



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

MICHELY KLECI FARIAS TONÉ

**PIX UMA TECNOLOGIA INOVADORA PARA GESTÃO DE MICRO E
PEQUENOS NEGÓCIOS**

JOÃO PESSOA
2024

MICHELY KLECI FARIAS TONÉ

PIX UMA TECNOLOGIA INOVADORA PARA GESTÃO DE MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharela em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientadora: Prof^ª Dra. Maria de Fátima Silva Oliveira

**JOÃO PESSOA
2024**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Nilo Peçanha do IFPB, *campus* João Pessoa

T664p Toné, Michely Kleci Farias.

Pix uma tecnologia inovadora para gestão de micro e pequenos negócios / Michely Kleci Farias Toné. - 2024.
74 f. : il.

TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) –
Instituto Federal de Educação da Paraíba / Unidade
Acadêmica de Gestão e Negócios, 2024.

Orientação : Profa. Dra Maria de Fátima Silva Oliveira.

1. Inovação tecnológica - Pix. 2. Empreendedorismo.
3. Gestão de negócios. 4. Pequenas empresas. I. Título.

CDU 005.591.6(043)

Bibliotecária responsável: Lucrecia Camilo de Lima – CRB 15/132



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

FOLHA DE APROVAÇÃO

MICHELY KLECI FARIAS TONÉ
Matrícula 20202460001

**PIX UMA TECNOLOGIA INOVADORA PARA GESTÃO DE MICRO E PEQUENOS
NEGÓCIOS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em **17.09.2024**
no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso
Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de
Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: APROVADO

João Pessoa, 17.09.2024

BANCA EXAMINADORA:
(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Dra. Maria de Fátima Silva Oliveira (IFPB)
Orientador(a)

Me. Vilma Sousa Ismael da Costa (IFPB)
Examinador(a) interno(a)

Esp. Rosângela Madruga (IFPB)
Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Maria de Fatima Silva Oliveira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 17/09/2024 16:49:06.
- **Rosangela Madruga, COORDENADOR(A) - FG1 - CE-JP**, em 18/09/2024 08:23:23.
- **Vilma Sousa Ismael da Costa, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 22/09/2024 15:35:32.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 16/09/2024. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 606498

Código de Autenticação: 3bf609b64f



Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, JOAO PESSOA / PB, CEP 58015-435
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3612-1200

AGRADECIMENTOS

Primeiro, rendo graças a **Deus**, que me concede todos os dias o dom da vida. Sem Ele, nada do que foi feito seria possível. Obrigada, meu Paizinho, pelo privilégio de viver os meus sonhos na Tua presença. A Ti seja toda a honra, glória e louvor!

A conclusão deste trabalho representa o fim de uma etapa importante em minha vida acadêmica. Este percurso foi marcado por muitos desafios, aprendizado e crescimento pessoal e profissional. Muitas pessoas foram fundamentais durante essa trajetória e a elas expresso minha sincera gratidão.

Aos meus pais, **Juarez e Inácia**, pela educação, pelo apoio incondicional e pelos valores que sempre me transmitiram. Vocês são o motivo de eu estar aqui.

Ao meu esposo, **Marcos Toné**, por todo o apoio e compreensão ao longo desta jornada. Você é a minha metade, o meu ombro amigo. Obrigada por não permitir que eu desistisse!

Aos meus **amigos e colegas de curso**, pelo companheirismo, pelas trocas de conhecimentos e pelo incentivo durante todos esses anos. A amizade de vocês foi essencial para tornar essa jornada mais leve e prazerosa.

Aos meus **professores e orientadores**, em especial à **Dra. Maria de Fátima Silva Oliveira**, pela paciência, pelos ensinamentos, pela dedicação e por acreditar no meu potencial. Suas orientações foram fundamentais para a realização deste trabalho.

Ao **Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB**, pela oportunidade de crescimento acadêmico e profissional, e por proporcionar um ambiente de ensino de excelência.

Este trabalho é fruto do esforço coletivo e de todas as pessoas que, direta ou indiretamente, estiveram ao meu lado. Muito obrigada!

**“Cresçam, porém, na graça e no conhecimento de nosso Senhor e Salvador Jesus Cristo. A ele seja a glória, agora e para sempre!”
Amém.**

(2 Pedro 3:18)

RESUMO

O cenário econômico brasileiro tem se mostrado dinâmico, com um aumento expressivo na criação de novas empresas. Em 2023, foram registradas 3.868.687 novas empresas, refletindo um crescimento de 0,7% em relação ao ano anterior. A maioria dessas empresas atua nos setores de comércio e serviços, representando 81,7% do mercado. Para se destacar nesse ambiente competitivo, é essencial investir em inovação e oferecer produtos exclusivos. Nesse contexto, o empreendedorismo e a inovação desempenham papéis cruciais ao impulsionar o desenvolvimento econômico, criando empregos e promovendo mudanças sociais. A introdução do PIX no setor financeiro brasileiro em 2020 exemplifica uma inovação que agiliza transferências eletrônicas de recursos, beneficiando o desenvolvimento econômico das empresas. Este estudo investiga, sob a ótica do empreendedorismo, os efeitos do PIX como tecnologia inovadora na gestão de pequenos negócios, analisando seu impacto em termos de oportunidade, inovação, eficiência e competitividade. A metodologia empregada foi um estudo de caso com abordagem exploratória e descritiva, utilizando uma amostra por conveniência. A pesquisa abrange micro e pequenos negócios caracterizados como comércios de quiosques na praia de Cabo Branco, João Pessoa - Paraíba, focando-se em um quiosque específico. Foram coletados dados junto aos três funcionários e ao dono do quiosque por meio de questionários e um roteiro de observação para captar a percepção sobre os efeitos do PIX na gestão. A análise qualitativa adotada forneceu uma visão interpretativa e holística dos fenômenos estudados. Os resultados obtidos mostraram que a adoção do PIX modernizou operações, melhorou a eficiência e aumentou a satisfação dos clientes, mas apesar dos benefícios, o PIX não é uma vantagem competitiva por si só, pois a competitividade depende de vários fatores. O estudo sugere que as empresas precisam estar preparadas para desafios como a resistência à mudança tecnológica. Para aprofundar a análise, estudos futuros com amostras maiores e métricas quantitativas são recomendados.

Palavras-chave: Pix. Empreendedorismo. Gestão de Negócios. Inovação.

