiscais relativas às operações ou prestações realizadas eventualmente emitidas.	

Fonte: Extraído de Portal do Empreendedor, 2015.

Dados de pesquisas realizadas pela Secretaria da Micro e Pequena Empresa (SMPE, 2015), divulgadas no Portal do Empreendedor, mostram que há uma igualdade entre homens e mulheres que se formalizam, com representação média de 52% e 48% respectivamente. A faixa etária de maior adesão é de 31 a 40 anos, representando 32,8%, seguindo pela faixa de 41 a 50 anos (24%) e de 21 a 30 anos (23,5%). O número de MEIs é liderado pelo setor

de serviços, (42,12%), em segundo lugar fica o comércio, (36,6%), depois as indústrias (11,6%) e, por último, a construção (9,44%). As atividades que mais se destacam são o comércio varejista de vestuário e acessórios (10,5%), cabelereiros (7,55%) e trabalhadores da construção civil (4%). A pesquisa ainda mostra que a maioria trabalha em pontos fixos, com 70,2%, e que 32,4% trabalham no sistema porta-a-porta (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2015).

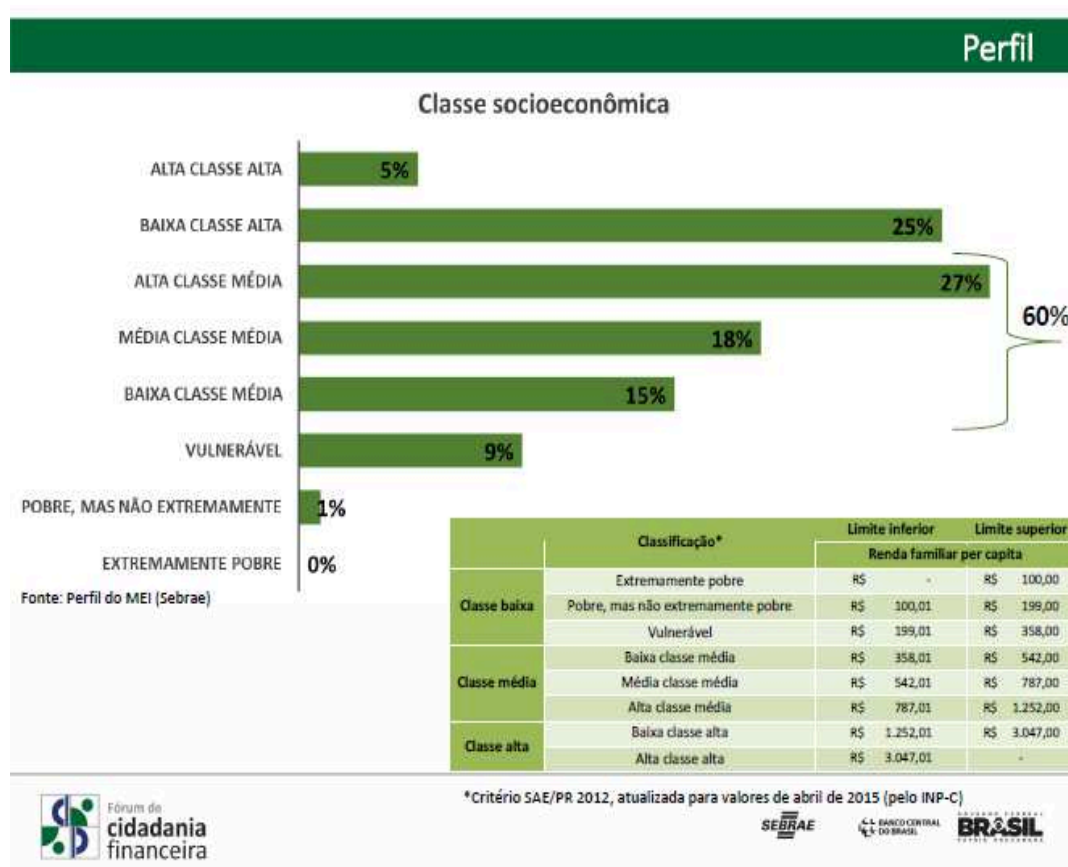
Quanto às regiões onde há mais adesão ao MEI, temos a região Sudeste em primeiro lugar, com 50,6%, seguida pelo Nordeste com 19,9%, pelo Sul com 14,8%, pelo Centro-Oeste, 9%, e, finalmente, pelo Norte, com 5,7%, o que corresponde às proporções populacionais das regiões brasileiras. O estado de São Paulo, por ser o mais populoso, está na primeira colocação entre as unidades da federação, com 25,14%. Essas características se devem, portanto, à densidade demográfica de cada região e estado e não necessariamente à decisão por se formalizar (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2015). Uma análise mais detalhada das cidades, contudo, poderia indicar alguma diferença não ligada à proporção populacional.

Ainda, na reportagem divulgada pelo Portal do Empreendedor em 17 de junho de 2015, o SMPE explica que, em seis anos de existência, a modalidade já possui 5 milhões de trabalhadores formalizados. Um fator que ajudou a chegar a essa marca foi o aumento do limite de faturamento, que ocorreu em 2012. Em entrevista, o ministro da Secretaria da Micro e Pequena Empresa demonstrou estar otimista com os próximos anos: “Em seis anos de trabalho, chegamos aos 5 milhões e vamos formalizar o restante nos próximos cinco anos” (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2015). Atrelado a esse fator, também é importante considerar a ampliação do mercado consumidor, já destacada em capítulo precedente, que também é atendido pelos microempreendedores, especialmente em termos de facilidade.

Quanto às características socioeconômicas dos MEIs, através de estudos realizados pelo SEBRAE, constatou-se que as maiores porcentagens estão nas faixas da classe média a média alta, conforme os gráfico 02. Na pesquisa, ainda é observado que quem mais está aderindo à modalidade são os empregados com carteira assinada, com 45% em 2015; os empreendedores informais estão em segundo lugar, com 22% (gráfico 03). Estes dados podem demonstrar que os

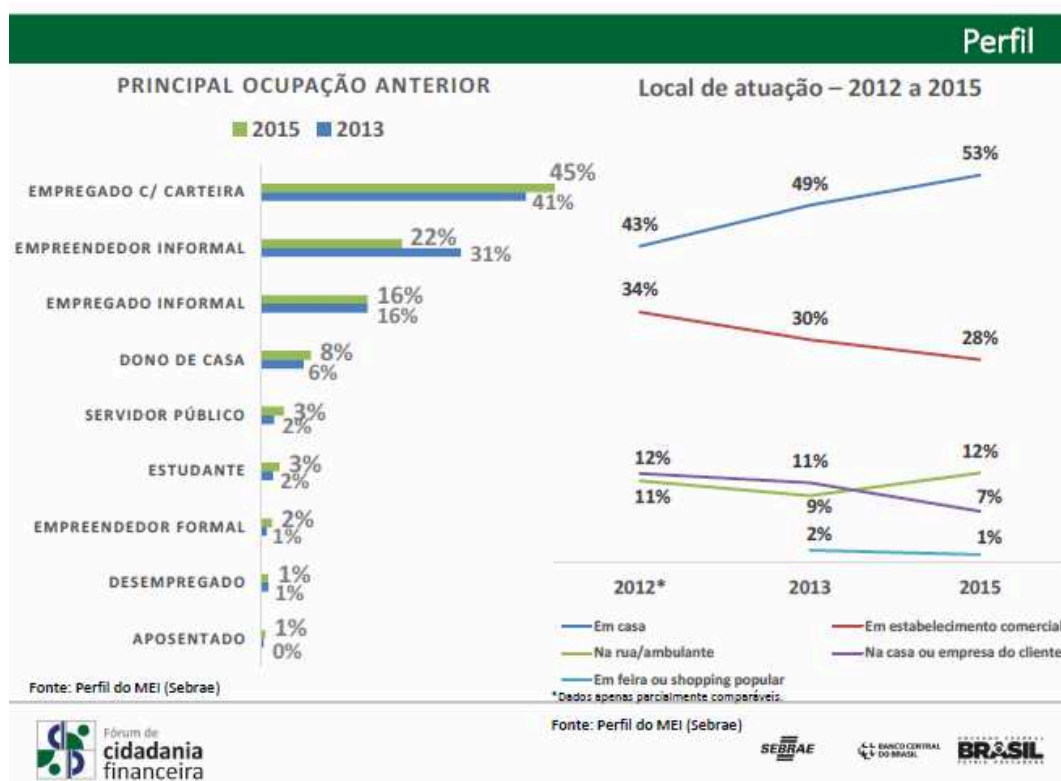
MEIs possuem certo grau de instrução com características próprias de empreendedorismo, pessoas que buscam melhorar sua qualidade de vida, alguns poucos pertencentes aos segmentos socioeconômicos mais altos, e quase não há MEIs de segmentos socioeconômicos desfavorecidos. Eles buscam autonomia de trabalho e renda e, ainda em outros casos, é uma segunda atividade na família, por exemplo: uma família na qual um dos cônjuges possui o trabalho principal e o outro torna-se MEI com venda de vestuário, perfumaria, enxoval ou outros produtos, cuja renda sirva para complementar o orçamento familiar. Outra informação a ser destacada é que a maioria está trabalhando no endereço residencial e não comercial, possivelmente com horários de trabalho diferentes do comércio tradicional, o que também é uma estratégia diferenciada para atrair clientela, além de ter tempo para a vida familiar, principalmente no caso de mulheres, que além de trabalhar precisam se dedicar a casa e a família, optando então a trabalhar por conta e no endereço de casa.

Gráfico 02: Classificação socioeconômica dos MEIs



Fonte: Extraído de SEBRAE, 2015.

Gráfico 03: Principal ocupação anterior e local de atuação dos MEIS



Fonte: Extraído de SEBRAE, 2015.

2.3 Os microempreendedores individuais e suas características socioespaciais na cidade de Chapecó

A partir de agora, iremos tratar dos microempreendedores individuais na cidade de Chapecó, analisando as características e mudanças do comércio e do consumo na cidade a partir do enfoque do MEI. No decorrer da análise, vamos observar as características destes empreendedores para, assim, apresentar esta categoria que até então pouco foi estudada na cidade, embora tenha havido, nos últimos anos, ampliação significativa do número de trabalhadores dessa modalidade.

Antes de mais nada, devemos ressaltar que, além do comércio, os setores de serviços e pequenas indústrias podem se enquadrar como MEI, sendo que o setor de serviços possui grande representatividade, porém, no trabalho proposto,

vamos analisar apenas o setor do comércio, que é o foco de nosso estudo, isto é, o consumo de bens materiais.

Estes empreendedores percebem o processo de aumento do consumo, que debatemos no capítulo anterior, e começam a se integrar a ele como fornecedores dos produtos. Cada qual no seu ramo, oferecendo aos consumidores o que eles queiram comprar, principalmente a partir do início dos anos 2000. Nos últimos 6 anos especialmente, houve em Chapecó uma diversificação grande do comércio, inclusive para possibilitar aos microempreendedores buscarem seu espaço e ampliar sua representatividade na atividade comercial.

Como vimos anteriormente, no Brasil, o número de MEIs passou a marca dos 5 milhões em 2015. Na tabela 04, pode-se observar os números tanto na escala nacional como estadual e municipal para a data de 10 de outubro de 2015. Se compararmos a quantidade de MEIs com a população, verificamos que nas três escalas a representatividade de MEIs é praticamente igual, sendo 2,6% na escala nacional, 2,8% na estadual e 2,3% na cidade de Chapecó. Já na tabela 05, para Chapecó, vamos observar a evolução que ocorreu nestes anos após a criação do MEI, que passou a vigorar em julho de 2009. Em pouco mais de um ano, havia apenas 621 inscritos e, no último ano, ocorreram mais de mil novas inscrições.

Tabela 4: Quantidade de MEIs, nacional, estadual e municipal em 10/10/2015

Escala	MEIs	População estimada 2015 (IBGE)
Brasil	5.482.302	205.214.000
Santa Catarina	192.330	6.819.190
Chapecó	4.736	205.795

Fonte: Portal do Empreendedor / IBGE, 2015.

Como podemos observar na tabela 05, a partir de 2013, a média do número de optantes começou a aumentar a cada ano. Esse aumento se deu pela ampliação do limite de faturamento de R\$ 36.000,00 para R\$ 60.000,00 e pelo fato de o programa MEI estar mais conhecido. Então, essa adesão ao MEI ocorre por motivos específicos, pelos trabalhadores informais, como os construtores e

os pequenos salões de beleza, mas também por pessoas que deixaram seus postos de trabalho para ter seu próprio negócio, isso mais intensamente no setor de comércio, pois pessoas que trabalhavam com vendas em uma empresa abriram seu próprio negócio, por exemplo, as vendedoras de roupas que saem da loja para trabalhar em casa ou abrir uma loja de pequeno porte e ainda vendedores de autopeças, de mercearias, de utilidades, entre outros. Muitas dessas pessoas saíram de seus empregos por opção, mas também podemos observar casos de pessoas que perderam seus empregos e decidiram trabalhar por conta própria.

Tabela 05: Evolução anual de inscritos no MEI em Chapecó

Data	Inscritos
10/10/2010	621
10/10/2011	1.273
10/10/2012	1.920
10/10/2013	2.806
01/10/2014*	3.631
10/10/2015	4.736

*Para o ano de 2014 não foi feito o levantamento no dia 10/10

Fonte: Portal do Empreendedor, 2015.

Atualmente, o setor de comércio de Chapecó possui 1.595 microempreendedores formalizados para a data de 10/10/2015 (tabela 06). Se comparar-se esse número com o total de MEIs da cidade, o comércio representa aproximadamente 34% das formalizações, valor próximo à média nacional de 36,6%. Outra comparação interessante é a representatividade do comércio de artigos de vestuário e acessórios: os 502 inscritos representam 10,6% do total de MEIs de Chapecó, praticamente igual à média nacional de 10,5%, e representa 31,4% dos MEIs cadastrados no setor do comércio da cidade.

Há muitas atividades de comércio que podem se enquadrar como MEI (tabela 06), em Chapecó são 64 categorias que possuem inscritos. Algumas possuem bastante inscritos e outras apenas um, como: tabacaria; comércio varejista de materiais hidráulicos; comércio varejista de doces, balas, bombons

e semelhantes; comércio varejista de lubrificantes; comércio varejista de cal, areia, pedra britada, tijolos e telhas; comércio varejista de tecidos; comércio varejista de jornais e revistas; e comércio varejista de gás liquefeito de petróleo. Dentre as atividades com maior adesão está o comércio de artigos de vestuário e acessórios (código CNAE 4781400), com 502 cadastros; o ramo de bebidas, vem em segundo lugar (juntando os códigos CNAE 4723700 – comércio varejista de bebidas e CNAE 5611201 – bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas), com 253 cadastros; a promoção de vendas (código CNAE 7319002) fica em terceiro lugar com 179 cadastros; restaurantes, lanchonetes, cantinas e serviços ambulantes de alimentação (através dos códigos CNAE 5611201, 5611203, 5620103 e 5612100), fazem parte do comércio de alimentos prontos) somam 112 cadastros.