ABSTRACT

The Brazilian economic scenario has been impressive, with a significant increase in the creation of new companies. In 2023, 3,868,687 new companies were registered, reflecting a growth of 0.7% compared to the previous year. The majority of these companies operate in the commerce and services sectors, representing 81.7% of the market. To stand out in this competitive environment, it is essential to invest in innovation and offer exclusive products. In this context, entrepreneurship and innovation play crucial roles in contributing to economic development, creating jobs and promoting social change. The introduction of PIX in the Brazilian financial sector in 2020 exemplifies an innovation that speeds up electronic transfers of resources, benefiting the economic development of companies. This study aims to investigate, from an entrepreneurship perspective, the effects of PIX as an innovative technology in small business management, analyzing its impact in terms of opportunity, innovation, efficiency and competitiveness. The methodology used was a case study with an exploratory and descriptive approach, using a convenience sample. The research covers micro and small businesses characterized as kiosk businesses on Cabo Branco beach, João Pessoa - Paraíba, focusing on a specific kiosk. Data were collected from three employees and the kiosk owner through questionnaires and an observation guide to capture their perception of the effects of PIX on management. The qualitative analysis carried out resulted in an interpretative and holistic view of the observations studied. The results obtained demonstrated that the adoption of PIX modernized operations, improved efficiency and increased customer satisfaction, but despite the benefits, PIX is not a competitive advantage in itself, as competitiveness depends on several factors. The study suggests that companies need to be prepared for challenges such as resistance to technological change. To deepen the analysis, future studies with larger and quantitative samples are recommended.

Keywords: Pix. Entrepreneurship. Business management. Innovation.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Meios de pagamentos e transferências em quantidades.....	29
Quadro 2 - Benefícios do PIX.....	32
Quadro 3 - Características entre PIX, TED e DOC.....	34
Quadro 4 - Tarifas das transferências via PIX pessoa jurídica.....	35
Quadro 5 - Novas funcionalidades previstas para o PIX.....	39
Quadro 6 - Introdução ao uso do PIX.....	46
Quadro 7 - Desafios e oportunidades na implantação do PIX pelo negócio.....	49
Quadro 8 - Fraude com pagamentos feitos com PIX.....	52
Quadro 9 - Taxação do PIX.....	53
Quadro 10 - Distribuição dos métodos de pagamento.....	54
Quadro 11 - Implementação do PIX como tecnologia inovadora.....	56

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Símbolo e logotipo do PIX.....	27
Figura 2 - Principal forma de pagamento utilizadas.....	30
Figura 3 - Funcionalidade do PIX saque e PIX troco.....	36
Figura 4 - Quantidade de transações do tipo PIX saque e PIX troco.....	37
Figura 5 - Visão especialistas sobre o PIX.....	40

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BC:	Banco Central (BC)
BCB:	Banco Central do Brasil
CadÚnico:	Cadastro Único
DOC:	Documento de Crédito).
EPP:	pequenas empresas (EPP)
FEBRABAN:	Federação Brasileira de Bancos
GEM:	Global Entrepreneurship Monitor
ME:	Microempresas (ME)
MVP:	mínimo produto viável (MVP)
NFC:	Near Field Communication
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
RCF:	Relatório de Cidadania Financeira
SERASA:	Serviço de Assessoria e Análises de Crédito S.A.
TEC	Transferência Especial de Crédito
TED:	Transferência Eletrônica Disponível)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 OBJETIVO GERAL:	14
1.1.1 Objetivos Específicos:	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS	16
2.2 INOVAÇÃO NOS PEQUENOS NEGÓCIOS	19
2.2.1 Os tipos de inovação aplicáveis aos micros e pequenos negócios.....	21
2.2.2 A inovação de produto	22
2.2.3 Inovação de processo.....	22
2.2.4 Inovação de marketing.....	23
2.2.5 Inovação organizacional	24
2.3 PIX UMA TECNOLOGIA INOVADORA PARA OS MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS	25
2.3.1 Contextualização do PIX como inovação tecnológica.....	25
2.3.2 Adoção e utilização do PIX pelos consumidores	26
2.3.3 Impacto do PIX nas transações financeiras.....	27
2.4 PIX E SUA INFLUÊNCIA NA GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS.....	30
2.4.1 Objetivos do PIX: na perspectiva da oportunidade.....	31
2.4.2 Benefícios do PIX como oportunidade	32
2.4.3 Comparando a eficiência do PIX com outras formas de pagamento	33
2.4.4 O PIX como elemento de competitividade e eficiência	34
2.5 AGENDA EVOLUTIVA: APRIMORAMENTO DO SISTEMA DE PAGAMENTOS PIX	36
2.5.1 PIX saque e PIX Troco	36
2.5.2 Boleto PIX: Pagamentos com Conveniência e Segurança Digital.....	38
2.5.3 Desafios e Oportunidades	38
3 METODOLOGIA.....	41
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	41
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA	42
3.3 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS DA PESQUISA.....	43
3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS.....	43
4 ESTUDOS DE CASO: O PIX NA GESTÃO DE NEGÓCIOS.....	45
4.1 CARACTERÍSTICAS DO QUIOSQUE/RESTAURANTE.....	45

4.2 CONTEXTUALIZAÇÃO E INTRODUÇÃO AO USO DO PIX.....	45
4.2.1 Influência do PIX na eficiência operacional	47
4.2.2 Relacionamento com os clientes e competitividade	47
4.2.3 Desafios e oportunidades com a implantação do PIX pelo negócio	48
4.3 DESAFIOS E OPORTUNIDADES NA ADOÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS. ...	52
4.3.2 Análise da eficiência e impacto do PIX nas operações.....	52
4.3.3 Possível impacto na taxação do PIX	53
4.4 ADOÇÃO DO PIX COMO TECNOLOGIA INOVADORA	55
4.4.1 Avaliação do impacto do PIX no quiosque	57
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59
REFERÊNCIAS.....	61

1 INTRODUÇÃO

O cenário econômico brasileiro tem mostrado um dinamismo significativo, especialmente no que se refere à criação de novas empresas. Dados recentes do Governo Federal revelam que, em 2023, foram abertas 3.868.687 empresas no Brasil, representando um aumento de 0,7% em comparação ao ano anterior (BRASIL, 2024). Esse crescimento, predominantemente no setor de comércio e prestação de serviços, que corresponde a 81,7% das empresas em funcionamento no país, indica não apenas uma expansão do mercado, mas também um aumento da competitividade. Nesse contexto, torna-se imperativo para as empresas se destacarem por meio da inovação, oferecendo produtos e serviços únicos que possam atrair e reter clientes. Tidd e Bessant (2019) destacam que o empreendedorismo está estreitamente vinculado à inovação, onde empreendedores atuam como agentes de mudança ao introduzir novos produtos, serviços e processos no mercado. Este ambiente dinâmico e em crescimento oferece oportunidades para aqueles que estão atentos às necessidades do mercado, permitindo que prosperem em um cenário empresarial em constante evolução.

O empreendedorismo se apresenta como um impulsionador para o desenvolvimento econômico e social, desempenhando um papel crucial na criação de empregos, no avanço da inovação e na promoção de mudanças significativas na sociedade. Ele representa a ação de indivíduos que, por serem visionários, identificaram oportunidades, inovaram em seus processos, produtos ou serviços, e mobilizaram recursos de maneira eficaz para transformar sonhos em realidade (Brasil, 2024)

Nesse contexto, a gestão de negócios com a inclusão de elementos, como a Inovação, o desenvolvimento de oportunidades, recursos e Gestão de Riscos é essencial. Essa base sólida, que conta com a premissa de diversos autores, (Schumpeter, 1982; Drucker, 1987; Dornelas, 2008; Bessant, 2015) é a estrutura responsável pelo equilíbrio e a sustentação dos empreendimentos. A gestão de negócios, quando utiliza esses elementos, torna-se um fator-chave para o sucesso do empreendimento. Ela não apenas viabiliza a implementação de inovações, mas também assegura o uso eficiente de recursos e a identificação de oportunidades, ao mesmo tempo em que gerencia os riscos inerentes ao ambiente empresarial.

Kotler et al. (2017) afirmam que a gestão de negócios se concentra em executar o planejamento para atingir objetivos organizacionais, integrando conhecimentos de áreas como marketing, finanças e logística. Os gestores são responsáveis por identificar fraquezas,

promover treinamentos e sugerir novas ferramentas para otimizar o trabalho, além de gerar soluções com produtividade e lucratividade, considerando também os aspectos humanos da administração. A gestão envolve o gerenciamento de recursos materiais, financeiros, humanos, tecnológicos e de informação (Chiavenato, 2014). Uma gestão eficaz pode criar um ambiente propício para a inovação, conforme preconizado por Peter Drucker (1987), pois ela é a ferramenta específica dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente, ela é "passível de ser apresentada como uma disciplina, a ser aprendida, e praticada" (Drucker, 1987, p. 86)

Considerando o contexto da gestão de negócios, uma das inovações mais marcantes nos últimos anos ocorreu no setor financeiro brasileiro com a introdução do sistema de pagamentos instantâneos denominado PIX. Em 16 de novembro de 2020, o Banco Central do Brasil lançou o PIX. Essa inovação permite transferências eletrônicas de recursos com processamento em poucos segundos ou até em tempo real. O serviço opera 24 horas por dia, incluindo fins de semana e feriados. (BCB/RCF, 2021, p.121)

O PIX surgiu como uma tecnologia inovadora, um elemento "catalisador", dentro de uma perspectiva do empreendedorismo, apresentando-se como um agente transformador na forma como as empresas gerenciam seus recursos, estratégias e relacionamentos, oferecendo oportunidades significativas para os micros e pequenos empreendedores. Representa ainda, uma mudança no acesso e na velocidade dos meios eletrônicos e instantâneos de pagamentos e transferências bancárias, pilares fundamentais numa sociedade cada vez mais tecnológica. No caso do PIX, a agilidade nas transações ultrapassou os modelos de gestão tradicionais, fazendo com que as empresas reavaliassem a forma como executam suas estratégias financeiras e de comercialização.

Portanto, entender o PIX não apenas como uma ferramenta de pagamento, mas como uma tecnologia inovadora capaz de redefinir modelos de negócios, é essencial para uma análise completa de seu impacto na gestão de micro e pequenos negócios. Diante dessa perspectiva de inovação trazida pelo PIX, emerge uma problemática central que guiará esta pesquisa: sendo a velocidade e a acessibilidade oferecidas pelo PIX elementos que, à primeira vista, parecem inegavelmente benéficos, como a agilidade nas transações se traduz em ganhos tangíveis para a gestão de negócios de uma empresa? Ou seja, de que maneira o PIX, enquanto tecnologia inovadora, beneficia efetivamente a gestão de negócios na perspectiva de oportunidade, inovação, eficiência e competitividade? Essa problemática produz uma série de outros

questionamentos pertinentes ao entendimento dos impactos práticos e conceituais dessa tecnologia inovadora nas empresas.

A pesquisa sobre os impactos do PIX na gestão de negócios é importante para diversos segmentos do mercado, incluindo os stakeholders das organizações, empresários, gestores, acadêmicos e até mesmo o Banco Central, que é o responsável pela implementação do sistema. Além disso, conhecer como o sistema beneficia efetivamente a gestão de negócios na perspectiva de oportunidade, inovação, eficiência e competitividade, pode proporcionar insights valiosos para o aprimoramento das estratégias empresariais.

A pesquisa se justifica por se compreender que o PIX influencia as relações com os clientes e que a sua contribuição para a competitividade das empresas são elementos estratégicos de inovação importantes na sociedade em que vivemos.

Portanto, a presente pesquisa visa preencher uma lacuna no conhecimento ao abordar a interseção entre o PIX, inovação, empreendedorismo e gestão de negócios, fornecendo informações valiosas através da revisão da literatura existente sobre o tema e dos insights teóricos e contextuais relevantes para embasar a análise dos resultados. A pesquisa também inclui um estudo de caso de uma micro empresa que implementou com sucesso o PIX em sua gestão de processos. Sendo assim, os resultados desta pesquisa podem orientar decisões estratégicas e estimular a inovação empresarial em um contexto de constante evolução tecnológica.