Tabela 06: Total de Empresas Optantes no MEI em Chapecó, por código CNAE, descrição CNAE e Sexo – Setor de Comércio em 10/10/2015

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
Total Geral		1.595	687	908
4530703	Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores	38	31	7
4530704	Comércio a varejo de peças e acessórios usados para veículos automotores	8	7	1
4530705	Comércio a varejo de pneumáticos e câmaras-de-ar	4	4	0
4541205	Comércio a varejo de peças e acessórios para motocicletas e motonetas	10	8	2
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	37	22	15
4713002	Lojas de variedades, exceto lojas de departamentos ou magazines	6	3	3
4721102	Padaria e confeitaria com predominância de revenda	13	1	12
4721104	Comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes	1	1	0
4722901	Comércio varejista de carnes – açougues	4	2	2
4722902	Peixaria	2	0	2
4723700	Comércio varejista de bebidas	105	58	47
4724500	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	8	5	3
4729601	Tabacaria	1	1	0
4729699	Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente	51	22	29
4732600	Comércio varejista de lubrificantes	1	1	0
4741500	Comércio varejista de tintas e materiais para pintura	4	4	0

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
4742300	Comércio varejista de material elétrico	5	4	1
4743100	Comércio varejista de vidros	8	8	0
4744001	Comércio varejista de ferragens e ferramentas	7	6	1
4744002	Comércio varejista de madeira e artefatos	2	2	0
4744003	Comércio varejista de materiais hidráulicos	1	0	1
4744004	Comércio varejista de cal, areia, pedra britada, tijolos e telhas	1	0	1
4744099	Comércio varejista de materiais de construção em geral	17	15	2
4752100	Comércio varejista especializado de equipamentos de telefonia e comunicação	14	10	4
4753900	Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo	11	8	3
4754701	Comércio varejista de móveis	17	14	3
4754702	Comércio varejista de artigos de colchoaria	14	8	6
4754703	Comércio varejista de artigos de iluminação	2	1	1
4755501	Comércio varejista de tecidos	1	1	0
4755502	Comercio varejista de artigos de armarinho	17	5	12
4755503	Comercio varejista de artigos de cama, mesa e banho	32	17	15
4756300	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios	2	2	0
4757100	Comércio varejista especializado de peças e acessórios para aparelhos eletroeletrônicos para uso doméstico, exceto informática e comunicação	3	2	1
4759801	Comércio varejista de artigos de tapeçaria, cortinas e persianas	6	4	2
4759899	Comércio varejista de outros artigos de uso doméstico não especificados anteriormente	12	7	5
4761001	Comércio varejista de livros	5	2	3
4761002	Comércio varejista de jornais e revistas	1	1	0
4761003	Comércio varejista de artigos de papelaria	3	1	2
4762800	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	5	5	0
4763601	Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos	18	9	9
4763602	Comércio varejista de artigos esportivos	5	3	2
4763603	Comércio varejista de bicicletas e triciclos; peças e acessórios	3	3	0
4771704	Comércio varejista de medicamentos veterinários	3	2	1
4772500	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	43	12	31
4773300	Comércio varejista de artigos médicos e ortopédicos	2	1	1
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	502	91	411
4782201	Comércio varejista de calçados	10	5	5
4783101	Comércio varejista de artigos de joalheria	11	3	8
4783102	Comércio varejista de artigos de relojoaria	3	1	2
4784900	Comércio varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP)	1	0	1
4785799	Comércio varejista de outros artigos usados	4	0	4
4789001	Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos	18	4	14

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
4789002	Comércio varejista de plantas e flores naturais	6	5	1
4789003	Comércio varejista de objetos de arte	2	1	1
4789004	Comércio varejista de animais vivos e de artigos e alimentos para animais de estimação	7	2	5
4789005	Comércio varejista de produtos saneantes domissanitários	13	10	3
4789008	Comércio varejista de artigos fotográficos e para filmagem	4	3	1
4789099	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	22	12	10
5611201	Restaurantes e similares	14	5	9
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	148	77	71
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	62	28	34
5612100	Serviços ambulantes de alimentação	30	18	12
5620103	Cantinas - serviços de alimentação privativos	6	3	3
7319002	Promoção de vendas	179	96	83

Fonte: Portal do empreendedor, 2015

Outra característica que podemos observar na tabela 06 é quanto ao sexo dos optantes. Em alguns casos, a representatividade é equilibrada, como no caso do bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas: dos 148 inscritos, 77 são homens e 71 são mulheres. Já em outros casos, há uma grande diferença, como no comércio de artigos de vestuário e acessórios, em que, dos 502 inscritos, 411 são mulheres e 91 são homens, ou no comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores, no qual, dos 38 inscritos, 31 são homens e 07 são mulheres. Essa diferença, quanto ao gênero, em algumas atividades se deve ao fato de que ainda há uma relação entre o sexo e a escolha da profissão que vai exercer, trabalhar com peças automotivas é mais aderida por homens, que gostam de carros, enquanto trabalhar com vestuário é mais aderida por mulheres, que gostam de moda.

Os MEIs trabalham de forma simples, geralmente sem grande tecnologia e, como não são obrigados a emitir nota fiscal e, em grande parte, não possuem endereço comercial, recebem ou visitam seus clientes em casa, muitas vezes com atendimento agendado. Viajam a outras cidades para buscar mercadoria, retiram com distribuidores ou nas fábricas. Ao vender, recebem normalmente a vista ou parcelado nos casos de valores mais altos, como no comércio de

vestuário. O parcelamento costuma ser feito em fichas ou cadernetas, mas alguns estão optando pela máquina de cartão de crédito, pois possuem o CNPJ.

Outro fator importante a se analisar sobre os MEIs e sua dinâmica é referente à distribuição espacial na cidade. Como vimos no capítulo 1, Chapecó é uma cidade média com características urbanas e comerciais importantes. Possui vários bairros de diferentes níveis socioeconômicos, alguns mais residenciais e outros mais caracteristicamente comerciais. O comércio caracteriza-se pelo centro principal e por subcentros, incluindo o *shopping center*, e pelos principais eixos de circulação, como: na área central as avenidas Getúlio Vargas, Nereu Ramos, Porto Alegre e General Osório, sobretudo, mas não exclusivamente, e São Pedro/Atílio Fontana, em especial nos bairros São Cristóvão, Jardim América e Efapi.

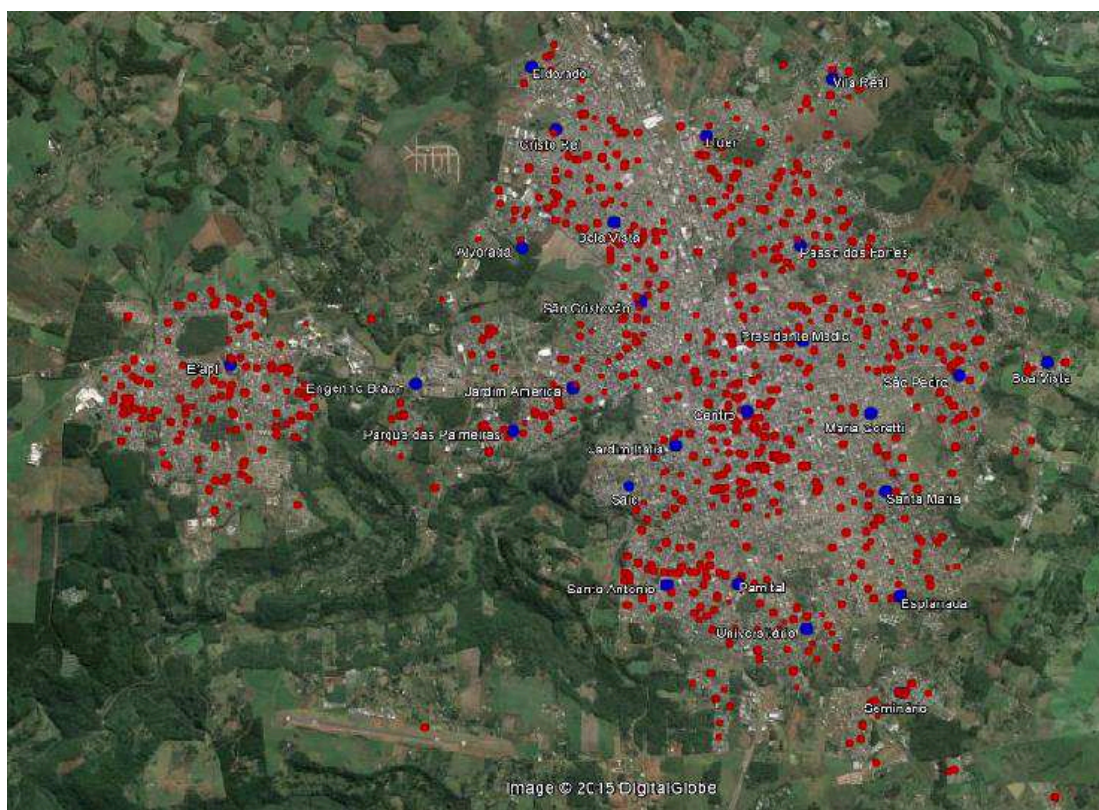
As imagens que vamos utilizar a seguir vão mostrar a distribuição espacial dos MEIs em Chapecó. A relação dos cadastros foi fornecida pela Prefeitura Municipal e nesta relação não se encontram todos os MEIs cadastrados no Portal do Empreendedor, pelo fato de alguns deles não efetuarem a consulta de viabilidade através do Sistema de Registro Integrado (REGIN), ficando sem cadastro na prefeitura. No setor do comércio, como vimos anteriormente segundo informações do Portal do Empreendedor, são 1.595 cadastrados em Chapecó, já na prefeitura eram aproximadamente 970 cadastros na data de 15/06/2015. Mas esse número é representativo o suficiente para verificarmos sua dinâmica de localização e demais aspectos urbanos e econômicos da cidade.

Como podemos observar na imagem 01, os microempreendedores do setor de comércio estão espalhados por toda a área urbana. É interessante ressaltar que, na maioria dos casos, estão localizados no interior dos bairros e não nos centros comerciais ou eixos principais de circulação, contrariando, portanto, a lógica tradicional de localização comercial da cidade. Isso reforça nossa hipótese de que estes empreendedores de pequeno porte trabalham muitas vezes no próprio endereço residencial ou em pequenas salas comerciais no interior dos bairros para suprir a necessidade da vizinhança. Ademais, também nos possibilita entender que a lógica da centralidade comercial assenta-

se sobretudo no comércio formal de maior envergadura, já que o MEI segue outra lógica.

Na imagem 01, podemos observar que na região da Av. Fernando Machado, em uma faixa do centro sentido norte, para a saída de acesso à BR-282, não há MEIs instalados. Nesta área, há uma grande concentração de empresas de grande porte, como concessionárias de veículos, cooperativas, supermercados, postos de combustíveis e o *shopping center* e *poucas residências*. Outras manchas com poucos registros de MEIs estão no Bairro Maria Goretti, na divisa entre o Centro e o Bairro Palmital, e uma parte do Bairro Jardim Itália, que são áreas onde predomina uma classe de média a alta rendas, o que nos remete a uma das características do MEI, que é dos empreendimentos de pequeno porte, mas não necessariamente de classe baixa mas de uma classe média a média baixa.

Imagem 01: Distribuição dos MEIs do setor de comércio na cidade de Chapecó



Legenda: ● Bairros ● MEIs
Fonte: Elaborado no Google Earth, 2015.

No caso específico do centro da cidade, há uma aglomeração, porém, como podemos observar na imagem 02, na maioria dos casos os

estabelecimentos se encontram em ruas paralelas ou em galerias. Um exemplo é a Central do Vestuário, que fica na Avenida Getúlio Vargas, exatamente no centro da cidade. Este local é uma galeria com vários *stands* de pequeno porte, com predominância de vestuário e abriga uma grande parcela dos MEIs do centro. Outro local do centro é o camelódromo, na Travessa Brasil, ao lado da Igreja Matriz, que abriga vários comerciantes, sendo que alguns estão cadastrados como MEI. Isso se explica também pelo fato de que, como o MEI é uma modalidade de comércio voltada para segmentos socioeconômicos de menor poder aquisitivo, o centro da cidade também é uma área preferencial para sua localização, em função de sua mistura de tipos de consumo.

Para compreendermos melhor essa dinâmica, ao considerar o comércio de vestuário na Avenida Getúlio Vargas (em azul na imagem 02), dos 31 MEIs cadastrados, 23 estão na Central do Vestuário, 02 em outras galerias, 01 é apartamento e apenas 05 não estão em galeria e não consta número de residência no cadastro.

Ao analisarmos o bairro Efapi (imagem 03), que é o maior da cidade, verifica-se que a maioria dos estabelecimentos está no interior do bairro. Dos 151 MEIs de todos os ramos do comércio, apenas 07 estabelecimentos estão localizados na Av. Senador Atílio Fontana (em azul na imagem 03), principal via de circulação do bairro e uma das principais da cidade.

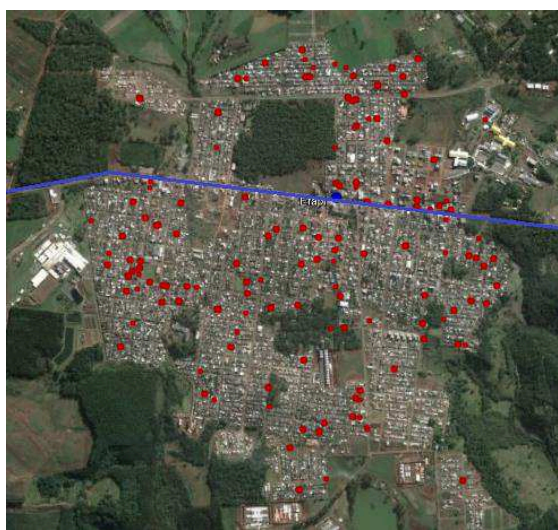
Imagem 02: Distribuição no centro



Legenda: ● MEIs — Av. Getúlio Vargas

Fonte: Elaborado no Google Earth, 2015

Imagem 03: Distribuição no bairro Efapi



Legenda: ● MEIs — Av. Sen. Atílio Fontana

Fonte: Elaborado no Google Earth, 2015.

Uma situação observada é a duplicidade de cadastros para o mesmo endereço. Em alguns endereços, há mais de um MEI cadastrado. Isso ocorre por ser um prédio residencial ou comercial que está com o endereço incompleto na prefeitura. Outro motivo pode ser que mais de uma pessoa da família é MEI e trabalham no mesmo local, juntos ou separadamente.

Nos outros bairros da cidade, acontece esta mesma dinâmica, ou seja, há muitos endereços residenciais ou pequenas salas comerciais no interior dos bairros. Na tabela 07, podemos comparar o tamanho populacional dos bairros com a quantidade de MEIs e verificar algumas situações. Os MEIs do setor do comércio cadastrados na prefeitura estão presentes na grande maioria dos bairros. Os bairros que não possuem MEIs são aqueles recém-criados, com poucos moradores e que antes ou não existiam, ou pertenciam a bairros maiores que não eram significativamente ocupados, como o Jardins e o Fronteira Sul.

Tabela 07: Distribuição dos MEIs por bairro

Bairro	Quantidade MEIs	População (Censo 2010)
Efapi	152	26.543
Centro	145	13.060
Passo dos Fortes	71	11.604
Presidente Médici	65	10.949
São Cristóvão	51	9.600
Bela Vista	41	6.670
Santo Antônio	34	6.681
Santa Maria	32	5.892
Palmital	30	4.972
Universitário	29	4.880
Líder	28	6.490
Esplanada	22	5.590
Engenho Braun	22	3.552
Cristo Rei	22	5.914
Seminário	21	3.715
Jardim Itália	19	4.926
Parque das Palmeiras	18	4.976
Jardim América	17	3.943

Bom Pastor	15	3.607
Saic	14	3.990
Alvorada	13	4.364
São Pedro	13	2.850
Maria Goretti	12	4.617
Vila Real	11	2.823
Quedas do Palmital	10	2.097
Pinheirinho	07	2.797
Boa Vista	05	955
Belvedere	05	1.980
Trevo	02	712
Vila Rica	01	872

Fonte: Prefeitura Municipal de Chapecó, 2015.

Na tabela 07, podemos observar que a quantidade de MEIs por bairro segue, em parte, a quantidade populacional, porém com algumas ressalvas. Uma delas, já mencionada, é sobre o bairro Maria Goretti; outra seria o bairro Alvorada, que também possui poucos MEIs comparado com a população total. Sobre este último bairro, cabe ressaltar que, ao contrário do bairro Maria Goretti, trata-se de uma área muito pobre. No bairro mais abastado, não há necessidade de os moradores tornarem-se MEIs e, no mais pobre, há falta de condições sociais, econômicas e até educacionais para essas pessoas se desenvolverem profissionalmente.

Se compararmos a população e a quantidade de MEIs do bairro Efapi e do Centro, verificamos que no bairro Efapi há o dobro de habitantes, mas o número de MEIs é pouco diferente do centro. Essa pouca diferença pode ser devido ao fato de as pessoas, em geral, preferirem se instalar no centro com a perspectiva de ter um movimento maior. Nesses casos, procuram salas comerciais próximas à Avenida Getúlio Vargas ou galerias de comércio, como a Central do Vestuário, para não terem despesas altas com aluguel. Em termos de localização comercial, o centro aparece, portanto, como área preferencial inclusive para os MEIs, o que coloca alguma ressalva à nossa hipótese apresentada sobre a localização preferencial dos MEIs no interior dos bairros.

Dados econômicos para os microempreendedores são pouco encontrados, pois não há estudos sobre a movimentação econômica deles na

cidade. O que podemos fazer, para fins de comparação, é pegarmos o PIB da cidade, que em 2012 foi de R\$ 5,2 bilhões (IBGE, 2014), e calcularmos o faturamento dos MEIs, tendo por base quantidade de MEIs cadastrados no portal do empreendedor em 2012, que era de 1.920 inscritos (tabela 05), com um faturamento anual médio de R\$ 55.000,00 (levando-se em conta que nem todos os MEIS conseguem faturar os R\$ 60.000,00 anuais). Isso daria um total de R\$ 105,6 milhões, ou seja, 2% do PIB. Porém há duas situações aqui: uma que esses são valores para 2012; outra é que são valores totais e não apenas do adicional bruto do comércio, informação está não localizada. Se pegarmos o número de microempreendedores atuais de 4.736 e multiplicarmos pelos R\$ 55.000,00, chegamos ao faturamento de R\$ 260,5 milhões e, por fim, se calcularmos os 36% de representatividade do comércio, chegamos a um valor aproximado de R\$ 93,8 milhões.

A dinâmica de localização dos MEIs no interior dos bairros se deve ao fato de estes empreendedores começarem a trabalhar comercializando para seus vizinhos e conhecidos, formando uma clientela da redondeza. Mas, para compreendermos por que essas pessoas optaram por ser MEI vamos recorrer a um conjunto de entrevistas realizadas com alguns deles, relacionados na tabela 08, e escolhidos a partir do cadastro fornecido pela prefeitura.

Tabela 08: Dados dos MEIs entrevistados

Nome*	Idade	Bairro	Tipo de atividade
João Silva	72 anos	Bela Vista	Minimercado
Antônia Teixeira	51 anos	Santo Antônio	Confeitaria
Maria Antunes	44 anos	Centro	Comércio de vestuário
Ana Santos	28 anos	Efapi	Comércio de vestuário
Adriana Souza	34 anos	São Cristóvão	Comércio de vestuário

Fonte: Elaboração própria, 2015. Nota: os nomes apresentados são fictícios para preservar a identidade dos entrevistados.

As entrevistas foram realizadas em visitas aos estabelecimentos após o prévio agendamento por telefone. Estas entrevistas – de caráter qualitativo – foram de fundamental importância para compreendermos as características dos MEIs, ouvindo eles próprios, porém sem intenção de grandes generalizações.