1.1 OBJETIVO GERAL:

Investigar, sob a ótica do empreendedorismo, os efeitos do PIX como tecnologia inovadora na gestão de pequenos negócios, analisando de que maneira o PIX impacta na dinâmica empreendedora: oportunidade, inovação, eficiência e competitividade de um micro e pequena empresa

1.1.1 Objetivos Específicos:

1. Identificar como a incorporação do PIX no processo organizacional, representou uma oportunidade e inovação para micro e pequenos negócios;
2. Avaliar como a rapidez e eficiência do PIX nas transações financeiras impactam a agilidade dos processos operacionais de uma micro e pequena empresa.
3. Compreender como o PIX influencia as relações com os clientes, explorando de que maneira essa inovação tecnológica impacta na competitividade da empresa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica deste trabalho explora a influência do PIX na gestão de pequenos negócios, adotando uma perspectiva empreendedora que focaliza oportunidade, inovação, eficiência e competitividade. Em meio à crescente adoção do PIX, especialmente por micro e pequenas empresas, este estudo busca compreender de que maneira essa tecnologia influencia no gerenciamento dos processos desses negócios e avalia a evolução do PIX desde sua implementação. Os conceitos-chave, tratados aqui, como: inovação, oportunidade e eficiência, são definidos, fornecendo uma base conceitual sólida. A revisão da literatura abrange estudos sobre o empreendedorismo e os impactos do PIX como uma tecnologia inovadora na gestão de pequenos negócios, examinando como o PIX influencia nos diversos aspectos da atividade empreendedora.

2.1 EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS

A relação entre empreendedorismo e gestão de negócios é fundamental para o desenvolvimento sustentável das empresas na dinâmica atual do mercado. Enquanto o empreendedorismo tem em sua essência a busca por *oportunidades* e a coragem para transformar ideias em empreendimentos, a gestão de negócios entra em cena para moldar essas iniciativas de maneira estratégica, eficiente e sustentável.

Os empreendedores, ao lançarem-se em novos empreendimentos, necessitam de habilidades de gestão para organizar recursos, tomar decisões fundamentadas e criar um ambiente propício ao crescimento. De acordo com Bessant e Tidd (2015, p. 8) "o problema de uma pessoa é a oportunidade da outra", ou seja, dificuldades ou desafios enfrentados por alguém podem representar oportunidades valiosas para outra pessoa, especialmente para empreendedores, onde alguns veem problemas, os empreendedores veem potenciais oportunidades de criar soluções inovadoras.

Neste sentido, a competência empreendedora é vital para a sobrevivência das empresas em um contexto de mudanças rápidas e mudanças constantes. Peter Ducker (1987, p. 200), na década de 90 já alertava que as empresas não sobreviveriam a períodos de mudanças velozes e inovação sem a competência empreendedora, o autor sugeriu que, em um ambiente

empresarial dinâmico, as organizações precisam incorporar habilidades e mentalidade empreendedoras para se adaptarem e prosperarem.

Para Dornelas (2005, p.28) “o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riquezas.” A gestão eficaz de um negócio implica em estratégias para lidar com desafios, alocar recursos de forma otimizada e manter a empresa adaptável às mudanças do ambiente competitivo, o que só é possível com a gestão empreendedora. A conexão entre empreendedorismo e gestão de negócios não apenas potencializa a capacidade de inovação, mas também assegura a viabilidade e a longevidade das empresas.

Conforme dados da pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2023), houve uma queda na taxa de empreendedores nascentes (em fase de preparação do negócio ou com no máximo 3 meses de existência), que apesar de ter apresentado um ligeiro aumento de 7,5% em 2022 para 7,7% em 2023, ainda está abaixo dos níveis pré-pandemia. Isso indica dificuldades contínuas para novos empreendedores se estabelecerem no mercado. A gestão empreendedora, com sua ênfase na inovação e na adaptação rápida, é fundamental para superar essas dificuldades e garantir que novos negócios não apenas sobrevivam, mas prosperem em um ambiente competitivo. A capacidade de identificar oportunidades e implementar mudanças necessárias para a sustentabilidade do negócio é crucial para enfrentar os desafios apontados pelo relatório GEM, reforçando a importância de uma abordagem empreendedora na gestão de negócios.

Esses dados refletem a transição de um empreendedorismo mais voltado à necessidade para um empreendedorismo orientado pela oportunidade. Esse cenário está alinhado com a visão de Peter Drucker (1987), que destaca a importância da gestão empreendedora para transformar empresas em entidades inovadoras e adaptáveis. O autor enfatizou que o empreendedorismo não é apenas sobre iniciar novos empreendimentos, mas também sobre a capacidade de identificar e aproveitar oportunidades, além de assumir riscos calculados para alcançar resultados.

Os micros e pequenos negócios são essenciais para a economia brasileira, representando a maioria dos negócios no país e geram uma parcela significativa dos empregos formais. Elas são caracterizadas por uma estrutura enxuta e por serem geridas, em muitos casos, pelos

próprios donos. De acordo com a Lei Complementar nº 123, de 2006, os micros e pequenos negócios são definidos com base no faturamento anual. Microempresas (ME) são aquelas com receita bruta anual de até R\$ 360 mil, enquanto pequenas empresas (EPP) têm receita bruta anual entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões. (Brasil, 2006, Art. 3º)

A importância dessas empresas vai além do aspecto econômico, pois também promovem a inovação, a variedade empresarial e o desenvolvimento local, contribuindo para a redução da desigualdade social e econômica. Chiavenato (2006, p. 12) expressa que “o avanço da economia depende dos pequenos negócios, que respondem por grande parte da geração de empregos, das inovações, do pagamento de impostos e da riqueza das nações.” Quanto à gestão desses empreendimentos, eles envolvem desafios específicos, pois são empresas que possuem características diferentes das grandes empresas. Além disso, os gestores precisam ter uma visão ampla e diversificada para lidar com as diversas áreas de operação da empresa e enfrentar a volatilidade do mercado, dentre outros.

A gestão empreendedora reforça esta abordagem, destacando a inovação e a adaptação, utilizando conhecimentos de múltiplas disciplinas para criar novos produtos ou serviços e lidar com as incertezas do mercado (Ries, 2012). A liderança e a motivação são igualmente importantes em ambas as gestões. A gestão de negócios enfatiza o papel do gestor em liderar equipes, motivar funcionários e criar um ambiente de trabalho positivo, focando na eficiência operacional e no alcance dos objetivos (Chiavenato, 2014). A gestão empreendedora promove uma cultura de inovação e empreendedorismo, onde a liderança inspira criatividade, proatividade e busca por novas oportunidades (Drucker, 1985).

Segundo Ries (2012), a gestão empreendedora é fundamental para o sucesso de novas empresas, com foco na inovação contínua, na rápida adaptação e na aprendizagem contínua. O autor propõe uma abordagem sistemática e eficaz para a gestão de startups, enfatizando a importância de desenvolver produtos que atendam diretamente às necessidades do mercado e minimizem o desperdício. Ele acredita que o ciclo construir-medir-aprender é a base da gestão empreendedora. Ele aconselha startups a criarem um mínimo produto viável (MVP), testá-lo com usuários reais e aprender com os resultados. “MVP é aquela versão do produto que permite uma volta completa do ciclo construir-medir-aprender, com o mínimo de esforço e o menor tempo de desenvolvimento.” (RIES, 2012, p. 58). Esse ciclo iterativo permite que os empreendedores façam ajustes rápidos e contínuos com base no feedback dos clientes, minimizando riscos e desperdícios.

Peter Drucker (1987), ressalta que a gestão empreendedora requer diretrizes e práticas em quatro áreas principais: primeiramente, a organização deve acolher a inovação e enxergar a mudança como uma oportunidade. Em segundo lugar, é essencial medir sistematicamente ou, no mínimo, apreciar o desempenho da empresa em termos de empreendedorismo e inovação, além de buscar constantemente aprender para aprimorar esse desempenho. Em terceiro lugar, a gestão empreendedora requer práticas específicas relacionadas à estrutura organizacional, ao recrutamento e gestão de pessoal, bem como à remuneração e incentivos (Drucker, 1987, p. 209-210).

As empresas que não desenvolvem essas competências correm o risco de se tornarem obsoletas, incapazes de competir eficazmente ou de enfrentar os desafios emergentes. Como diz Drucker (1987, p. 208) “A empresa que não inova inevitavelmente envelhece e declina”. Essa capacidade de diferenciação no mercado e resposta eficaz às necessidades, estabelece uma interligação crucial entre empreendedorismo e inovação.

No próximo tópico, a discussão sobre inovação nos pequenos negócios é crucial para entendermos a importância desse elemento para a gestão desses negócios.

2.2 INOVAÇÃO NOS PEQUENOS NEGÓCIOS

Tidd, Bessant e Pavitt (2005) destacam a importância da inovação e da adaptação contínua às mudanças no ambiente empresarial. Empresas que sobrevivem por um longo período de tempo, demonstram que a longevidade está associada à capacidade contínua de inovação. Essas organizações aprenderam a gerenciar e repetir o processo de inovação ao longo do tempo, indicando que a persistência e o desenvolvimento de habilidades são mais importantes do que simplesmente contar com a sorte. Da mesma forma, empreendedores de sucesso acumulam experiência e habilidades ao longo do tempo, permitindo-lhes fundar e gerir vários negócios com êxito. (Tidd e Bessant, 2015, p. 15).

O fato de serem micro e pequenos negócios, não quer dizer que essas empresas não podem estruturar práticas de gestão de inovação. No entanto, o sucesso na gestão da inovação depende da legitimidade dos dirigentes e de certas características nas estratégias competitivas e de inovação, como experiência no setor, capacidade de aprender com erros, motivação, bons

relacionamentos interpessoais e percepção de oportunidades para impulsionar inovações e crescimento contínuo (Vilha, 2010).

Os recursos e as competências de inovação da empresa são elementos chave para gerar inovações com sucesso (Vilha, 2013). A inovação representa a ferramenta exclusiva dos empreendedores, sendo o meio pelo qual eles exploram as mudanças como oportunidades para gerenciar negócios ou serviços distintos (Drucker, 1987). Contudo, a inovação depende da maneira como todo esse processo é conduzido; ou seja, seu desempenho depende do seu gerenciamento. A inovação pode aumentar a competitividade e isso é benéfico para o mercado como um todo, pois estimula a renovação contínua e a capacidade de competição das empresas. (Dornelas, 2005)

Sendo assim, os micros e pequenos negócios não estão impedidos de implementar práticas de gestão de inovação. Para Vilha, (2013) é fundamental que os líderes da empresa tenham legitimidade e demonstrem certas características, como experiência no setor, capacidade de aprendizado, motivação e habilidades interpessoais, o autor ressalta ainda a importância do desenvolvimento de competências ao longo do tempo e da colaboração com fornecedores e clientes para impulsionar a inovação; necessidade de mobilizar recursos financeiros e promover a geração de ideias; o desenvolvimento de projetos e a gestão do conhecimento, para garantir o sucesso das estratégias inovadoras nas empresas de pequeno e médio porte.(Vilha, 2013, p. 122)

Enquanto Vilha destaca a importância do líder empresarial, Schumpeter (1986) cujos estudos ganharam relevância no campo do empreendedorismo e da inovação, atribui a inovação como algo inerente ao empreendedor. A capacidade de empreender está relacionada às características do indivíduo, aos seus valores e modo de pensar e agir (Schumpeter, 1986). Segundo o autor, o empreendedor é um agente de mudanças que gera novos negócios na economia por meio da inovação oportuna, mesmo sem ser dono do capital. Esse processo, denominado de "destruição criativa", se refere ao processo no qual a inovação substitui métodos antigos por novos. O empreendedor, quando confrontado com uma oportunidade, persiste em seus esforços para atingir seus objetivos, identificando, organizando recursos e conduzindo o desempenho da organização (Dornelas, 2008).

São muitos os conceitos atribuídos à inovação, bem como os elementos que caracterizam o conceito de inovação. Sendo assim, Iglesias e Oliveira (2015) enfatizam que a inovação no empreendedorismo envolve aproveitar oportunidades que resultem em benefícios

tanto para o empreendedor quanto para o seu negócio, visíveis através dos diferenciais competitivos que proporcionam. As características distintas da inovação incluem mudança, utilidade, criatividade, novidade e oportunidade. A inovação é um processo de desenvolvimento criativo que gera mudanças úteis para a sociedade ou ambiente, através da implementação de algo novo e diferente, originado pela identificação de oportunidades. Pode abranger produtos, processos, organizações e comportamentos, sendo dinâmica e baseada no conhecimento. Nesse sentido, a ação empreendedora pode ser interpretada como uma forma de inovação (Iglesias e Oliveira 2015).