Buscamos entrevistar MEIs de bairros diferentes e que não fossem todos da mesma atividade comercial. Dos entrevistados, 03 eram trabalhadores assalariados antes de se tornarem MEIs e 02 nunca tiveram vínculo empregatício.

Ana Santos, 28 anos de idade, tem uma loja de vestuário no bairro Efapi, desde seus 16 anos sempre vendeu confecção para as amigas, família e vizinhança, trabalhava informalmente e nunca teve um emprego assalariado. Com o surgimento do MEI, formalizou-se e pensa em ampliar o negócio desenquadrando-se desta categoria para tornar a atividade mais complexa e contribuir mais para os benefícios da aposentadoria. Antes de se formalizar, Ana tinha a loja na própria casa, que fica a três quadras da loja atual; ela teve que mudar de endereço porque sua casa não cumpria as exigências para obtenção do alvará. No momento em que precisou abrir o negócio em outro endereço, optou por continuar no mesmo bairro, próximo de onde mora, devido à clientela já formada e também aos altos gastos que teria para abrir uma loja no centro: além de aluguel mais caro, iria ter as despesas de locomoção todos os dias para trabalhar e o dia se tornaria muito corrido. Mas, como já mencionado, para o futuro, ela pretende ampliar seu negócio, mesmo com esses condicionantes.

João Silva, 72 anos, é aposentado, porém resolveu abrir uma pequena mercearia para a vizinhança e assim “não ficar sem fazer nada”, como ele próprio disse. Ele já teve minimercado e sorveteria no passado, além de ter sido agricultor. João nunca trabalhou de empregado, sempre teve seus negócios, não de porte grande, mas que pôde dar condições de adquirir seus bens atuais e pagava o INSS para se aposentar. No ano passado, com pedidos da vizinhança, decidiu fazer algumas alterações na casa e o lugar onde era a garagem transformou-se na mercearia. Decidiu instalar a mercearia na própria casa para ter mais comodidade, sem precisar deixar sempre aberto, por exemplo nos horários do meio dia, aos sábados e domingos, e receber os amigos para jogar carta durante a tarde, mas não deixa de atender ninguém. Ele não visa muito lucro, seria mesmo para as despesas e para passar o tempo.

Outro tipo de empreendedores foram aquelas pessoas que optaram por sair do emprego e abrir um negócio por conta. Antônia Teixeira, 51 anos, quando saiu da zona rural e veio para a cidade, começou a trabalhar em padaria como

assalariada, mas optou por começar a trabalhar em casa e foi comprando os equipamentos de panificação com o salário que recebia na padaria. Decidiu trabalhar em casa, não só pelo valor do aluguel e imposto maior que teria que pagar, mas para poder cuidar da família e porque achar melhor trabalhar por conta do que ser empregada: “eu já trabalhava fora e já comecei a comprar minhas maquininhas, para estar em casa, né?”. Assim ela faz as encomendas de pães e congêneres e os clientes vão buscar. Ela comentou que, depois que o negócio estava andando, pensou em abrir uma padaria mais próxima ao centro, mas, conversando com um contador, achou inviável pelas despesas que teria a mais, pois teria que sair do MEI e se enquadrar no Simples, além de arcar com os custos do aluguel e dos funcionários: “Eu estava com plano de abrir outro negócio no centro, só que daí eu tinha que passar para microempresa, tem que mudar daí, vira muito gasto”.

Outro exemplo é a comerciante Maria Antunes, de 44 anos, que tem uma loja de vestuário. Quando a loja onde trabalhava fechou ela decidiu que não queria mais trabalhar de empregada e sim ter seu próprio negócio; conseguiu comprar um pequeno *stand* comercial na Central do Vestuário, centro da cidade, e começar a trabalhar. O principal motivo que a levou a trabalhar por conta foi a possibilidade de ter seus horários e se dedicar mais à família. Ela pretende continuar como está e não quer aumentar o negócio, como ela falou: “recebendo para pagar as continhas e sobrar alguma coisa, já está bom”. Ao contrário de Antônia, Maria optou por instalar a loja no centro, devido ao maior movimento e por ter conseguindo um *stand* na Central do Vestuário. Pelo fato de os custos serem baixos, ela poderia montar a loja através do MEI, pois ela lembrou que se fosse em outro local do centro não teria condições de comprar o imóvel e só o valor do aluguel passaria do limite de faturamento da modalidade. Mas, por outro lado, assim como Dona Antônia, está feliz, pois ela não precisa cumprir exigências que teria que cumprir se estivesse assalariada. “Quando quero sair de férias, fecho a loja e vou; no dia que não tem movimento, fecho a loja e vou para casa”, diz ela.

Já Adriana Soares, 34 anos, também trabalha com vestuário, mas ela não tem sala comercial, trabalha em casa ou no endereço das clientes. Adriana já trabalhou assalariada, mas não no ramo de vestuário. Faz aproximadamente oito

anos que saiu do emprego e começou a fazer isso, ficou um tempo informal, mas assim que surgiu o MEI ela se formalizou. Ela saiu do emprego porque ela e o marido trabalhavam no mesmo setor de uma empresa, o que a desagradava, e preferiu sair e começar a vender roupas. Nunca pensou em abrir uma loja, pelas despesas e pelos horários em que teria que deixar a loja aberta, já que prefere fazer seus horários: “se abrir uma loja, tenho que deixar aberta, abrir aos sábados à tarde e eu não quero, prefiro ficar como estou e fazer meus horários”. Para o futuro, ela não pretende ampliar e já pensou em parar de fazer isso, pois está tendo bastante inadimplência e as vendas caíram bastante nos últimos anos.

Quanto à demanda do consumo, todos os entrevistados falaram que Chapecó cresceu muito e possui espaço para todos os tamanhos de comércio, dos grandes aos pequenos, e que as grandes lojas ou grandes mercados não atrapalham os seus comércios e reciprocamente também, pois eles possuem uma clientela formada que não deixaram de comprar deles após o surgimento das várias lojas de departamentos e do *shopping center*, mas houve queda de movimento geral nos últimos meses, principalmente a partir da metade de 2014, não só para eles mas em todos os lugares, como afirmam. Maria Antunes argumenta que realmente houve uma mudança depois da instalação da Havan a cerca de 8 anos, por exemplo, mas ela tem uma clientela já formada que continua a comprar com ela e que garante sua sobrevivência. Ela comentou ainda sobre a baixa do movimento nos últimos meses, mas é uma baixa de movimento geral, em todas as lojas; falou que o comércio já foi muito melhor tempos atrás.

Se eu te falar que não interferiu, a gente mente. Interferiu com certeza, mas assim, no meu nível de cliente não, a gente tem uma clientela formada e a gente sobrevive desses aí. Claro, o movimento caiu, mas não [só] para nós menores, o movimento caiu no geral. Hoje você vê no *shopping*, tem movimento de gente passeando, comendo, [em] loja mesmo o movimento está bem parado. Mas, com certeza, deu diferença, sempre tem aqueles que deixam de comprar aqui para comprar na Havan, que lá tem muita coisa, né? Mas, assim, a gente, que é pequeno e sobrevive dos nossos clientes, não tem problema.

Na opinião de Maria, a Prefeitura Municipal e o sindicato do comércio deveriam tomar iniciativas para chamar a população para a rua e incentivar o

consumo. Ana Santos, no bairro Efapi, também falou que para ela as lojas grandes e o *shopping* não influenciaram no seu movimento, as suas clientes continuaram a comprar dela, pois possui peças diferenciadas e de qualidade, mas falou que escutou muitos comentários de lojistas amigas e nas viagens que faz para comprar o estoque que a situação do comércio está mais complicada nos últimos anos.

Todos os entrevistados optaram pelo MEI porque abriram um negócio de pequeno porte e, assim, pagam um imposto baixo por mês, porém João e Antônia falaram do aumento que tiveram nas contas de luz e água, mas isso é devido ao aumento da atividade. Ana Santos já pensou em sair do MEI para melhorar a questão de INSS, pois no MEI contribui apenas para um salário mínimo, mas isso é para o futuro pois, para o momento, ainda é inviável financeiramente devido aos impostos altos. No caso dos MEIs, a aposentadoria é por idade e não por tempo de contribuição. Dos entrevistados, além de Ana, que fez alguns comentários sobre previdência, somente Antônia falou que se estivesse trabalhado de assalariada já estaria aposentada por tempo de serviço, mas agora como MEI precisa esperar atingir a idade mínima.

Dentre os entrevistados, somente a Ana Santos tem uma funcionária, os outros trabalham sozinhos e Seu João pede ajuda para sua esposa na hora de movimento ou quando ele precisa sair. Antônia e Maria pedem ajuda aos filhos quando precisa, mas geralmente estão sozinhas. Apenas os que trabalham com comércio de vestuário viajam para comprar mercadorias e param direto nos shoppings atacadistas, conhecendo mal as cidades em que passam. João e Antônia compram na cidade mesmo, através de distribuidores.

Quanto à percepção sobre Chapecó, todos os entrevistados moram nesta cidade há muito tempo. Exceto Adriana, todos vieram de fora, mas já estão na cidade há 30 anos no caso do João e 18 anos a Antônia, por exemplo. Falam muito bem da cidade, mas apontam questões sobre segurança e o trânsito, comentam que ao passo que Chapecó aumentou seu tamanho, os crimes também aumentaram, mas é uma cidade boa para morar e tudo que precisam tem aqui. João fala que a cidade cresceu muito e vai crescer ainda mais: “sempre digo para os mais novos, eu não vou enxergar, mas vocês vão ver Chapecó que

nem São Paulo”. Já Ana morou 1 ano e meio em São Paulo quando tinha 17 anos e falou que, comparada à aquela cidade, Chapecó tem poucas opções.

Com estas entrevistas, tivemos a oportunidade de conhecer melhor a dinâmica dos MEIs e suas características, deixando algumas questões mais esclarecidas, principalmente sobre a forma de trabalho e o que eles veem sobre o comércio e o consumo. Percebemos também que eles fornecem para clientes de diferentes classes socioeconômicas, principalmente para as classes de média a baixa rendas, e percebemos que eles também estão inseridos nestes segmentos.

As entrevistas demonstraram os motivos que levam as pessoas a se formalizarem e por que optaram por trabalhar por conta como MEI. Como já mencionado no decorrer deste trabalho, os ingressantes na modalidade MEI eram trabalhadores informais ou pessoas que deixaram de trabalhar como empregadas para ter seu próprio negócio. Foi possível observar também os motivos que levam a trabalhar em suas próprias residências e algumas considerações acerca de suas opiniões sobre o MEI e sobre a cidade de Chapecó.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, além de compreendermos a modalidade e algumas características dos microempreendedores individuais, levantamos questões sobre o consumo e também sobre a cidade de Chapecó.

Foi possível observar o aumento do consumo que ocorreu, principalmente, a partir dos anos 2000, mas com uma queda nos últimos meses devido à crise econômica que atingiu o país. Este aumento, que ocorreu em todo o país, incluindo Chapecó, decorreu de uma série de fatores, como: o surgimento de uma nova classe consumidora e do aumento do consumo em todas as classes sociais devido ao desenvolvimento econômico dos últimos anos; pela grande variedade de produtos ocasionada pelo desenvolvimento tecnológico; a grande disponibilidade de produtos a todos os segmentos socioeconômicos, com lojas de diversos tipos espalhadas por toda a cidade; além do desejo consumista presente nos indivíduos, aguçado pela mídia e propaganda dos produtos.

Além das questões de consumo, verificamos a dinâmica urbana da cidade. Chapecó hoje é uma cidade média que oferece uma gama variada de produtos e serviços para a população e toda a região oeste de Santa Catarina. A estrutura urbana da cidade é diversificada, como nas outras cidades médias do país, com bairros predominantemente comerciais, outros residenciais e os mistos, que foram sendo criados com o processo de migração de trabalhadores de outras cidades e da zona rural do município, incentivados, inicialmente, pelas grandes agroindústrias e, hoje em dia, por todos os setores econômicos da cidade. O comércio de Chapecó oferece uma gama variada de opções, como observamos: o centro principal, os subcentros, o *shopping center*, entre outros, além dos MEIs.

Quanto aos MEIs, principalmente do setor de comércio, verificamos sua vinculação com o aumento do consumo dos últimos anos, gerador de novas formas de comercialização. Esta categoria foi criada para tirar os trabalhadores da informalidade, mas, como pudemos perceber no trabalho desenvolvido, foi muito aderido por trabalhadores assalariados também que, em busca de

autonomia profissional, deixaram seus postos de trabalho para ter seu próprio negócio.

Obedecendo aos critérios estipulados em lei, sendo os mais relevantes o limite de faturamento e ter apenas um funcionário, esta categoria gerou algumas características específicas. Em questões socioeconômicas, eles são, na grande maioria, pertencentes aos segmentos socioeconômicos de média e baixa rendas, poucos são os indivíduos de renda alta ou muito baixa que se tornam MEIs e há uma homogeneidade em relação ao sexo, sendo que a maior concentração está na faixa etária dos 31 aos 40 anos de idade.

Na maioria dos casos, trabalham no próprio endereço residencial, como observamos nos mapas elaborados. Eles estão distribuídos por toda a cidade, mas não nos centros comerciais ou eixos de circulação e sim no interior dos bairros, fazendo uma clientela na vizinhança. Essa dinâmica se dá pela limitação de faturamento e pelo fato de que só o aluguel numa área central iria consumir uma boa parcela da renda gerada. Outro motivo que leva a trabalhar no próprio endereço, principalmente nos casos de mulheres, é a possibilidade de conciliar com os cuidados com a família, podendo cuidar da casa e dos filhos. Mesmo assim, se formos observar a área central, há uma quantidade considerável de MEIs que, ao fazermos uma análise mais detalhada, observamos serem estabelecimentos de pequeno porte, principalmente em galerias comerciais. Estes indivíduos procuram o centro devido à maior circulação de pessoas. Eles trabalham de forma simples, sem muitos procedimentos burocráticos, que não são exigidos pela modalidade.

Os resultados econômicos desta categoria ainda são pouco conhecidos e não podemos chegar a números exatos, porém esta categoria vem crescendo e pode receber destaque em suas proporções.

Contudo, devemos ressaltar que, apesar desse índice de formalização crescente através do MEI, tanto em Chapecó como em todo o Brasil, há um número muito grande de trabalhadores informais. Ao passo que muitos buscam se formalizar, outros partem para o trabalho informal, principalmente em um tempo recente, quando a crise econômica e política começou a afetar alguns setores econômicos, ocasionando uma série de demissões de postos de trabalho. Podemos perceber que quem busca se formalizar, principalmente

através do MEI, são aqueles que querem trabalhar por conta e almejam uma certa independência e qualidade de vida, mesmo sem pertencer a uma classe econômica média/alta, e que possuem consciência da importância da formalização e contribuição com o INSS para ter direito à aposentadoria no futuro. Os altos índices de informalidade são mais relacionados com os empregados que se sujeitam a trabalhar informalmente, com grande possibilidade de serem pessoas pouco instruídas, humildes, que não sabem buscar seus direitos e que precisam deste trabalho informal para sustentar a família. Mas este assunto merece ser melhor estudado em um outro trabalho.

Uma pesquisa mais aprofundada também deve ser feita para verificar a situação dos MEIs perante os circuitos da economia. Os dois circuitos da economia urbana, de Milton Santos, trata do circuito superior e inferior e situar os MEIs no âmbito desta discussão seria de grande importância.

Esperamos que este trabalho tenha contribuído e que seja o início de outros estudos mais aprofundados que possam esclarecer ainda mais informações sobre os microempreendedores individuais e suas particularidades, especialmente no que concerne às relações espaciais que seus negócios estabelecem. Pesquisas envolvendo os MEIs de todos os setores econômicos e não apenas o comércio seriam importantes bem como uma pesquisa mais abrangente envolvendo toda região oeste de Santa Catarina ou mesmo escalas maiores. Também seria importante a realização de estudos de casos e pesquisas em outras cidades médias para fins de comparação.

REFERÊNCIAS

ALBA, Rosa Salete. **Espaço urbano: os agentes da produção em Chapecó** / Rosa Salete Alba. – 2. ed. – Chapecó: Argos, 2013, 201 p.

ANTUNES, Maria. Maria Antunes: entrevista [Nov. 2015]. Entrevistadora: Daniela Cristina Cararo. Chapecó, 2015. 01 CD. Entrevista concedida para trabalho de conclusão de curso.

BAUDRILLARD, Jean. **La sociedade de consumo. Sus mitos, sus estructuras**. Madrid: Siglo XXI. 2009. 255p.

BLOG DO PLANALTO, Presidência da República. **Bolsa família, Pronatec e MEI, completam círculo vicioso para que brasileiros tenham oportunidade**. Disponível em: <<http://blog.planalto.gov.br/bolsa-familia-pronatec-e-mei-completam-circulo-virtuoso-para-que-brasileiros-tenham-oportunidade/>>. Acesso em 20 Ago. 2015.

BRASIL. **Lei Complementar nº. 128 de 19 de dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar nº. 123 de 14 de dezembro de 2006. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/leiscomplementares/2008/leicp128.htm>>. Acesso em 30 Ago. 2015

BRASIL. **Lei Complementar nº. 123 de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº.s 8.212 e 8.213, ambas de 24 de Julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº. 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº. 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº. 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº.s 9.317, de 5 de Dezembro de 1996, e 9.841, de outubro de 1999. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2006/leicp123.htm>>. Acesso em 30 Ago. 2015

CACCIAMALI, Maria C. **Um estudo sobre o setor informal urbano e formas de participação na produção**. 1982. Tese (Doutorado em Economia) – Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1982.