A inovação, segundo Dornelas (2005) é concebida como um dos pilares fundamentais do empreendedorismo, tem o poder de aumentar a competitividade das empresas. Para Tajra (2019), “a inovação consiste em introduzir novidades em diversas atividades humanas, independentemente de serem de natureza econômica ou não.” Ainda conforme a autora, no âmbito empresarial, “inovar requer a exploração e a liberdade para criar”, ou seja, inovar implica em realizar algo de uma maneira inédita no contexto da empresa, podendo representar uma alteração de grande impacto ou não (Tajra, 2019, p. 87).

2.2.1 Os tipos de inovação aplicáveis aos micros e pequenos negócios

O avanço tecnológico das últimas décadas transformou a maneira como vendemos, consumimos e vivemos, criando uma cultura que muitas vezes confunde inovação com tecnologia. Existem dois tipos de inovação: incremental e radical. A inovação incremental envolve pequenas melhorias em produtos ou processos já existentes, enquanto a inovação radical ou disruptiva introduz algo totalmente novo, alterando significativamente a forma como produtos ou serviços são consumidos.

O Manual de Oslo, documento elaborado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), oferece diretrizes para coletar e interpretar dados sobre inovação. Ele é usado por governos e organizações para medir e entender processos inovadores, abrangendo definições, tipos de inovação e metodologias de coleta de dados. De acordo com o manual, “a inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas

relações externas” (Manual de Oslo, 2005, p. 55). O Manual de Oslo apresenta quatro tipos de inovação: de produto, de processo, de marketing e organizacional.

2.2.2 A inovação de produto

O conceito de inovação de produto, conforme delineado pelo Manual de Oslo (2005) abrange a introdução de melhorias e novidades em bens ou serviços, como especificações técnicas, componentes, materiais, software e facilidade de uso. Essas melhorias visam aprimorar a competitividade das empresas no mercado e atender às demandas dos consumidores. Para micro e pequenos negócios, a inovação de produto pode ser crucial para conquistar novos clientes, manter-se relevante no mercado e impulsionar o crescimento do negócio. Exemplos disso incluem o desenvolvimento de novas funcionalidades em produtos de tecnologia ou a introdução de ingredientes diferenciados em produtos alimentícios, seguindo as tendências do mercado e atendendo às necessidades dos consumidores.

Assim, a inovação de produto se mostra como uma estratégia essencial para os micros e pequenos negócios se destacarem em um ambiente empresarial competitivo. Um exemplo prático da inovação de produtos seria o lançamento de um aplicativo móvel para uma empresa de entregas de comida, oferecendo funcionalidades como rastreamento de pedidos e opções de pagamento diversificadas. Isso não só melhora a experiência do cliente, mas também aumenta a eficiência operacional da empresa, impulsionando seu crescimento no mercado.

2.2.3 Inovação de processo

Quanto à inovação de processos, o Manual de Oslo conceitua como sendo a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou softwares. A inovação de processo é particularmente relevante para micro e pequenas empresas, pois pode ajudá-las a melhorar sua eficiência operacional, reduzir custos, aumentar a qualidade dos produtos ou serviços e responder mais rapidamente às demandas do mercado. Por exemplo, uma pequena fábrica pode implementar um novo método de produção automatizada para aumentar sua produtividade e reduzir erros.

Da mesma forma, uma empresa de logística pode adotar um novo sistema de rastreamento de mercadorias para melhorar a eficiência de sua cadeia de suprimentos. Essas mudanças nos processos podem ser essenciais para o progresso das micro e pequenas empresas, permitindo-lhes competir de forma mais eficaz no mercado.

Kotler e Bes (2011) destacam que uma empresa inovadora é aquela que integra e executa regularmente processos de inovação, enquanto Chiavenato (2014) ressalta a importância da gestão de processos para coordenar e otimizar as atividades organizacionais.

Em um contexto de uma micro e pequena empresa, é de extrema importância enfatizar a necessidade de definir responsabilidades, estabelecer padrões de desempenho e buscar melhorias contínuas para alcançar os objetivos estratégicos da organização. Além disso, Deming (1982) enfatiza a importância de entender e gerenciar os processos, argumentando que muitos problemas surgem devido a falhas nos processos, não nas pessoas que os executam, destacando a liderança, o envolvimento dos funcionários e a cultura de melhoria contínua como elementos fundamentais para o sucesso organizacional.

2.2.4 Inovação de marketing

No que se refere a inovação de marketing, o Manual de Oslo (2005) conceitua como sendo a implementação de um novo método de marketing com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços.

A inovações de marketing, proposta pelo Manual de Oslo visa atender melhor às necessidades dos consumidores, abrir novos mercados ou reposicionar produtos no mercado para aumentar as vendas. Uma característica distintiva dessas inovações é a implementação de métodos de marketing que não foram utilizados anteriormente pela empresa, representando um distanciamento significativo dos métodos existentes. Isso pode envolver a adoção de novos conceitos ou estratégias de marketing desenvolvidos pela empresa inovadora ou adotados por outras organizações (Manual de Oslo, 2018, p. 60)

Uma empresa que antes se baseava em publicidade impressa e televisiva para promover seus produtos reconheceu a mudança no comportamento do consumidor e o impacto crescente das mídias sociais, e, decide adotar uma estratégia de marketing digital abrangente,

concentrando-se na produção de conteúdo relevante e interativo para plataformas como Facebook, Instagram e TikTok, está realizando uma inovação em marketing. Essa mudança representa uma resposta às novas demandas do mercado, visando aprimorar o engajamento com o público-alvo e expandir sua presença online para alcançar melhores resultados de marketing.

As inovações de marketing, especialmente aquelas voltadas para o ambiente digital, permitem que as empresas alcancem um público mais amplo e melhorem sua visibilidade no mercado. Marketing, portanto, é uma função organizacional e “um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles de modo que beneficie a organização e seu público interessado.” (Keller e Kotler, 2006, p. 4)

2.2.5 Inovação organizacional

Em relação à inovação organizacional, o manual de Oslo (2018, p. 61) define como sendo a aplicação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas. Segundo Chiavenato (2014), a organização do trabalho tem um impacto significativo na eficiência e eficácia das operações de uma empresa, afetando diretamente sua competitividade e capacidade de inovação.

Um exemplo de inovação organizacional no local de trabalho é citado por Tidd e Bessant (2015), que destacam a importância de modelos organizacionais que promovam a autonomia dos funcionários na tomada de decisões e incentivem a colaboração e a criatividade. Essa abordagem, conhecida como descentralização das atividades de grupo, permite que os trabalhadores contribuam com suas ideias e experiências, resultando em soluções inovadoras e adaptáveis às necessidades do mercado. Um exemplo prático do conceito da abordagem conhecida como descentralização das atividades de grupo, são os modelos de trabalho remoto ou home office.

Segundo Drucker (2017) As inovações organizacionais podem envolver a integração de diferentes áreas de negócio, o autor ressalta que a integração entre engenharia, desenvolvimento e produção pode melhorar a coordenação e a eficiência das operações, permitindo uma resposta mais ágil às demandas do mercado e reduzindo o tempo de lançamento de novos produtos.

2.3 PIX UMA TECNOLOGIA INOVADORA PARA OS MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS

2.3.1 Contextualização do PIX como inovação tecnológica

A inovação tecnológica, de acordo com o Manual de Oslo (2005), refere-se à implementação de um novo produto ou processo significativamente melhorado. Essas inovações devem ser novas para a empresa, não necessariamente para o mercado, e devem ter sido introduzidas no mercado (inovações de produto) ou no processo de produção (inovações de processo). O PIX, por exemplo, introduz uma nova forma de realizar pagamentos e transferências instantâneas, melhorando a eficiência e rapidez das transações financeiras.

O PIX representa uma infraestrutura de pagamentos de caráter público, estabelecida, gerida e supervisionada pelo Banco Central do Brasil. Seu surgimento em 2020 trouxe consigo a capacidade de processamento instantâneo e ininterrupto de transações financeiras, operando 24 horas por dia, 7 dias por semana, durante todo o ano. O desenvolvimento do PIX está alinhado com o avanço tecnológico no setor bancário, que está impulsionando mudanças significativas. Em muitos países, os avanços em capacidade de processamento, criptografia, big data e inteligência artificial, juntamente com melhorias na conectividade à internet e maior acesso a smartphones, têm permitido o surgimento de produtos e serviços financeiros inovadores (Banco Central do Brasil, 2024)

A introdução do PIX, ocorreu no auge da pandemia de Covid-19. Durante esse período, consumidores brasileiros que anteriormente dependiam de compras presenciais e métodos tradicionais de pagamento, como dinheiro e cartões, começaram a utilizar diversas tecnologias, incluindo QR Codes, Cartões NFC (Near Field Communication) e, principalmente, o PIX, em suas atividades diárias. Esse fenômeno foi impulsionado pela crescente digitalização das compras, transações e comércio eletrônico, acelerada pela pandemia. A agilidade proporcionada pelo PIX transcende os modelos de gestão tradicionais, compelindo as empresas a reavaliar suas estratégias financeiras (Banco Central do Brasil, 2024). Ele representou uma mudança na forma de operacionalização de pagamentos através do uso da tecnologia de pagamentos instantâneos. Essa tecnologia permite a realização de transações financeiras em tempo real, utilizando a infraestrutura do Banco Central do Brasil para processar as transferências eletrônicas entre diferentes instituições financeiras e de pagamento.

2.3.2 Adoção e utilização do PIX pelos consumidores

De acordo com o Relatório de Cidadania Financeira, (2021, p. 40) o PIX foi lançado com o potencial de democratizar “o acesso aos serviços de pagamento eletrônico no país e incentivar ainda mais a entrega digital de serviços financeiros para a população de baixa renda”. Conforme o relatório, após poucos meses de implantação, os dados de utilização do PIX pelo público de baixa renda já demonstram seu potencial de mudança. “Em março de 2021, 34,9% da população adulta do CadÚnico já tinha cadastrado pelo menos uma chave PIX, 21,4% já havia enviado um PIX e 24,6% já tinha recebido” (Relatório de Cidadania Financeira, 2021, p. 40).

Com o PIX, usuários dos serviços bancários intensificaram a realização de transações em tempo real. O PIX é um meio de pagamento criado pelo Banco Central (BC) em que os recursos são transferidos entre contas seja conta corrente, conta poupança ou conta de pagamento pré-paga, em poucos segundos, a qualquer hora ou dia. Essa dinâmica aumentou a expectativa em torno da velocidade, disponibilidade, segurança e eficiência em relação aos serviços bancários. O PIX vem sendo amplamente adotado pela sociedade brasileira. Em 31 de março de 2021, apenas quatro meses e meio após o início de sua operação, existiam 206,6 milhões de chaves PIX registradas. (BCB, Relatório de Cidadania Financeira, 2021).

O registro das Chaves PIX (como número de telefone celular, e-mail, CPF, CNPJ) teve início no dia 5 de outubro de 2020, e o lançamento oficial do sistema de pagamentos ocorreu no dia 16 de novembro de 2020. A chave PIX representa um conjunto de informações necessárias para a identificação de uma conta transacional em um participante do PIX. “A chave PIX pode ser de cinco tipos: (1) endereço de e-mail, (2) número de telefone celular, (3) CPF (4) CNPJ e (5) chave aleatória (um conjunto aleatório de caracteres gerados pelo sistema).” (BCB/RCF, 2021, p.121) Sendo assim, qualquer pessoa que possua um app ou internet bank do seu banco em seu celular pode fazer transferências e receber pagamentos via PIX.

Consequentemente, as instituições financeiras e de pagamento que estão habilitadas a oferecer o serviço PIX aos seus clientes devem seguir os requisitos estabelecidos para a oferta do serviço aos usuários finais, conforme descrito no Capítulo XIV da Resolução BCB nº 1, de 2020, que institui o arranjo de pagamentos PIX e aprova seu regulamento, bem como no documento de Requisitos Mínimos para a Experiência do Usuário, disponível no site do BCB na seção do PIX. Esses requisitos incluem proporcionar uma experiência que seja simples,

intuitiva, segura, clara, ágil, precisa, transparente, conveniente e com opções de transações de fácil acesso. Além disso, os participantes devem usar a marca PIX em conformidade com os termos da Resolução BCB nº 1, de 2020, e com o Manual de Uso da Marca, também disponível no site do BCB na página do PIX.

Figura 1- Símbolo e logotipo do PIX



Fonte: BCB, 2024

O símbolo do PIX é formado por um ícone que lembra uma chave ou um cadeado, simbolizando segurança e proteção. Além disso, é visualmente simples e moderno, facilitando o reconhecimento. O design do ícone transmite a ideia de acesso fácil e seguro às transações financeiras (BCB, 2024).