CASTELLO BRANCO, Maria Luisa Gomes. Algumas considerações sobre a identificação de cidades médias. In: Sposito, Maria Encarnação Beltrão (Org.). **Cidades médias: espaços em transição**. São Paulo: Expressão Popular. 2007. P 89-105

CATELAN, Márcio J. Vida a crédito nas cidades médias/intermediárias brasileiras: efeitos do programa habitacional minha casa, minha vida. In: BELLET, Carmen Be [et al.], eds (org). **Urbanización, producción y consumo en ciudades medias / intermedias. Urbanização, produção e consumo em**

idades médias / intermediárias. Presidente Prudente: Universidade Estadual Paulista; Lleida: Edicions de la Universitat de Lleida , 2015. Pg. 441-470.

CORRÊA, Roberto Lobato. Construindo o conceito de cidade média. In: Maria Encarnação Beltrão Sposito (Org.). **Cidades médias: espaços em transição.** São Paulo: Expressão Popular, 2007. P. 23-33.

CORSEUIL, Carlos H. L. NERI, Marcelo C. ULYSSEA, Gabriel. **Uma análise exploratória dos efeitos da política de formalização dos microempreendedores individuais.** Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada IPEA, Rio de Janeiro, 2014

FLEURY, Sonia. A fabricação da classe média: projeto político para a nova sociabilidade. In. BARTELT, Dawid Danilo (Org). **A “Nova Classe Média” no Brasil como Conceito e Projeto Político.** Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013, pg 69-80.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Economia informal perde peso em 2013 e soma 16,2% do PIB.** São Paulo, 28/05/2014. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/05/1461063-economia-informal-perde-peso-em-2013-e-soma-162-do-pib.shtml>>. Acesso em 07 Out. /2015

HENN, Cristiane G. **A influência dos agentes econômicos na (re)estruturação das cidades médias: um olhar sobre a cidade de Chapecó – SC.** Encontro Nacional dos Geógrafos – ENGE, Porto Alegre, 2010.

IBGE. Cidades. **Santa Catarina, Chapecó, Produto interno bruto 2012.** Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=420420&idtema=134&search=santa-catarina|chapeco|produto-interno-bruto-dos-municipios-2012>> Acesso em 25 Nov. 2015.

IPEA. **Taxa de desemprego.** Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br/ExibeSerie.aspx?serid=38401>>. Acesso em 30 Set. 2015.

MOTTER, Crislaine. BATELLA, Wagner. **Novas centralidades em Chapecó: apontamento sobre as transformações recentes no espaço urbano.** Caminhos de geografia, Uberlândia, v. 14, nº 46, 2013, p 60-70.

MOTTER, Crislaine. BATELLA, Wagner. ZANELLA, Ana Paula. **Migrações pendulares na formação de aglomerações envolvendo a cidade de Chapecó: evidências para um processo de “gestação”.** Caderno de Geografia, PUCminas. Belo Horizonte, v. 23, nº 39. 2013, P. 68-79.

OLIVEIRA, Edilson Luiz de. **Algumas considerações sobre o conceito de setor informal e a teoria dos circuitos da economia urbana.** Geografias. Belo Horizonte 04(1) 54-70 janeiro-junho de 2008.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Brasil comemora marca de 5 milhões de MEIs.** Disponível em:

<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/noticias/noticias-do-portal/brasil-comemora-marca-de-5-milhoes-de-meis>> Acesso em 14/08/2015.

RECHE, Daniella. SUGAI, Maria Inês. **A influência do capital agroindustrial na distribuição sócio-espacial urbana do município de Chapecó no sul do Brasil.** X Colóquio Internacional de Geocrítica, Universidade de Barcelona, 26-30 de maio de 2008. Disponível em <<http://www.ub.es/geocrit/-xcol/257.htm>>. Acesso em 21 Mar. 2015.

SEBRAE. **Chapecó em números 2013.** Chapecó/Sebrae/SC. _Florianópolis: Sebrae/SC, 2013. 133p.

_____. **Economia informal urbana – 2003.** Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_impressao.php?id_noticia=366>. Acesso em 08 Out. 2015.

_____. **O que é ser MEI.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/Microempreendedor-Individual-conta-com-o-Sebrae>>. Acesso em 22 Ago. 2015.

_____. **Perfil do Microempreendedor individual. Fórum da cidadania financeira.** Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a1300d60cd4fe1b48de3fe73e3899c04/\\$File/5796.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a1300d60cd4fe1b48de3fe73e3899c04/$File/5796.pdf)>. Acesso em 22 Nov. 2015.

SANTOS, Ana. Ana Santos: entrevista [Nov. 2015]. Entrevistadora: Daniela Cristina Cararo. Chapecó, 2015. 01 CD. Entrevista concedida para trabalho de conclusão de curso.

SILVA, João. João Silva: entrevista [Nov. 2015]. Entrevistadora: Daniela Cristina Cararo. Chapecó, 2015. 01 CD. Entrevista concedida para trabalho de conclusão de curso.

SOUZA, Adriana. Adriana Souza: entrevista [Nov. 2015]. Entrevistadora: Daniela Cristina Cararo. Chapecó, 2015. 01 CD. Entrevista concedida para trabalho de conclusão de curso.

SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** 2ª ed, Belo Horizonte, Editora UFMG, 2012. 404 p.

_____. A invisibilidade da luta de classes ou a cegueira do economicismo. In. BARTELT, Dawid Danilo (Org). **A “Nova Classe Média” no Brasil como Conceito e Projeto Político.** Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013, pg 55-68.

SOUZA, Dayanne Marlene de. **Os principais benefícios proporcionados ao trabalhador informal para formalização através do microempreendedor**

individual. Monografia (Curso de Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010. 96 p.

SPOSITO, Maria E. B. GÓES, Eda M. Grandes grupos econômicos, consumo e redefinição de centralidade urbana, em cidades médias. In BELLET. Carmen Be [et al.], eds (org). **Urbanización, producción y consumo en ciudades medias / intermedias. Urbanização, produção e consumo em cidades médias / intermediárias.** Presidente Prudente: Universidade Estadual Paulista; Lleida: Edicions de la Universitat de Lleida , 2015. Pg. 107-132.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Cidades médias: Reestruturação das cidades médias e reestruturação urbana. In. Sposito. Maria Encarnação Beltrão (Org.). **Cidades médias: espaços em transição.** São Paulo: Expressão Popular. 2007. P 233-253

TEIXEIRA, Antônia. Antônia Teixeira: entrevista [Nov. 2015]. Entrevistadora: Daniela Cristina Cararo. Chapecó, 2015. 01 CD. Entrevista concedida para trabalho de conclusão de curso.

VICENTE, Eliana. **Nova classe média: um delírio coletivo?** VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo. Rio de Janeiro. 2012.

ANEXO 1

ANEXO XIII

(arts. 91, inciso I e 92, § 2º, inciso I)

Atividades Permitidas ao MEI

(Alterado pela Resolução CGSN nº 104, de 12 de dezembro de 2012) (Vide art. 5º da Res. CGSN nº 104/2012)

(Alterado pela Resolução CGSN nº 111, de 11 de dezembro de 2013) (Vide art. 6º, I, da Res. 111/2013)

(Alterado pela Resolução CGSN nº 117, de 2 de dezembro de 2014) (Vide art. 10 da Res. CGSN nº 117/2014)

OCUPAÇÃO	CNAE	DESCRIÇÃO SUBCLASSE CNAE	ISS	ICMS
ABATEDOR(A) DE AVES	1012-1/01	ABATE DE AVES	N	N
ABATEDOR(A) DE AVES COM COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO	4724-5/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE HORTIFRUTIGRANJEIROS	N	S
ACABADOR(A) DE CALÇADOS	1531-9/02	ACABAMENTO DE CALÇADOS DE COURO SOB CONTRATO	S	S
AÇOUGUEIRO(A)	4722-9/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE CARNES - AÇOUGUES	N	S
ADESTRADOR(A) DE ANIMAIS (Redação dada pela Resolução CGSN nº 117/2014)	9609-2/07 (Retificado no DOU de 22/12/2014, Seção 1, pág. 17)	ALOJAMENTO DE ANIMAIS DOMÉSTICOS	S	N
ADESTRADOR(A) DE CÃES DE GUARDA	8011-1/02	SERVIÇOS DE ADESTRAMENTO DE CÃES DE GUARDA	S	N
AGENTE DE CORREIO FRANQUEADO E PERMISSIONÁRIO	5310-5/02	ATIVIDADES DE FRANQUEADAS DO CORREIO NACIONAL	S	S
AGENTE DE VIAGENS	7911-2/00	AGÊNCIAS DE VIAGENS	S	N
AGENTE FUNERÁRIO	9603-3/04	SERVIÇOS DE FUNERÁRIAS	S	N
AGENTE MATRIMONIAL	9609-2/02	AGÊNCIAS MATRIMONIAIS	S	N
ALFAIATE	1412-6/02	CONFECÇÃO, SOB MEDIDA, DE PEÇAS DO VESTUÁRIO, EXCETO ROUPAS ÍNTIMAS	S	N
ALINHADOR(A) DE PNEUS	4520-0/04	SERVIÇOS DE ALINHAMENTO E BALANCEAMENTO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
AMOLADOR(A) DE ARTIGOS DE CUTELARIA	9529-1/99	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE OUTROS OBJETOS E EQUIPAMENTOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
ANIMADOR(A) DE FESTAS	9329-8/99	OUTRAS ATIVIDADES DE RECREAÇÃO E LAZER NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
ANTIQUÁRIO(A)	4785-7/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE ANTIGUIDADES	N	S
APLICADOR(A) AGRÍCOLA	0161-0/01	SERVIÇO DE PULVERIZAÇÃO E CONTROLE DE PRAGAS AGRÍCOLAS	S	N
APURADOR(A), COLETOR(A) E FORNECEDOR(A) DE RECORTES DE MATÉRIAS PUBLICADAS EM JORNAIS E REVISTAS	6399-2/00	OUTRAS ATIVIDADES DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
ARMADOR(A) DE FERRAGENS NA CONSTRUÇÃO CIVIL	2599-3/01	SERVIÇOS DE CONFECÇÃO DE ARMAÇÕES METÁLICAS PARA A CONSTRUÇÃO	S	N
ARQUIVISTA DE DOCUMENTOS	8211-3/00	SERVIÇOS COMBINADOS DE ESCRITÓRIO E APOIO ADMINISTRATIVO	S	N
ARTESÃO(A) DE BIJUTERIAS	3212-4/00	FABRICAÇÃO DE BIJUTERIAS E ARTEFATOS SEMELHANTES	N	S
ARTESÃO(A) EM BORRACHA	2219-6/00	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE BORRACHA NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
ARTESÃO(A) EM CERÂMICA	2349-4/99	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS CERÂMICOS NÃO-REFRATÁRIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
ARTESÃO(A) EM CIMENTO	2330-3/99	FABRICAÇÃO DE OUTROS ARTEFATOS E PRODUTOS DE CONCRETO, CIMENTO, FIBROCIMENTO, GESSO E MATERIAIS SEMELHANTES	N	S
ARTESÃO(A) EM CORTIÇA, BAMBU E AFINS	1629-3/02	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DIVERSOS DE CORTIÇA, BAMBU, PALHA, VIME E OUTROS MATERIAIS TRANÇADOS, EXCETO MÓVEIS	N	S
ARTESÃO(A) EM COURO	1529-7/00	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE COURO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S

ARTESÃO(A) EM GESSO	2330-3/99	FABRICAÇÃO DE OUTROS ARTEFATOS E PRODUTOS DE CONCRETO, CIMENTO, FIBROCIMENTO, GESSO E MATERIAIS SEMELHANTES	N	S
ARTESÃO(A) EM LOUÇAS, VIDRO E CRISTAL	2399-1/01	DECORAÇÃO, LAPIDAÇÃO, GRAVAÇÃO, VITRIFICAÇÃO E OUTROS TRABALHOS EM CERÂMICA, LOUÇA, VIDRO E CRISTAL	S	N
ARTESÃO(A) EM MADEIRA	1629-3/01	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DIVERSOS DE MADEIRA, EXCETO MÓVEIS	N	S
ARTESÃO(A) EM MÁRMORE, GRANITO, ARDÓSIA E OUTRAS PEDRAS	2391-5/03	APARELHAMENTO DE PLACAS E EXECUÇÃO DE TRABALHOS EM MÁRMORE, GRANITO, ARDÓSIA E OUTRAS PEDRAS	S	S
ARTESÃO(A) EM METAIS	2599-3/99	FABRICAÇÃO DE OUTROS PRODUTOS DE METAL NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
ARTESÃO(A) EM METAIS PRECIOSOS	3211-6/02	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE JOALHERIA E OURIVESARIA	N	S
ARTESÃO(A) EM OUTROS MATERIAIS	3299-0/99	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DIVERSOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
ARTESÃO(A) EM PAPEL	1749-4/00	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE PASTAS CELULÓSICAS, PAPEL, CARTOLINA, PAPEL-CARTÃO E PAPELÃO ONDULADO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
ARTESÃO(A) EM PLÁSTICO	2229-3/99	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE MATERIAL PLÁSTICO PARA OUTROS USOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
ARTESÃO(A) EM VIDRO	2319-2/00	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS DE VIDRO	N	S
ASTRÓLOGO(A)	9609-2/99	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PESSOAIS NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
AZULEJISTA	4330-4/05	APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS E DE RESINAS EM INTERIORES E EXTERIORES	S	N
BALANCEADOR(A) DE PNEUS	4520-0/04	SERVIÇOS DE ALINHAMENTO E BALANCEAMENTO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
BALEIRO(A)	4721-1/04	COMÉRCIO VAREJISTA DE DOCES, BALAS, BOMBONS E SEMELHANTES	N	S
BANHISTA DE ANIMAIS DOMÉSTICOS (Redação dada pela Resolução CGSN nº 117/2014)	9609-2/08 (Retificado no DOU de 22/12/2014, Seção 1, pág. 17)	HIGIENE E EMBELEZAMENTO DE ANIMAIS DOMÉSTICOS	S	N
BARBEIRO (Redação dada pela Resolução CGSN nº 117/2014)	9602-5/01	CABELEIREIROS, MANICURE E PEDICURE	S	N
BARQUEIRO(A)	5099-8/99	OUTROS TRANSPORTES AQUAVIÁRIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	S
BARRAQUEIRO(A)	4712-1/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE MERCADORIAS EM GERAL, COM PREDOMINÂNCIA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS - MINIMERCADOS, MERCEARIAS E ARMAZÉNS	N	S
BENEFICIADOR(A) DE CASTANHA	1031-7/00	FABRICANTE DE CONSERVAS DE FRUTAS	N	S
BIKEBOY (CICLISTA MENSAGEIRO)	5320-2/02	SERVIÇOS DE ENTREGA RÁPIDA	S	N
BIKE PROPAGANDISTA	7319-0/99	OUTRAS ATIVIDADES DE PUBLICIDADE NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
BOLACHEIRO(A)/BISCOITEIRO(A)	1092-9/00	FABRICAÇÃO DE BISCOITOS E BOLACHAS	N	S
BOMBEIRO(A) HIDRÁULICO	4322-3/01	INSTALAÇÕES HIDRÁULICAS, SANITÁRIAS E DE GAS	S	N
BONELEIRO(A) (FABRICANTE DE BONÉS)	1414-2/00	FABRICAÇÃO DE ACESSÓRIOS DO VESTUÁRIO, EXCETO PARA SEGURANÇA E PROTEÇÃO	N	S
BORDADEIRO(A)	1340-5/99	OUTROS SERVIÇOS DE ACABAMENTO EM FIOS, TECIDOS, ARTEFATOS TÊXTEIS E PEÇAS DO VESTUÁRIO	S	N
BORRACHEIRO(A)	4520-0/06	SERVIÇOS DE BORRACHARIA PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
BRITADOR	2391-5/01	BRITAMENTO DE PEDRAS, EXCETO ASSOCIADO À EXTRAÇÃO	N	S
CABELEIREIRO(A) (Redação dada pela Resolução CGSN nº 117/2014)	9602-5/01	CABELEIREIROS, MANICURE E PEDICURE	S	N
CALAFETADOR(A)	4330-4/05	APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS E DE RESINAS EM INTERIORES E EXTERIORES	S	N
CALHEIRO (A) (Incluído pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	4399-1/99	SERVIÇOS ESPECIALIZADOS PARA CONSTRUÇÃO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	N
CAMINHONEIRO (A) DE CARGAS NÃO PERIGOSAS, INTERMUNICIPAL E INTERESTADUAL (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	4930-2/02	TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGA, EXCETO PRODUTOS PERIGOSOS E MUDANÇAS, INTERMUNICIPAL, INTERESTADUAL E INTERNACIONAL	N	S
CANTOR(A)/MÚSICO(A) INDEPENDENTE	9001-9/02	PRODUÇÃO MUSICAL	S	N
CAPOTEIRO(A)	4520-0/08	SERVIÇOS DE CAPOTARIA	S	N
CARPINTEIRO(A)	1622-6/99	FABRICAÇÃO DE OUTROS ARTIGOS DE CARPINTARIA PARA CONSTRUÇÃO	N	S
CARPINTEIRO(A) INSTALADOR(A)	4330-4/02	INSTALAÇÃO DE PORTAS, JANELAS, TETOS, DIVISÓRIAS E ARMÁRIOS EMBUTIDOS DE QUALQUER MATERIAL	S	N

CARREGADOR (VEÍCULOS DE TRANSPORTES TERRESTRES)	5212-5/00	CARGA E DESCARGA	S	N
CARREGADOR DE MALAS	9609-2/99	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PESSOAIS NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
CARROCEIRO - COLETA DE ENTULHOS E RESÍDUOS	3811-4/00	COLETA DE RESÍDUOS NÃO-PERIGOSOS	S	N
CARROCEIRO - TRANSPORTE DE CARGA	4930-2/01	TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGA, EXCETO PRODUTOS PERIGOSOS E MUDANÇAS, MUNICIPAL	S	N
CARROCEIRO - TRANSPORTE DE MUDANÇA	4930-2/04	TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE MUDANÇAS	S	S
CARTAZISTA, PINTOR DE FAIXAS PUBLICITÁRIAS E DE LETRAS	8299-7/99	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PRESTADOS PRINCIPALMENTE ÀS EMPRESAS NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
CHAPELEIRO(A)	1414-2/00	FABRICAÇÃO DE ACESSÓRIOS DO VESTUÁRIO, EXCETO PARA SEGURANÇA E PROTEÇÃO	N	S
CHAVEIRO(A)	9529-1/02	CHAVEIROS	S	N
CHOCOLATEIRO(A)	1093-7/01	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DERIVADOS DO CACAU E DE CHOCOLATES	N	S
CHURRASQUEIRO(A) AMBULANTE	5612-1/00	SERVIÇOS AMBULANTES DE ALIMENTAÇÃO	N	S
CHURRASQUEIRO(A) EM DOMICÍLIO	5620-1/02	SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO PARA EVENTOS E RECEPÇÕES - BUFÊ	S	S
CLICHERISTA	1821-1/00	SERVIÇOS DE PRÉ-IMPRESSÃO	S	N
COBRADOR(A) DE DIVIDAS	8291-1/00	ATIVIDADES DE COBRANÇAS E INFORMAÇÕES CADASTRAIS	S	N
COLCHOEIRO(A)	3104-7/00	FABRICAÇÃO DE COLCHÕES	N	S
COLETOR DE RESÍDUOS NÃO-PERIGOSOS	3811-4/00	COLETA DE RESÍDUOS NÃO-PERIGOSOS	S	N
COLETOR DE RESÍDUOS PERIGOSOS	3812-2/00	COLETA DE RESÍDUOS PERIGOSOS	S	N
COLOCADOR(A) DE PIERCING	9609-2/06	SERVIÇOS DE TATUAGEM E COLOCAÇÃO DE PIERCING	S	N
COLOCADOR(A) DE REVESTIMENTOS	4330-4/05	APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS E DE RESINAS EM INTERIORES E EXTERIORES	S	N
COMERCIANTE DE INSETICIDAS E RATICIDAS	4789-0/05	COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS SANEANTES DOMISSANITÁRIOS	N	S
COMERCIANTE DE PRODUTOS PARA PISCINAS	4789-0/05	COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS SANEANTES DOMISSANITÁRIOS	N	S
COMERCIANTE DE ANIMAIS VIVOS E DE ARTIGOS E ALIMENTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO	4789-0/04	COMÉRCIO VAREJISTA DE ANIMAIS VIVOS E DE ARTIGOS E ALIMENTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE ARMARINHO	4755-5/02	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE ARMARINHO	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE BEBÊ	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE CAÇA, PESCA E CAMPING	4763-6/04	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE CAÇA, PESCA E CAMPING	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE CAMA, MESA E BANHO	4755-5/03	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE CAMA, MESA E BANHO	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE COLCHOARIA	4754-7/02	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE COLCHOARIA	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE CUTELARIA	4759-8/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS ARTIGOS DE USO PESSOAL E DOMÉSTICO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE ILUMINAÇÃO	4754-7/03	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE ILUMINAÇÃO	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE JOALHERIA	4783-1/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE JOALHERIA	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE ÓPTICA	4774-1/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE ÓPTICA	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE RELOJOARIA	4783-1/02	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE RELOJOARIA	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE TAPEÇARIA, CORTINAS E PERSIANAS	4759-8/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE TAPEÇARIA, CORTINAS E PERSIANAS	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DE VIAGEM	4782-2/02	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE VIAGEM	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS	4781-4/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS ERÓTICOS	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS ESPORTIVOS	4763-6/02	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS ESPORTIVOS	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS FOTOGRÁFICOS E PARA FILMAGEM	4789-0/08	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS FOTOGRÁFICOS E PARA FILMAGEM	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS FUNERÁRIOS	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS MÉDICOS E ORTOPÉDICOS	4773-3/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS MÉDICOS E ORTOPÉDICOS	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS PARA HABITAÇÃO	4759-8/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS ARTIGOS DE USO PESSOAL E DOMÉSTICO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE ARTIGOS USADOS	4785-7/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS ARTIGOS USADOS	N	S
COMERCIANTE DE BEBIDAS	4723-7/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE BEBIDAS	N	S
COMERCIANTE DE BICICLETAS E TRICICLOS; PEÇAS E ACESSÓRIOS	4763-6/03	COMÉRCIO VAREJISTA DE BICICLETAS E TRICICLOS; PEÇAS E ACESSÓRIOS	N	S
COMERCIANTE DE SUVENIRES, BIJUTERIAS E ARTESANATOS	4789-0/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE SUVENIRES, BIJUTERIAS E ARTESANATOS	N	S

COMERCIANTE DE BRINQUEDOS E ARTIGOS RECREATIVOS	4763-6/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE BRINQUEDOS E ARTIGOS RECREATIVOS	N	S
COMERCIANTE DE CAL, AREIA, PEDRA BRITADA, TIJOLOS E TELHAS	4744-0/04	COMÉRCIO VAREJISTA DE CAL, AREIA, PEDRA BRITADA, TIJOLOS E TELHAS	N	S
COMERCIANTE DE CALÇADOS	4782-2/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE CALÇADOS	N	S
COMERCIANTE DE CARVÃO E LENHA	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE CESTAS DE CAFÉ DA MANHÃ	4729-6/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS EM GERAL OU ESPECIALIZADO EM PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE COSMÉTICOS E ARTIGOS DE PERFUMARIA	4772-5/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL	N	S
COMERCIANTE DE DISCOS, CDS, DVDS E FITAS	4762-8/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE DISCOS, CDS, DVDS E FITAS	N	S
COMERCIANTE DE ELETRODOMÉSTICOS E EQUIPAMENTOS DE ÁUDIO E VÍDEO	4753-9/00	COMÉRCIO VAREJISTA ESPECIALIZADO DE ELETRODOMÉSTICOS E EQUIPAMENTOS DE ÁUDIO E VÍDEO	N	S
COMERCIANTE DE EMBALAGENS	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE EQUIPAMENTOS DE TELEFONIA E COMUNICAÇÃO	4752-1/00	COMÉRCIO VAREJISTA ESPECIALIZADO DE EQUIPAMENTOS DE TELEFONIA E COMUNICAÇÃO	N	S
COMERCIANTE DE EQUIPAMENTOS SUPRIMENTOS DE INFORMÁTICA (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	4751-2/01	COMÉRCIO VAREJISTA ESPECIALIZADO DE EQUIPAMENTOS E SUPRIMENTOS DE INFORMÁTICA	N	S
COMERCIANTE DE EQUIPAMENTOS PARA ESCRITÓRIO	4789-0/07	COMÉRCIO VAREJISTA DE EQUIPAMENTOS PARA ESCRITÓRIO	N	S
COMERCIANTE DE EXTINTORES DE INCÊNDIO	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE FERRAGENS E FERRAMENTAS	4744-0/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE FERRAGENS E FERRAMENTAS	N	S
COMERCIANTE DE FLORES, PLANTAS E FRUTAS ARTIFICIAIS	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE FOGOS DE ARTIFÍCIO	4789-0/06	COMÉRCIO VAREJISTA DE FOGOS DE ARTIFÍCIO E ARTIGOS PIROTÉCNICOS	N	S
COMERCIANTE DE GÁS LIQUEFEITO DE PETRÓLEO (GLP)	4784-9/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE GÁS LIQUEFEITO DE PETRÓLEO (GLP)	N	S
COMERCIANTE DE INSTRUMENTOS MUSICAIS E ACESSÓRIOS	4756-3/00	COMÉRCIO VAREJISTA ESPECIALIZADO DE INSTRUMENTOS MUSICAIS E ACESSÓRIOS	N	S
COMERCIANTE DE LATICÍNIOS	4721-1/03	COMÉRCIO VAREJISTA DE LATICÍNIOS E FRIOS	N	S
COMERCIANTE DE LUBRIFICANTES	4732-6/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE LUBRIFICANTES	N	S
COMERCIANTE DE MADEIRA E ARTEFATOS	4744-0/02	COMÉRCIO VAREJISTA DE MADEIRA E ARTEFATOS	N	S
COMERCIANTE DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO EM GERAL	4744-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO EM GERAL	N	S
COMERCIANTE DE MATERIAIS HIDRÁULICOS	4744-0/03	COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAIS HIDRÁULICOS	N	S
COMERCIANTE DE MATERIAL ELÉTRICO	4742-3/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAL ELÉTRICO	N	S
COMERCIANTE DE MEDICAMENTOS VETERINÁRIOS	4771-7/04	COMÉRCIO VAREJISTA DE MEDICAMENTOS VETERINÁRIOS	N	S
COMERCIANTE DE MIUDEZAS E QUINQUILHARIAS	4713-0/02	LOJAS DE VARIEDADES, EXCETO LOJAS DE DEPARTAMENTOS OU MAGAZINES	N	S
COMERCIANTE DE MOLDURAS E QUADROS	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE MÓVEIS	4754-7/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE MÓVEIS	N	S
COMERCIANTE DE OBJETOS DE ARTE	4789-0/03	COMÉRCIO VAREJISTA DE OBJETOS DE ARTE	N	S
COMERCIANTE DE PEÇAS E ACESSÓRIOS NOVOS PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES	4530-7/03	COMÉRCIO A VAREJO DE PEÇAS E ACESSÓRIOS NOVOS PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES	N	S
COMERCIANTE DE PEÇAS E ACESSÓRIOS PARA APARELHOS ELETROELETRÔNICOS PARA USO DOMÉSTICO	4757-1/00	COMÉRCIO VAREJISTA ESPECIALIZADO DE PEÇAS E ACESSÓRIOS PARA APARELHOS ELETROELETRÔNICOS PARA USO DOMÉSTICO, EXCETO INFORMÁTICA E COMUNICAÇÃO	N	S
COMERCIANTE DE PEÇAS E ACESSÓRIOS PARA MOTOCICLETAS E MOTONETAS	4541-2/05	COMÉRCIO A VAREJO DE PEÇAS E ACESSÓRIOS PARA MOTOCICLETAS E MOTONETAS	N	S
COMERCIANTE DE PEÇAS E ACESSÓRIOS USADOS PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES	4530-7/04	COMÉRCIO A VAREJO DE PEÇAS E ACESSÓRIOS USADOS PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES	N	S
COMERCIANTE DE PERUCAS	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE PLANTAS, FLORES NATURAIS, VASOS E ADUBOS	4789-0/02	COMÉRCIO VAREJISTA DE PLANTAS E FLORES NATURAIS	N	S
COMERCIANTE DE PNEUMÁTICOS E CÂMARAS-DE-AR	4530-7/05	COMÉRCIO A VAREJO DE PNEUMÁTICOS E CÂMARAS-DE-AR	N	S
COMERCIANTE DE PRODUTOS DE HIGIENE PESSOAL	4772-5/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL	N	S
COMERCIANTE DE PRODUTOS DE LIMPEZA	4789-0/05	COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS SANEANTES DOMISSANITÁRIOS	N	S
COMERCIANTE DE PRODUTOS DE PANIFICAÇÃO	4721-1/02	PADARIA E CONFEITARIA COM PREDOMINÂNCIA DE REVENDA	N	S
COMERCIANTE DE PRODUTOS DE TABACARIA	4729-6/01	TABACARIA	N	S

COMERCIANTE DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS HOMEOPÁTICOS	4771-7/03	COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS HOMEOPÁTICOS	N	S
COMERCIANTE DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS, SEM MANIPULAÇÃO DE FÓRMULAS	4771-7/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS, SEM MANIPULAÇÃO DE FÓRMULAS	N	S
COMERCIANTE DE PRODUTOS NATURAIS	4729-6/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS EM GERAL OU ESPECIALIZADO EM PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE PRODUTOS PARA FESTAS E NATAL	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE PRODUTOS RELIGIOSOS	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE REDES PARA DORMIR	4789-0/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE SISTEMA DE SEGURANÇA RESIDENCIAL	4759-8/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS ARTIGOS DE USO PESSOAL E DOMÉSTICO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE TECIDOS	4755-5/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE TECIDOS	N	S
COMERCIANTE DE TINTAS E MATERIAIS PARA PINTURA	4741-5/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE TINTAS E MATERIAIS PARA PINTURA	N	S
COMERCIANTE DE TOLDOS E PAPEL DE PAREDE	4759-8/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS ARTIGOS DE USO PESSOAL E DOMÉSTICO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
COMERCIANTE DE VIDROS	4743-1/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE VIDROS	N	S
COMPOTIEIRO(A)	1031-7/00	FABRICAÇÃO DE CONSERVAS DE FRUTAS	N	S
CONFECIONADOR(A) DE CARIMBOS	3299-0/02	FABRICAÇÃO DE CANETAS, LÁPIS E OUTROS ARTIGOS PARA ESCRITÓRIO	N	S
CONFECIONADOR(A) DE FRALDAS DESCARTÁVEIS	1742-7/01	FABRICAÇÃO DE FRALDAS DESCARTÁVEIS	N	S
CONFEITEIRO(A)	1091-1/02	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE PADARIA E CONFEITARIA COM PREDOMINÂNCIA DE PRODUÇÃO PRÓPRIA. Retificado pela Resolução CGSN nº 94, de 2011)	N	S
CONTADOR(A)/TÉCNICO(A) CONTÁBIL	6920-6/01	ATIVIDADES DE CONTABILIDADE	S	N
COSTUREIRO(A) DE ROUPAS, EXCETO SOB MEDIDA	1412-6/01	CONFECÇÃO DE PEÇAS DE VESTUÁRIO, EXCETO ROUPAS ÍNTIMAS E AS CONFECIONADAS SOB MEDIDA	S	S
COSTUREIRO(A) DE ROUPAS, SOB MEDIDA	1412-6/02	CONFECÇÃO, SOB MEDIDA, DE PEÇAS DO VESTUÁRIO, EXCETO ROUPAS ÍNTIMAS	S	N
COVEIRO	9603-3/03	SERVIÇOS DE SEPULTAMENTO	S	N
COZINHEIRO(A) QUE FORNECE REFEIÇÕES PRONTAS E EMBALADAS PARA CONSUMO	5620-1/04	FORNECIMENTO DE ALIMENTOS PREPARADOS PREPONDERANTEMENTE PARA CONSUMO DOMICILIAR	N	S
CRIADOR(A) DE ANIMAIS DOMÉSTICOS	0159-8/02	CRIAÇÃO DE ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO	N	S
CRIADOR(A) DE PEIXES ORNAMENTAIS EM ÁGUA DOCE	0322-1/04	CRIAÇÃO DE PEIXES ORNAMENTAIS EM ÁGUA DOCE	N	S
CRIADOR(A) DE PEIXES ORNAMENTAIS EM ÁGUA SALGADA	0321-3/04	CRIAÇÃO DE PEIXES ORNAMENTAIS EM ÁGUA SALGADA E SALOBRA	N	S
CROCHETEIRO(A)	1422-3/00	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO, PRODUZIDOS EM MALHARIAS E TRICOTAGENS, EXCETO MEIAS	N	S
CUIDADOR(A) DE ANIMAIS (PET SITTER) (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	9609-2/08	HIGIENE E EMBELEZAMENTO DE ANIMAIS	S	N
CUIDADOR(A) DE IDOSOS E ENFERMOS	8712-3/00	ATIVIDADES DE FORNECIMENTO DE INFRA-ESTRUTURA DE APOIO E ASSISTÊNCIA A PACIENTE NO DOMICÍLIO	S	N
CUNHADOR(A) DE MOEDAS E MEDALHAS	3211-6/03	CUNHAGEM DE MOEDAS E MEDALHAS	N	S
CURTIDOR DE COURO	1510-6/00	CURTIMENTO E OUTRAS PREPARAÇÕES DE COURO	N	S
CUSTOMIZADOR(A) DE ROUPAS	1340-5/99	OUTROS SERVIÇOS DE ACABAMENTO EM FIOS, TECIDOS, ARTEFATOS TÊXTEIS E PEÇAS DO VESTUÁRIO	S	N
DEDETIZADOR(A)	8122-2/00	IMUNIZAÇÃO E CONTROLE DE PRAGAS URBANAS	S	N
DÉPILADOR(A)	9602-5/02	ATIVIDADES DE ESTÉTICA E OUTROS SERVIÇOS DE CUIDADOS COM A BELEZA	S	N
DIARISTA (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	9700-5/00	SERVIÇOS DOMÉSTICOS	S	N
DIGITADOR(A)	8219-9/99	PREPARAÇÃO DE DOCUMENTOS E SERVIÇOS ESPECIALIZADOS DE APOIO ADMINISTRATIVO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
DISC JOCKEY (DJ) OU VIDEO JOCKEY (VJ)	9001-9/06	ATIVIDADES DE SONORIZAÇÃO E DE ILUMINAÇÃO	S	N
DISTRIBUIDOR(A) DE ÁGUA POTÁVEL EM CAMINHÃO PIPA	3600-6/02	DISTRIBUIÇÃO DE ÁGUA POR CAMINHÕES	S	S
DOCEIRO(A)	5620-1/04	FORNECIMENTO DE ALIMENTOS PREPARADOS PREPONDERANTEMENTE PARA CONSUMO DOMICILIAR	N	S
DUBLADOR(A)	5912-0/01	SERVIÇOS DE DUBLAGEM	S	N
EDITOR(A) DE JORNAIS DIÁRIOS (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	5812-3/01	EDITOR DE JORNAIS DIÁRIOS	S	N
EDITOR(A) DE JORNAIS NÃO DIÁRIOS (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	5812-3/02	EDITOR DE JORNAIS NÃO DIÁRIOS	S	N
EDITOR(A) DE LISTA DE DADOS E DE OUTRAS INFORMAÇÕES	5819-1/00	EDIÇÃO DE CADASTROS, LISTAS E DE OUTROS PRODUTOS GRÁFICOS	S	N
EDITOR(A) DE LIVROS	5811-5/00	EDIÇÃO DE LIVROS	S	N

EDITOR(A) DE REVISTAS	5813-1/00	EDIÇÃO DE REVISTAS	S	N
EDITOR(A) DE VÍDEO	5912-0/99	ATIVIDADES DE PÓS-PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA, DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
ELETRICISTA DE AUTOMÓVEIS	4520-0/03	SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO ELÉTRICA DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
ELETRICISTA EM RESIDÊNCIAS E ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS	4321-5/00	INSTALAÇÃO E MANUTENÇÃO ELÉTRICA	S	N
ENCADERNADOR(A)/PLASTIFICADOR(A)	1822-9/01	SERVIÇOS DE ENCADERNAÇÃO E PLASTIFICAÇÃO	S	N
ENCANADOR	4322-3/01	INSTALAÇÕES HIDRÁULICAS, SANITÁRIAS E DE GAS	S	N
ENGRAXATE	9609-2/99	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PESSOAIS NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
ENTREGADOR DE MALOTES	5320-2/01	SERVIÇOS DE MALOTE NÃO REALIZADOS PELO CORREIO NACIONAL	S	S
ENVASADOR(A) E EMPACOTADOR(A)	8292-0/00	ENVASAMENTO E EMPACOTAMENTO SOB CONTRATO	S	N
ESTAMPADOR(A) DE PEÇAS DO VESTUÁRIO	1340-5/01	ESTAMPARIA E TEXTURIZAÇÃO EM FIOS, TECIDOS, ARTEFATOS TÊXTEIS E PEÇAS DO VESTUÁRIO	S	N
ESTETICISTA	9602-5/02	ATIVIDADES DE ESTÉTICA E OUTROS SERVIÇOS DE CUIDADOS COM A BELEZA	S	N
ESTETICISTA DE ANIMAIS DOMÉSTICOS (Redação dada pela Resolução CGSN nº 117/2014)	9609-2/08 (Retificado no DOU de 22/12/2014, Seção 1, pág. 17)	HIGIENE E EMBELEZAMENTO DE ANIMAIS DOMÉSTICOS	S	N
ESTOFADOR(A)	9529-1/05	REPARAÇÃO DE ARTIGOS DO MOBILIÁRIO	S	N
FABRICANTE DE ABSORVENTES HIGIÊNICOS	1742-7/02	FABRICAÇÃO DE ABSORVENTES HIGIÊNICOS	N	S
FABRICANTE DE AÇÚCAR MASCAVO	1071-6/00	FABRICAÇÃO DE AÇÚCAR EM BRUTO	N	S
FABRICANTE DE AMENDOIM E CASTANHA DE CAJU TORRADOS E SALGADOS	1031-7/00	FABRICANTE DE CONSERVAS DE FRUTAS	N	S
FABRICANTE DE ÁGUAS NATURAIS	1122-4/99	FABRICAÇÃO DE OUTRAS BEBIDAS NÃO-ALCOÓLICAS NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	N	S
FABRICANTE DE ALIMENTOS PRONTOS CONGELADOS	1096-1/00	FABRICAÇÃO DE ALIMENTOS E PRATOS PRONTOS	N	S
FABRICANTE DE AMIDO E FÉCULAS DE VEGETAIS	1065-1/01	FABRICAÇÃO DE AMIDOS E FÉCULAS DE VEGETAIS	N	S
FABRICANTE DE ARTEFATOS DE FUNILARIA	2532-2/01	PRODUÇÃO DE ARTEFATOS ESTAMPADOS DE METAL	N	S
FABRICANTE DE ARTEFATOS ESTAMPADOS DE METAL, SOB ENCOMENDA OU NÃO (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	2532-2/01	PRODUÇÃO DE ARTEFATOS ESTAMPADOS DE METAL	S	S
FABRICANTE DE ARTEFATOS PARA PESCA E ESPORTE	3230-2/00	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS PARA PESCA E ESPORTE	N	S
FABRICANTE DE ARTEFATOS TÊXTEIS PARA USO DOMÉSTICO	1351-1/00	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS TÊXTEIS PARA USO DOMÉSTICO	N	S
FABRICANTE DE ARTIGOS DE CUTELARIA	2541-1/00	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS DE CUTELARIA	N	S
FABRICANTE DE AVIAMENTOS PARA COSTURA	3299-0/05	FABRICAÇÃO DE AVIAMENTOS PARA COSTURA	N	S
FABRICANTE DE BALAS, CONFEITOS E FRUTAS CRISTALIZADAS	1093-7/02	FABRICAÇÃO DE FRUTAS CRISTALIZADAS, BALAS E SEMELHANTES	N	S
FABRICANTE DE BOLSAS/BOLSEIRO	1521-1/00	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS PARA VIAGEM, BOLSAS E SEMELHANTES DE QUALQUER MATERIAL	N	S
FABRICANTE DE BRINQUEDOS NÃO ELETRÔNICOS	3240-0/99	FABRICAÇÃO DE OUTROS BRINQUEDOS E JOGOS RECREATIVOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
FABRICANTE DE CALÇADOS DE BORRACHA, MADEIRA E TECIDOS E FIBRAS	1539-4/00	FABRICAÇÃO DE CALÇADOS DE MATERIAIS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
FABRICANTE DE CALÇADOS DE COURO	1531-9/01	FABRICAÇÃO DE CALÇADOS DE COURO	N	S
FABRICANTE DE CHÁ	1099-6/05	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS PARA INFUSÃO (CHÁ, MATE, ETC.)	N	S
FABRICANTE DE CINTOS/CINTEIRO	1414-2/00	FABRICAÇÃO DE ACESSÓRIOS DO VESTUÁRIO, EXCETO PARA SEGURANÇA E PROTEÇÃO	N	S
FABRICANTE DE CONSERVAS DE FRUTAS	1031-7/00	FABRICAÇÃO DE CONSERVAS DE FRUTAS	N	S
FABRICANTE DE CONSERVAS DE LEGUMES E OUTROS VEGETAIS	1032-5/99	FABRICAÇÃO DE CONSERVAS DE LEGUMES E OUTROS VEGETAIS, EXCETO PALMITO	N	S
FABRICANTE DE DESINFESTANTES	2052-5/00	FABRICAÇÃO DE DESINFESTANTES DOMISSANITÁRIOS	N	S
FABRICANTE DE EMBALAGENS DE CARTOLINA E PAPEL-CARTÃO	1732-0/00	FABRICAÇÃO DE EMBALAGENS DE CARTOLINA E PAPEL-CARTÃO	N	S
FABRICANTE DE EMBALAGENS DE MADEIRA	1623-4/00	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE TANOARIA E DE EMBALAGENS DE MADEIRA	N	S
FABRICANTE DE EMBALAGENS DE PAPEL	1731-1/00	FABRICAÇÃO DE EMBALAGENS DE PAPEL	N	S
FABRICANTE DE ESPECIARIAS	1095-3/00	FABRICAÇÃO DE ESPECIARIAS, MOLHOS, TEMPEROS E CONDIMENTOS	N	S
FABRICANTE DE ESQUADRIAS METÁLICAS SOB ENCOMENDA OU NÃO (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	2512-8/00	FABRICAÇÃO DE ESQUADRIAS DE METAL	S	S
FABRICANTE DE FIOS DE ALGODÃO	1311-1/00	PREPARAÇÃO E FIAÇÃO DE FIBRAS DE ALGODÃO	N	S

FABRICANTE DE FIOS DE LINHO, RAMI, JUTA, SEDA E LÃ	1312-0/00	PREPARAÇÃO E FIAÇÃO DE FIBRAS TÊXTEIS NATURAIS, EXCETO ALGODÃO	N	S
FABRICANTE DE FUMO E DERIVADOS DO FUMO	1220-4/99	FABRICAÇÃO DE OUTROS PRODUTOS DO FUMO, EXCETO CIGARROS, CIGARRILHAS E CHARUTOS	N	S
FABRICANTE DE GELÉIA DE MOCOTÓ	1099-6/99	FABRICAÇÃO DE OUTROS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
FABRICANTE DE GELO COMUM	1099-6/04	FABRICAÇÃO DE GELO COMUM	N	S
FABRICANTE DE GUARDA-CHUVAS E SIMILARES	3299-0/01	FABRICAÇÃO DE GUARDA-CHUVAS E SIMILARES	N	S
FABRICANTE DE GUARDANAPOS E COPOS DE PAPEL	1742-7/99	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE PAPEL PARA USO DOMÉSTICO E HIGIÊNICO-SANITÁRIO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
FABRICANTE DE INSTRUMENTOS MUSICAIS	3220-5/00	FABRICAÇÃO DE INSTRUMENTOS MUSICAIS, PEÇAS E ACESSÓRIOS	N	S
FABRICANTE DE JOGOS RECREATIVOS	3240-0/99	FABRICAÇÃO DE OUTROS BRINQUEDOS E JOGOS RECREATIVOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
FABRICANTE DE LATICÍNIOS	1052-0/00	FABRICAÇÃO DE LATICÍNIOS	N	S
FABRICANTE DE LETREIROS, PLACAS E PAINÉIS NÃO LUMINOSOS, SOB ENCOMENDA OU NÃO (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	3299-0/03	FABRICAÇÃO DE LETRAS, LETREIROS E PLACAS DE QUALQUER MATERIAL, EXCETO LUMINOSOS	N	S
FABRICANTE DE LUMINÁRIAS E OUTROS EQUIPAMENTOS DE ILUMINAÇÃO	2740-6/02	FABRICAÇÃO DE LUMINÁRIAS E OUTROS EQUIPAMENTOS DE ILUMINAÇÃO	N	S
FABRICANTE DE MALAS	1521-1/00	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS PARA VIAGEM, BOLSAS E SEMELHANTES DE QUALQUER MATERIAL	N	S
FABRICANTE DE MASSAS ALIMENTÍCIAS	1094-5/00	FABRICAÇÃO DE MASSAS ALIMENTÍCIAS	N	S
FABRICANTE DE MEIAS	1421-5/00	FABRICAÇÃO DE MEIAS	N	S
FABRICANTE DE MOCHILAS E CARTEIRAS	1521-1/00	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS PARA VIAGEM, BOLSAS E SEMELHANTES DE QUALQUER MATERIAL	N	S
FABRICANTE DE PAINÉIS E LETREIROS LUMINOSOS	3299-0/04	FABRICAÇÃO DE PAINÉIS E LETREIROS LUMINOSOS	N	S
FABRICANTE DE PÃO DE QUEIJO CONGELADO (Redação dada pela Resolução CGSN nº 111, de 2013)	1091-1/01	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE PANIFICAÇÃO INDUSTRIAL	N	S
FABRICANTE DE PAPEL	1721-4/00	FABRICAÇÃO DE PAPEL	N	S
FABRICANTE DE PARTES DE PEÇAS DO VESTUÁRIO - FACÇÃO	1412-6/03	FACÇÃO DE PEÇAS DO VESTUÁRIO, EXCETO ROUPAS ÍNTIMAS	S	S
FABRICANTE DE PARTES DE ROUPAS ÍNTIMAS - FACÇÃO	1411-8/02	FACÇÃO DE ROUPAS ÍNTIMAS	S	S
FABRICANTE DE PARTES DE ROUPAS PROFISSIONAIS - FACÇÃO	1413-4/03	FACÇÃO DE ROUPAS PROFISSIONAIS	S	S
FABRICANTE DE PARTES PARA CALÇADOS	1540-8/00	FABRICAÇÃO DE PARTES PARA CALÇADOS, DE QUALQUER MATERIAL	S	S
FABRICANTE DE POLPAS DE FRUTAS	1031-7/00	FABRICAÇÃO DE CONSERVAS DE FRUTAS	N	S
FABRICANTE DE PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL	2063-1/00	FABRICAÇÃO DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL	N	S
FABRICANTE DE PRODUTOS DE LIMPEZA	2062-2/00	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE LIMPEZA E POLIMENTO	N	S
FABRICANTE DE PRODUTOS DE SOJA	1099-6/99	FABRICAÇÃO DE OUTROS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
FABRICANTE DE PRODUTOS DE TECIDO NÃO TECIDO PARA USO ODONTO-MÉDICO-HOSPITALAR	3292-2/02	FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E ACESSÓRIOS PARA SEGURANÇA PESSOAL E PROFISSIONAL	N	S
FABRICANTE DE PRODUTOS DERIVADOS DE CARNE	1013-9/01	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE CARNE	N	S
FABRICANTE DE PRODUTOS DERIVADOS DO ARROZ	1061-9/02	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DO ARROZ	N	S
FABRICANTE DE RAPADURA E MELAÇO	1071-6/00	FABRICAÇÃO DE AÇÚCAR EM BRUTO	N	S
FABRICANTE DE REFRESCOS, XAROPES E PÓS PARA REFRESCOS	1122-4/03	FABRICAÇÃO DE REFRESCOS, XAROPES E PÓS PARA REFRESCOS, EXCETO REFRESCOS DE FRUTAS	N	S
FABRICANTE DE ROUPAS ÍNTIMAS	1411-8/01	CONFECÇÃO DE ROUPAS ÍNTIMAS	N	S
FABRICANTE DE SABÕES E DETERGENTES SINTÉTICOS	2061-4/00	FABRICAÇÃO DE SABÕES E DETERGENTES SINTÉTICOS	N	S
FABRICANTE DE SUCOS CONCENTRADOS DE FRUTAS, HORTALIÇAS E LEGUMES	1033-3/01	FABRICAÇÃO DE SUCOS CONCENTRADOS DE FRUTAS, HORTALIÇAS E LEGUMES	N	S
FABRICANTE DE SUCOS DE FRUTAS, HORTALIÇAS E LEGUMES	1033-3/02	FABRICAÇÃO DE SUCOS DE FRUTAS, HORTALIÇAS E LEGUMES, EXCETO CONCENTRADOS	N	S
FABRICANTE DE VELAS, INCLUSIVE DECORATIVAS	3299-0/06	FABRICAÇÃO DE VELAS, INCLUSIVE DECORATIVAS	N	S
FARINHEIRO DE MANDIOCA	1063-5/00	FABRICAÇÃO DE FARINHA DE MANDIOCA E DERIVADOS	N	S
FARINHEIRO DE MILHO	1064-3/00	FABRICAÇÃO DE FARINHA DE MILHO E DERIVADOS, EXCETO ÓLEOS DE MILHO	N	S
FERRAMENTEIRO(A)	2543-8/00	FABRICAÇÃO DE FERRAMENTAS	N	S
FERREIRO/FORJADOR	2543-8/00	FABRICAÇÃO DE FERRAMENTAS	N	S
FILMADOR(A)	7420-0/04	FILMAGEM DE FESTAS E EVENTOS	S	N
FORNECEDOR(A) DE ALIMENTOS PREPARADOS PARA EMPRESAS	5620-1/01	FORNECIMENTO DE ALIMENTOS PREPARADOS PREPONDERANTEMENTE PARA EMPRESAS	N	S
FOSSEIRO (LIMPADOR DE FOSSA)	3702-9/00	ATIVIDADES RELACIONADAS A ESGOTO, EXCETO A GESTÃO DE REDES	S	N
FOTOCOPIADOR(A)	8219-9/01	FOTOCOPIAS	S	N

FOTÓGRAFO(A)	7420-0/01	ATIVIDADES DE PRODUÇÃO DE FOTOGRAFIAS, EXCETO AÉREA E SUBMARINA	S	N
FOTÓGRAFO(A) AÉREO	7420-0/02	ATIVIDADES DE PRODUÇÃO DE FOTOGRAFIAS AÉREAS E SUBMARINAS	S	N
FOTÓGRAFO(A) SUBMARINO	7420-0/02	ATIVIDADES DE PRODUÇÃO DE FOTOGRAFIAS AÉREAS E SUBMARINAS	S	N
FUNILEIRO / LANTERNEIRO	4520-0/02	SERVIÇOS DE LANTERNAGEM OU FUNILARIA E PINTURA DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
GALVANIZADOR(A)	2539-0/02	SERVIÇOS DE TRATAMENTO E REVESTIMENTO EM METAIS	S	N
GESSEIRO(A)	4330-4/03	OBRAS DE ACABAMENTO EM GESSO E ESTUQUE	S	N
GRAVADOR(A) DE CARIMBOS	8299-7/03	SERVIÇOS DE GRAVAÇÃO DE CARIMBOS, EXCETO CONFECÇÃO	S	N
GUARDA-COSTAS (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	8011-1/01	ATIVIDADES DE VIGILÂNCIA E SEGURANÇA PRIVADA	S	N
GUARDADOR(A) DE MÓVEIS	5211-7/02	GUARDA-MÓVEIS	S	N
GUIA DE TURISMO	7912-1/00	OPERADORES TURISTICOS	S	N
GUINCHEIRO (REBOQUE DE VEÍCULOS)	5229-0/02	SERVIÇOS DE REBOQUE DE VEÍCULOS	S	N
HUMORISTA E CONTADOR DE HISTÓRIAS	9001-9/01	PRODUÇÃO TEATRAL	S	N
INSTALADOR(A) DE ANTENAS DE TV	4321-5/00	INSTALAÇÃO E MANUTENÇÃO ELÉTRICA	S	N
INSTALADOR(A) DE EQUIPAMENTOS DE SEGURANÇA DOMICILIAR E EMPRESARIAL, SEM PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE VIGILÂNCIA E SEGURANÇA	4321-5/00	INSTALAÇÃO E MANUTENÇÃO ELÉTRICA	S	N
INSTALADOR(A) DE EQUIPAMENTOS PARA ORIENTAÇÃO À NAVEGAÇÃO MARÍTIMA, FLUVIAL E LACUSTRE	4329-1/02	INSTALAÇÃO DE EQUIPAMENTOS PARA ORIENTAÇÃO A NAVEGAÇÃO MARÍTIMA, FLUVIAL E LACUSTRE	S	N
INSTALADOR(A) DE ISOLANTES ACÚSTICOS E DE VIBRAÇÃO	4329-1/05	TRATAMENTOS TÉRMICOS, ACÚSTICOS OU DE VIBRAÇÃO	S	N
INSTALADOR(A) DE ISOLANTES TÉRMICOS	4329-1/05	TRATAMENTOS TÉRMICOS, ACÚSTICOS OU DE VIBRAÇÃO	S	N
INSTALADOR(A) DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS INDUSTRIAIS	3321-0/00	INSTALAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS INDUSTRIAIS	S	N
INSTALADOR(A) DE PAINÉIS PUBLICITÁRIOS	4329-1/01	INSTALAÇÃO DE PAINÉIS PUBLICITÁRIOS	S	N
INSTALADOR(A) DE REDE DE COMPUTADORES	6190-6/99	OUTRAS ATIVIDADES DE TELECOMUNICAÇÕES NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
INSTALADOR(A) DE SISTEMA DE PREVENÇÃO CONTRA INCÊNDIO	4322-3/03	INSTALAÇÕES DE SISTEMA DE PREVENÇÃO CONTRA INCÊNDIO	S	N
INSTALADOR(A) E REPARADOR (A) DE ACESSÓRIOS AUTOMOTIVOS	4520-0/07	SERVIÇOS DE INSTALAÇÃO, MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
INSTALADOR(A) E REPARADOR(A) DE ELEVADORES, ESCADAS E ESTEIRAS ROLANTES	4329-1/03	INSTALAÇÃO, MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE ELEVADORES, ESCADAS E ESTEIRAS ROLANTES	S	N
INSTALADOR(A) E REPARADOR DE COFRES, TRANCAS E TRAVAS DE SEGURANÇA (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	8020-0/02 (Retificado no DOU de 08/01/2015, Seção 1, pág. 13)	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS DE SEGURANÇA	S	N
INSTALADOR(A) E REPARADOR(A) DE SISTEMAS CENTRAIS DE AR CONDICIONADO, DE VENTILAÇÃO E REFRIGERAÇÃO	4322-3/02	INSTALAÇÃO E MANUTENÇÃO DE SISTEMAS CENTRAIS DE AR CONDICIONADO, DE VENTILAÇÃO E REFRIGERAÇÃO	S	N
INSTRUTOR(A) DE ARTE E CULTURA EM GERAL	8592-9/99	ENSINO DE ARTE E CULTURA NÃO ESPECIFICADO ANTERIORMENTE	S	N
INSTRUTOR(A) DE ARTES CÊNICAS	8592-9/02	ENSINO DE ARTES CÊNICAS, EXCETO DANÇA	S	N
INSTRUTOR(A) DE CURSOS GERENCIAIS	8599-6/04	TREINAMENTO EM DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL E GERENCIAL	S	N
INSTRUTOR(A) DE CURSOS PREPARATÓRIOS	8599-6/05	CURSOS PREPARATÓRIOS PARA CONCURSOS	S	N
INSTRUTOR(A) DE IDIOMAS	8593-7/00	ENSINO DE IDIOMAS	S	N
INSTRUTOR(A) DE INFORMÁTICA	8599-6/03	TREINAMENTO EM INFORMÁTICA	S	N
INSTRUTOR(A) DE MÚSICA	8592-9/03	ENSINO DE MÚSICA	S	N
JARDINEIRO(A)	8130-3/00	ATIVIDADES PAISAGÍSTICAS	S	N
JORNALEIRO(A)	4761-0/02	COMÉRCIO VAREJISTA DE JORNAIS E REVISTAS	N	S
LAPIDADOR(A)	3211-6/01	LAPIDAÇÃO DE GEMAS	S	S
LAVADEIRO(A) DE ROUPAS	9601-7/01	LAVANDERIAS	S	N
LAVADEIRO(A) DE ROUPAS PROFISSIONAIS	9601-7/03	TOALHEIROS	S	N
LAVADOR(A) E POLIDOR DE CARRO	4520-0/05	SERVIÇOS DE LAVAGEM, LUBRIFICAÇÃO E POLIMENTO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
LAVADOR(A) DE ESTOFADO E SOFÁ	9609-2/99	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PESSOAIS NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
LIVREIRO(A)	4761-0/01	COMÉRCIO VAREJISTA DE LIVROS	N	S
LOCADOR DE ANDAIMES	7732-2/02	ALUGUEL DE ANDAIMES	S	N
LOCADOR(A) DE APARELHOS DE JOGOS ELETRÔNICOS	7729-2/01	ALUGUEL DE APARELHOS DE JOGOS ELETRÔNICOS	N	N
LOCADOR(A) DE EQUIPAMENTOS CIENTÍFICOS, MÉDICOS E HOSPITALARES, SEM OPERADOR	7739-0/02	ALUGUEL DE EQUIPAMENTOS CIENTÍFICOS, MÉDICOS E HOSPITALARES, SEM OPERADOR	N	N

LOCADOR(A) DE EQUIPAMENTOS RECREATIVOS E ESPORTIVOS	7721-7/00	ALUGUEL DE EQUIPAMENTOS RECREATIVOS E ESPORTIVOS	N	N
LOCADOR(A) DE FITAS DE VÍDEO, DVDS E SIMILARES	7722-5/00	ALUGUEL DE FITAS DE VÍDEO, DVDS E SIMILARES	N	N
LOCADOR(A) DE LIVROS, REVISTAS, PLANTAS E FLORES	7729-2/99	ALUGUEL DE OUTROS OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	N
LOCADOR(A) DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS AGRÍCOLAS SEM OPERADOR	7731-4/00	ALUGUEL DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS AGRÍCOLAS SEM OPERADOR	N	N
LOCADOR(A) DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO SEM OPERADOR, EXCETO ANDAIMES	7732-2/01	ALUGUEL DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO SEM OPERADOR, EXCETO ANDAIMES	N	N
LOCADOR(A) DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA ESCRITÓRIO	7733-1/00	ALUGUEL DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA ESCRITÓRIO	N	N
LOCADOR(A) DE MATERIAL MÉDICO	7729-2/03	ALUGUEL DE MATERIAL MÉDICO	N	N
LOCADOR(A) DE MÓVEIS E UTENSÍLIOS, INCLUSIVE PARA FESTAS	7729-2/02	ALUGUEL DE MÓVEIS, UTENSÍLIOS E APARELHOS DE USO DOMÉSTICO E PESSOAL; INSTRUMENTOS MUSICAIS	N	N
LOCADOR(A) DE INSTRUMENTOS MUSICAIS	7729-2/02	ALUGUEL DE MÓVEIS, UTENSÍLIOS E APARELHOS DE USO DOMÉSTICO E PESSOAL; INSTRUMENTOS MUSICAIS	N	N
LOCADOR(A) DE OBJETOS DO VESTUÁRIO, JÓIAS E ACESSÓRIOS	7723-3/00	ALUGUEL DE OBJETOS DO VESTUÁRIO, JÓIAS E ACESSÓRIOS	N	N
LOCADOR(A) DE OUTRAS MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS COMERCIAIS E INDUSTRIAIS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE, SEM OPERADOR	7739-0/99	ALUGUEL DE OUTRAS MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS COMERCIAIS E INDUSTRIAIS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE, SEM OPERADOR	N	N
LOCADOR(A) DE PALCOS, COBERTURAS E OUTRAS ESTRUTURAS DE USO TEMPORÁRIO, EXCETO ANDAIMES	7739-0/03	ALUGUEL DE PALCOS, COBERTURAS E OUTRAS ESTRUTURAS DE USO TEMPORÁRIO, EXCETO ANDAIMES	S	N
LOCUTOR(A) DE MENSAGENS FONADAS E AO VIVO	9609-2/99	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PESSOAIS NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
MÁGICO(A)	9329-8/99	OUTRAS ATIVIDADES DE RECREAÇÃO E LAZER NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
MANICURE/PEDICURE (Redação dada pela Resolução CGSN nº 117/2014)	9602-5/01	CABELEIREIROS, MANICURE E PEDICURE	S	N
MAQUIADOR(A)	9602-5/02	ATIVIDADES DE ESTÉTICA E OUTROS SERVIÇOS DE CUIDADOS COM A BELEZA	S	N
MARCENEIRO (A) SOB ENCOMENDA OU NÃO (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	3101-2/00	FABRICAÇÃO DE MÓVEIS COM PREDOMINÂNCIA DE MADEIRA	N	S
MARMITEIRO(A)	5620-1/04	FORNECIMENTO DE ALIMENTOS PREPARADOS PREPONDERANTEMENTE PARA CONSUMO DOMICILIAR	N	S
MECÂNICO(A) DE MOTOCICLETAS E MOTONETAS	4543-9/00	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MOTOCICLETAS E MOTONETAS	S	N
MECÂNICO(A) DE VEÍCULOS	4520-0/01	SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO MECÂNICA DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
MERCEEIRO(A)/VENDEIRO(A)	4712-1/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE MERCADORIAS EM GERAL, COM PREDOMINÂNCIA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS - MINIMERCADOS, MERCEARIAS E ARMAZÉNS	N	S
MERGULHADOR(A) (ESCAFANDRISTA)	7490-1/02	ESCAFANDRIA E MERGULHO	S	N
MOENDEIRO(A)	1069-4/00	MOAGEM E FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE ORIGEM VEGETAL NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
MONTADOR(A) DE MÓVEIS	3329-5/01	SERVIÇOS DE MONTAGEM DE MÓVEIS DE QUALQUER MATERIAL	S	N
MONTADOR(A) E INSTALADOR DE SISTEMAS E EQUIPAMENTOS DE ILUMINAÇÃO E SINALIZAÇÃO EM VIAS PÚBLICAS, PORTOS E AEROPORTOS	4329-1/04	MONTAGEM E INSTALAÇÃO DE SISTEMAS E EQUIPAMENTOS DE ILUMINAÇÃO E SINALIZAÇÃO EM VIAS PÚBLICAS, PORTOS E AEROPORTOS	S	N
MOTOBOY	5320-2/02	SERVIÇOS DE ENTREGA RÁPIDA	S	N
MOTOTAXISTA	4923-0/01	SERVIÇO DE TAXI	S	N
MOVELEIRO(A)	3103-9/00	FABRICAÇÃO DE MÓVEIS DE OUTROS MATERIAIS, EXCETO MADEIRA E METAL	N	S
MOVELEIRO(A) DE MÓVEIS METÁLICOS	3102-1/00	FABRICAÇÃO DE MÓVEIS COM PREDOMINÂNCIA DE METAL	N	S
OLEIRO(A)	2342-7/02	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE CERÂMICA E BARRO COZIDO PARA USO NA CONSTRUÇÃO, EXCETO AZULEJOS E PISOS	N	S
OPERADOR(A) DE MARKETING DIRETO	7319-0/03	MARKETING DIRETO	S	N
ORGANIZADOR(A) DE EXCURSÕES EM VEÍCULO PRÓPRIO, MUNICIPAL	4929-9/03	ORGANIZAÇÃO DE EXCURSÕES EM VEÍCULOS RODOVIÁRIOS PRÓPRIOS, MUNICIPAL	S	N
OURIVES	9529-1/06	REPARAÇÃO DE JÓIAS	S	N
PADEIRO(A)	1091-1/01	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE PANIFICAÇÃO	N	S
PANFLETEIRO(A)	7319-0/02	PROMOÇÃO DE VENDAS	S	N
PAPELEIRO(A)	4761-0/03	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE PAPELARIA	N	S
PASTILHEIRO(A)	4330-4/05	APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS E DE RESINAS EM INTERIORES E EXTERIORES	S	N
PEDREIRO	4399-1/03	OBRAS DE ALVENARIA	S	N
PEIXEIRO(A)	4722-9/02	PEIXARIA	N	S

PERSONAL TRAINER (Incluído pela Resolução CGSN nº 111, de 2013)	9313-1/00	ATIVIDADES DE CONDICIONAMENTO FÍSICO	S	N
PINTOR(A) DE AUTOMÓVEIS	4520-0/02	SERVIÇOS DE LANTERNAGEM OU FUNILARIA E PINTURA DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
PINTOR(A) DE PAREDE	4330-4/04	SERVIÇOS DE PINTURA DE EDIFÍCIOS EM GERAL	S	N
PIPOQUEIRO(A)	5612-1/00	SERVIÇOS AMBULANTES DE ALIMENTAÇÃO	N	S
PIROTÉCNICO(A)	2092-4/02	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS PIROTÉCNICOS	N	S
PISCINEIRO(A) (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	8129-0/00	ATIVIDADES DE LIMPEZA NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
PIZZAIOLA(A) EM DOMICÍLIO	5620-1/02	SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO PARA EVENTOS E RECEPÇÕES - BUFÊ	S	S
POCEIRO/CISTERNEIRO/CACIMBEIRO	4399-1/05	PERFURAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE POÇOS DE ÁGUA	S	N
PRODUTOR DE PEDRAS PARA CONSTRUÇÃO, NÃO ASSOCIADA À EXTRAÇÃO	2391-5/02	APARELHAMENTO DE PEDRAS PARA CONSTRUÇÃO, EXCETO ASSOCIADO À EXTRAÇÃO	N	S
PROFESSOR(A) PARTICULAR	8599-6/99	OUTRAS ATIVIDADES DE ENSINO NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
PROMOTOR(A) DE EVENTOS	8230-0/01	SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS, CONGRESSOS, EXPOSIÇÕES E FESTAS	S	N
PROMOTOR(A) DE TURISMO LOCAL	7990-2/00	SERVIÇOS DE RESERVAS E OUTROS SERVIÇOS DE TURISMO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
PROMOTOR(A) DE VENDAS	7319-0/02	PROMOÇÃO DE VENDAS	S	N
PROPRIETÁRIO(A) DE ALBERGUE NÃO ASSISTENCIAL	5590-6/01	ALBERGUES, EXCETO ASSISTENCIAIS	S	N
PROPRIETÁRIO(A) DE BAR E CONGÊNERES	5611-2/02	BARES E OUTROS ESTABELECIMENTOS ESPECIALIZADOS EM SERVIR BEBIDAS	N	S
PROPRIETÁRIO(A) DE CAMPING	5590-6/02	CAMPINGS	S	N
PROPRIETÁRIO(A) DE CANTINAS	5620-1/03	CANTINAS - SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO PRIVATIVOS	N	S
PROPRIETÁRIO(A) DE CARRO DE SOM PARA FINS PUBLICITÁRIOS	7319-0/99	OUTRAS ATIVIDADES DE PUBLICIDADE NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE	S	N
PROPRIETÁRIO(A) DE CASA DE CHÁ	5611-2/03	LANCHONETES, CASAS DE CHÁ, DE SUCOS E SIMILARES	N	S
PROPRIETÁRIO(A) DE CASA DE SUCOS	5611-2/03	LANCHONETES, CASAS DE CHÁ, DE SUCOS E SIMILARES	N	S
PROPRIETÁRIO(A) DE CASAS DE FESTAS E EVENTOS	8230-0/02	CASAS DE FESTAS E EVENTOS	S	N
PROPRIETÁRIO(A) DE ESTACIONAMENTO DE VEÍCULOS	5223-1/00	ESTACIONAMENTO DE VEÍCULOS	S	N
PROPRIETÁRIO(A) DE FLIPERAMA	9329-8/04	EXPLORAÇÃO DE JOGOS ELETRÔNICOS RECREATIVOS	S	N
PROPRIETÁRIO(A) DE HOSPEDARIA	5590-6/99	OUTROS ALOJAMENTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
PROPRIETÁRIO(A) DE LANCHONETE	5611-2/03	LANCHONETES, CASAS DE CHÁ, DE SUCOS E SIMILARES	N	S
PROPRIETÁRIO(A) DE PENSÃO	5590-6/03	PENSÕES (ALOJAMENTO)	S	N
PROPRIETÁRIO(A) DE RESTAURANTE	5611-2/01	RESTAURANTES E SIMILARES	N	S
PROPRIETÁRIO(A) DE SALA DE ACESSO À INTERNET	8299-7/07	SALAS DE ACESSO À INTERNET	S	N
PROPRIETÁRIO(A) DE SALÃO DE JOGOS DE SINUCA E BILHAR	9329-8/03	EXPLORAÇÃO DE JOGOS DE SINUCA, BILHAR E SIMILARES	S	N
QUEIJEIRO(A)/ MANTEIGUEIRO(A)	1052-0/00	FABRICAÇÃO DE LATICÍNIOS	N	S
QUITANDEIRO(A)	4729-6/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS EM GERAL OU ESPECIALIZADO EM PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
QUITANDEIRO(A) AMBULANTE	5612-1/00	SERVIÇOS AMBULANTES DE ALIMENTAÇÃO	N	S
RECARREGADOR(A) DE CARTUCHOS PARA EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA	4751-2/02	RECARGA DE CARTUCHOS PARA EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA	S	S
RECICLADOR(A) DE BORRACHA, MADEIRA, PAPEL E VIDRO (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	3839-4/99	RECUPERAÇÃO DE MATERIAIS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	S
RECICLADOR (A) DE MATERIAIS METÁLICOS, EXCETO ALUMÍNIO (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	3831-9/99	RECUPERAÇÃO DE MATERIAIS METÁLICOS, EXCETO ALUMÍNIO	S	S
RECICLADOR (A) DE MATERIAIS PLÁSTICOS (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	3832-7/00	RECUPERAÇÃO DE MATERIAIS PLÁSTICOS	S	S
RECICLADOR (A) DE SUCATAS DE ALUMÍNIO (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	3831-9/01	RECUPERAÇÃO DE SUCATAS DE ALUMÍNIO	S	S
REDEIRO(A)	1353-7/00	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE CORDOARIA	N	S
RELOJOEIRO(A)	9529-1/03	REPARAÇÃO DE RELÓGIOS	S	N
REMOVEDOR E EXUMADOR DE CADÁVER	9603-3/99	ATIVIDADES FUNERÁRIAS E SERVIÇOS RELACIONADOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
RENDEIRO(A)	1359-6/00	FABRICAÇÃO DE OUTROS PRODUTOS TÊXTEIS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
REPARADOR(A) DE APARELHOS E EQUIPAMENTOS PARA DISTRIBUIÇÃO E CONTROLE DE ENERGIA ELÉTRICA	3313-9/99	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS, APARELHOS E MATERIAIS ELÉTRICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR (A) DE ARTIGOS DE TAPEÇARIA (Incluído pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	9529-1/05	REPARAÇÃO DE ARTIGOS DO MOBILIÁRIO	S	N

REPARADOR(A) DE ARTIGOS E ACESSÓRIOS DO VESTUÁRIO	9529-1/99	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE OUTROS OBJETOS E EQUIPAMENTOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE BALANÇAS INDUSTRIAIS E COMERCIAIS	3314-7/10	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA USO GERAL NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE BATERIAS E ACUMULADORES ELÉTRICOS, EXCETO PARA VEÍCULOS	3313-9/02	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE BATERIAS E ACUMULADORES ELÉTRICOS, EXCETO PARA VEÍCULOS	S	N
REPARADOR(A) DE BICICLETA	9529-1/04	REPARAÇÃO DE BICICLETAS, TRICICLOS E OUTROS VEÍCULOS NÃO-MOTORIZADOS	S	N
REPARADOR(A) DE BRINQUEDOS	9529-1/99	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE OUTROS OBJETOS E EQUIPAMENTOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE CORDAS, VELAMES E LONAS	3319-8/00	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE EMBARCAÇÕES PARA ESPORTE E LAZER	3317-1/02	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE EMBARCAÇÕES PARA ESPORTE E LAZER	S	N
REPARADOR(A) DE EQUIPAMENTOS ESPORTIVOS	9529-1/99	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE OUTROS OBJETOS E EQUIPAMENTOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE EQUIPAMENTOS HIDRÁULICOS E PNEUMÁTICOS, EXCETO VÁLVULAS	3314-7/02	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE EQUIPAMENTOS HIDRÁULICOS E PNEUMÁTICOS, EXCETO VÁLVULAS	S	N
REPARADOR(A) DE EQUIPAMENTOS MÉDICO-HOSPITALARES NÃO-ELETRÔNICOS	3319-8/00	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE EXTINTOR DE INCÊNDIO	3314-7/10	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA USO GERAL NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE FILTROS INDUSTRIAIS	3314-7/10	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA USO GERAL NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE GERADORES, TRANSFORMADORES E MOTORES ELÉTRICOS	3313-9/01	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE GERADORES, TRANSFORMADORES E MOTORES ELÉTRICOS	S	N
REPARADOR(A) DE GUARDA CHUVA E SOMBRINHAS	9529-1/99	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE OUTROS OBJETOS E EQUIPAMENTOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE INSTRUMENTOS MÚSICAIS	9529-1/99	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE OUTROS OBJETOS E EQUIPAMENTOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS DE ESCREVER, CALCULAR E DE OUTROS EQUIPAMENTOS NÃO-ELETRÔNICOS PARA ESCRITÓRIO	3314-7/09	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS DE ESCREVER, CALCULAR E DE OUTROS EQUIPAMENTOS NÃO-ELETRÔNICOS PARA ESCRITÓRIO	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS E APARELHOS DE REFRIGERAÇÃO E VENTILAÇÃO PARA USO INDUSTRIAL E COMERCIAL	3314-7/07	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS E APARELHOS DE REFRIGERAÇÃO E VENTILAÇÃO PARA USO INDUSTRIAL E COMERCIAL	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS E APARELHOS PARA A INDÚSTRIA GRÁFICA	3314-7/99	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE OUTRAS MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA USOS INDUSTRIAIS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA A INDÚSTRIA DA MADEIRA	3314-7/99	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE OUTRAS MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA USOS INDUSTRIAIS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA A INDÚSTRIA TÊXTIL, DO VESTUÁRIO, DO COURO E CALÇADOS	3314-7/20	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA A INDÚSTRIA TÊXTIL, DO VESTUÁRIO, DO COURO E CALÇADOS	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA AGRICULTURA E PECUÁRIA	3314-7/11	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA AGRICULTURA E PECUÁRIA	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA AS INDÚSTRIAS DE ALIMENTOS, BEBIDAS E FUMO	3314-7/19	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA AS INDÚSTRIAS DE ALIMENTOS, BEBIDAS E FUMO	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS MOTRIZES NÃO-ELÉTRICAS	3314-7/01	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS MOTRIZES NÃO-ELÉTRICAS	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS PARA BARES E LANCHONETES	3314-7/10	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA USO GERAL NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS PARA ENCADERNAÇÃO	3314-7/99	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE OUTRAS MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA USOS INDUSTRIAIS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE MÁQUINAS, APARELHOS E EQUIPAMENTOS PARA INSTALAÇÕES TÉRMICAS	3314-7/06	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MÁQUINAS, APARELHOS E EQUIPAMENTOS PARA INSTALAÇÕES TÉRMICAS	S	N
REPARADOR(A) DE MÓVEIS	9529-1/05	REPARAÇÃO DE ARTIGOS DO MOBILIÁRIO	S	N
REPARADOR(A) DE PANEIS (PANELEIRO)	9529-1/99	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE OUTROS OBJETOS E EQUIPAMENTOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N

REPARADOR(A) DE TANQUES, RESERVATÓRIOS METÁLICOS E CALDEIRAS, EXCETO PARA VEÍCULOS	3311-2/00	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE TANQUES, RESERVATÓRIOS METÁLICOS E CALDEIRAS, EXCETO PARA VEÍCULOS	S	N
REPARADOR(A) DE TOLDOS E PERSIANAS	9529-1/05	REPARAÇÃO DE ARTIGOS DO MOBILIÁRIO	S	N
REPARADOR(A) DE TONÉIS, BARRIS E PALETES DE MADEIRA	3319-8/00	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
REPARADOR(A) DE TRATORES AGRÍCOLAS	3314-7/12	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE TRATORES AGRÍCOLAS	S	N
REPARADOR(A) DE VEÍCULOS DE TRACÇÃO ANIMAL	3319-8/00	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
RESTAURADOR(A) DE INSTRUMENTOS MUSICAIS HISTÓRICOS	3319-8/00	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
RESTAURADOR(A) DE JOGOS ACIONADOS POR MOEDAS	3319-8/00	MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E PRODUTOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
RESTAURADOR(A) DE LIVROS	9529-1/99	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE OUTROS OBJETOS E EQUIPAMENTOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
RESTAURADOR(A) DE OBRAS DE ARTE	9002-7/02	RESTAURAÇÃO DE OBRAS DE ARTE	S	N
RESTAURADOR(A) DE PRÉDIOS HISTÓRICOS	9102-3/02	RESTAURAÇÃO E CONSERVAÇÃO DE LUGARES E PRÉDIOS HISTÓRICOS	S	N
RETIFICADOR(A) DE MOTORES PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES	2950-6/00	RECONDICIONAMENTO E RECUPERAÇÃO DE MOTORES PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
REVELADOR(A) FOTOGRAFICO	7420-0/03	LABORATÓRIOS FOTOGRAFICOS	S	N
SALGADEIRO(A)	5620-1/04	FORNECIMENTO DE ALIMENTOS PREPARADOS PREPONDERANTEMENTE PARA CONSUMO DOMICILIAR	N	S
SALINEIRO/EXTRATOR DE SAL MARINHO	0892-4/01	EXTRAÇÃO DE SAL MARINHO	N	S
SALSICHEIRO(A)/LINGUIÇEIRO(A)	1013-9/01	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE CARNE	N	S
SAPATEIRO(A)	9529-1/01	REPARAÇÃO DE CALÇADOS, DE BOLSAS E ARTIGOS DE VIAGEM	S	N
SEGURANÇA INDEPENDENTE (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	8011-1/01	ATIVIDADES DE VIGILÂNCIA E SEGURANÇA PRIVADA	S	N
SELEIRO(A)	1529-7/00	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE COURO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
SEPULTADOR	9603-3/03	SERVIÇOS DE SEPULTAMENTO	S	N
SERIGRAFISTA	1813-0/99	IMPRESSÃO DE MATERIAL PARA OUTROS USOS	S	S
SERIGRAFISTA PUBLICITÁRIO	1813-0/01	IMPRESSÃO DE MATERIAL PARA USO PUBLICITÁRIO	S	S
SERRALHEIRO (A), SOB ENCOMENDA OU NÃO (Redação dada pela Resolução CGSN nº 104, de 2012)	2542-0/00	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS DE SERRALHERIA, EXCETO ESQUADRIAS	S	S
SINTEQUEIRO(A)	4330-4/05	APLICAÇÃO DE REVESTIMENTOS E DE RESINAS EM INTERIORES E EXTERIORES	S	N
SOLDADOR(A) / BRASADOR(A)	2539-0/01	SERVIÇOS DE USINAGEM, TORNEARIA E SOLDA	S	N
SORVETEIRO(A)	4729-6/99	COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS EM GERAL OU ESPECIALIZADO EM PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	N	S
SORVETEIRO(A) AMBULANTE	5612-1/00	SERVIÇOS AMBULANTES DE ALIMENTAÇÃO	N	S
TANOEIRO(A)	1623-4/00	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE TANOARIA E DE EMBALAGENS DE MADEIRA	N	S
TAPECEIRO(A)	1352-9/00	FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE TAPEÇARIA	N	S
TATUADOR(A)	9609-2/06	SERVIÇOS DE TATUAGEM E COLOCAÇÃO DE PIERCING	S	N
TAXISTA	4923-0/01	SERVIÇO DE TÁXI	S	N
TECELÃO(Ã)	1322-7/00	TECELAGEM DE FIOS DE FIBRAS TÊXTEIS NATURAIS, EXCETO ALGODÃO	N	S
TECELÃO(A) DE ALGODÃO	1321-9/00	TECELAGEM DE FIOS DE ALGODÃO	N	S
TÉCNICO(A) DE SONORIZAÇÃO E DE ILUMINAÇÃO	9001-9/06	ATIVIDADES DE SONORIZAÇÃO E DE ILUMINAÇÃO	S	N
TÉCNICO(A) DE MANUTENÇÃO DE COMPUTADOR	9511-8/00	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE COMPUTADORES E DE EQUIPAMENTOS PERIFÉRICOS	S	N
TÉCNICO(A) DE MANUTENÇÃO DE ELETRODOMÉSTICOS	9521-5/00	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE EQUIPAMENTOS ELETROELETRÔNICOS DE USO PESSOAL E DOMÉSTICO	S	N
TÉCNICO(A) DE MANUTENÇÃO DE TELEFONIA	9512-6/00	REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE COMUNICAÇÃO	S	N
TELHADOR(A)	4399-1/99	SERVIÇOS ESPECIALIZADOS PARA CONSTRUÇÃO NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE	S	N
TINTUREIRO(A)	9601-7/02	TINTURARIAS	S	N
TORNEIRO(A) MECÂNICO	2539-0/01	SERVIÇOS DE USINAGEM, TORNEARIA E SOLDA	S	N
TOSADOR(A) DE ANIMAIS DOMÉSTICOS (Redação dada pela Resolução CGSN nº 117/2014)	9608-2/08 (Retificado no DOU de 22/12/2014, Seção 1, pág. 17)	HIGIENE E EMBELEZAMENTO DE ANIMAIS DOMÉSTICOS	S	N
TOSQUIADOR(A)	0162-8/02	SERVIÇO DE TOSQUIAMENTO DE OVINOS	S	N
TRANSPORTADOR(A) AQUAVIÁRIO PARA PASSEIOS TURÍSTICOS	5099-8/01	TRANSPORTE AQUAVIÁRIO PARA PASSEIOS TURÍSTICOS	S	N
TRANSPORTADOR(A) ESCOLAR	4924-8/00	TRANSPORTE ESCOLAR	S	N

TRANSPORTADOR(A) DE MUDANÇAS	4930-2/04	TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE MUDANÇAS	S	S
TRANSPORTADOR(A) INTERMUNICIPAL DE PASSAGEIROS SOB FRETE EM REGIÃO METROPOLITANA (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	4929-9/02	TRANSPORTE RODOVIÁRIO COLETIVO DE PASSAGEIROS, SOB REGIME DE FRETAMENTO, INTERMUNICIPAL, INTERESTADUAL E INTERNACIONAL	N	S
TRANSPORTADOR(A) INTERMUNICIPAL E INTERESTADUAL DE TRAVESSIA POR NAVEGAÇÃO FLUVIAL (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	5091-2/02	TRANSPORTE POR NAVEGAÇÃO DE TRAVESSIA, INTERMUNICIPAL, INTERESTADUAL E INTERNACIONAL	N	S
TRANSPORTADOR(A) MARÍTIMO DE CARGA	5011-4/01	TRANSPORTE MARÍTIMO DE CABOTAGEM - CARGA	N	S
TRANSPORTADOR(A) MUNICIPAL DE CARGAS NÃO PERIGOSAS(CARRETO)	4930-2/01	TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGA, EXCETO PRODUTOS PERIGOSOS E MUDANÇAS, MUNICIPAL	S	N
TRANSPORTADOR(A) MUNICIPAL DE PASSAGEIROS SOB FRETE	4929-9/01	TRANSPORTE RODOVIÁRIO COLETIVO DE PASSAGEIROS, SOB REGIME DE FRETAMENTO, MUNICIPAL	S	N
TRANSPORTADOR(A) MUNICIPAL DE TRAVESSIA POR NAVEGAÇÃO	5091-2/01	TRANSPORTE POR NAVEGAÇÃO DE TRAVESSIA, MUNICIPAL	S	N
TRANSPORTADOR(A) MUNICIPAL HIDROVIÁRIO DE CARGAS	5021-1/01	TRANSPORTE POR NAVEGAÇÃO INTERIOR DE CARGA, MUNICIPAL, EXCETO TRAVESSIA	S	N
TRICOTEIRO(A)	1422-3/00	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO, PRODUZIDOS EM MALHARIAS E TRICOTAGENS, EXCETO MEIAS	N	S
VASSOUREIRO(A)	3291-4/00	FABRICAÇÃO DE ESCOVAS, PINCÉIS E VASSOURAS	N	S
VENDEDOR(A) AMBULANTE DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS	5612-1/00	SERVIÇOS AMBULANTES DE ALIMENTAÇÃO	N	S
VENDEDOR(A) DE AVES VIVAS, COELHOS E OUTROS PEQUENOS ANIMAIS PARA ALIMENTAÇÃO	4724-5/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE HORTIFRUTIGRANJEIROS	N	S
VERDUREIRO	4724-5/00	COMÉRCIO VAREJISTA DE HORTIFRUTIGRANJEIROS	N	S
VIDRACEIRO DE AUTOMÓVEIS	4520-0/01	SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO MECÂNICA DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	S	N
VIDRACEIRO DE EDIFICAÇÕES	4330-4/99	OUTRAS OBRAS DE ACABAMENTO DA CONSTRUÇÃO	S	N
VIGILANTE INDEPENDENTE (Incluído pela Resolução CGSN nº 117/2014)	8011-1/01	ATIVIDADES DE VIGILÂNCIA E SEGURANÇA PRIVADA	S	N
VINAGREIRO	1099-6/01	FABRICAÇÃO DE VINAGRES	N	S