A marca PIX foi concebida para ser prontamente reconhecível e memorável. A escolha da tipografia e das cores visa transmitir modernidade, eficiência e confiabilidade. A predominância da cor verde no logotipo sugere inovação, crescimento e estabilidade. A marca inclui o nome "pix" em letras minúsculas, buscando transmitir acessibilidade e simplicidade.

2.3.3 Impacto do PIX nas transações financeiras

Dados da pesquisa da FEBRABAN de maio de 2024 revelou que o Pix consolidou sua adoção no mercado brasileiro, atingiu maturidade e continua crescendo: em 2023, as instituições participantes relataram um aumento de 16% no total de usuários cadastrados. Segundo dados do Banco Central, a ferramenta foi responsável por adicionar 71,5 milhões de

usuários ao sistema financeiro nacional. Segundo a pesquisa, quase metade do total de usuários cadastrados no Pix realiza em torno de 30 transações mensais para pessoas físicas e 50 transações mensais para pessoas jurídicas. O número de transações com o Pix cresceu 74% entre 2022 e 2023, passando de 24,1 bilhões para 41,9 bilhões, segundo dados do Banco Central, fomentando a inclusão de pessoas ao sistema bancário.

Em 2023, o Pix movimentou R\$ 14,4 trilhões, refletindo um aumento significativo em comparação aos R\$ 10,9 trilhões movimentados em 2022. Dentre as características que tornam o Pix com a aceitação que ele tem hoje entre os seus usuários está a rapidez de suas transações, visto que os recursos são disponíveis para o seu recebedor em tempo real; o sistema fica disponível 24 horas por dia, durante toda a semana, inclusive feriados; é gratuito para pessoa física pagadora, para outros casos o custo é baixo; as empresas têm adotado medidas para garantir a segurança das transações; a estrutura ampla de participação, possibilita pagamentos entre outras instituições (BCB, 2024).

Desde seu lançamento em 16 de novembro de 2020, o PIX rapidamente ultrapassou as transações realizadas com DOC (Documento de Crédito). Em janeiro de 2021, o PIX superou as transações com TED (Transferência Eletrônica Disponível) e, em março do mesmo ano, ultrapassou o número de transações feitas com boletos. Em maio, o PIX já havia superado a soma de todas essas modalidades.

Em relação aos cartões, o PIX superou as operações de débito em janeiro de 2022 e, em fevereiro, ultrapassou as transações com cartões de crédito. Walter Faria, diretor-adjunto de Serviços da Febraban, avalia que:

"Desde o seu lançamento, o PIX tem se mostrado uma importante oportunidade para o Brasil reduzir a necessidade do uso de dinheiro em espécie em transações comerciais e também se tornou uma importante ferramenta para impulsionar a bancarização no país, trazendo novos clientes para o sistema financeiro. Suas operações continuam em ascensão e batem consecutivos recordes." (Febraban, 2023).

Segundo o Banco Central, o PIX foi responsável por incluir 71,5 milhões de usuários no sistema financeiro. O levantamento indica que a população está utilizando o PIX principalmente para pagamentos de menor valor, conforme previsto durante seu lançamento, o que tem acelerado o aumento no número de transações. Esses são pagamentos diários e rotineiros, com um tíquete médio de R\$ 420,00 no ano passado.

O PIX concluiu o ano de 2023 com quase 42 bilhões de transações, reafirmando sua posição como o método de pagamento mais utilizado no Brasil. Houve um crescimento de 75% em relação ao ano anterior, destacando a eficiência e a ampla aceitação dessa ferramenta, que proporcionou conveniência e facilidade aos clientes em suas operações financeiras diárias (BCB, 2024).

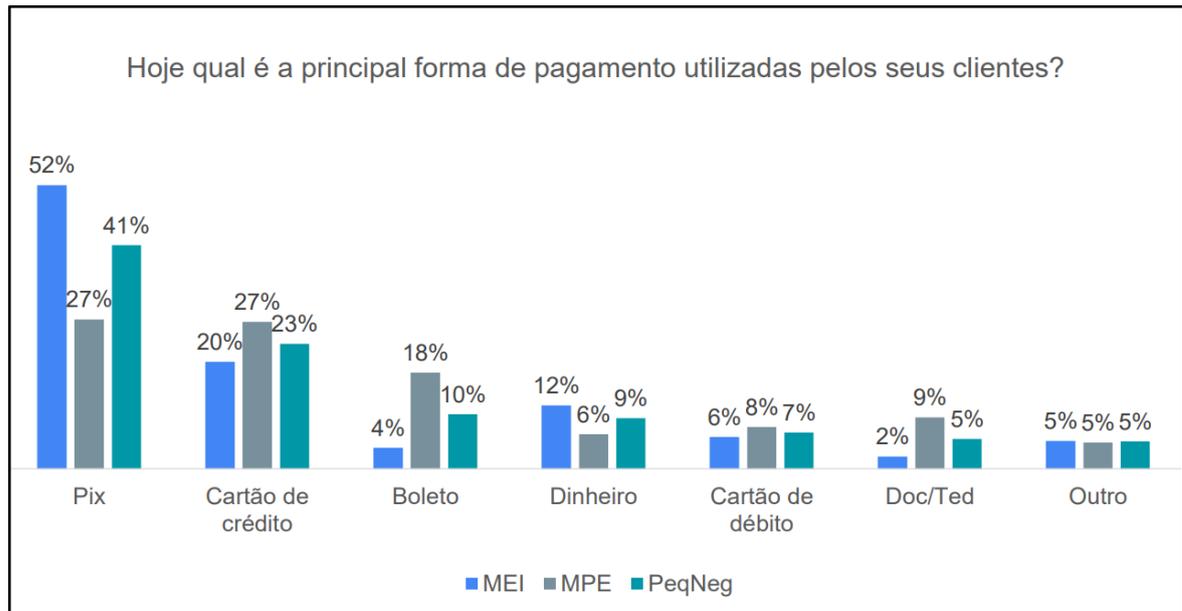
Quadro 1 - Meios de pagamentos e transferências em quantidades

MÉTODOS	2022	2023	2024
PIX	1.925.887,77	3.296.756,82	5.278.326,88
BOLETO	350.345,01	348.653,58	327.754,93
DOC	6.785,49	3.810,60	0
TED	84.009,11	73.637,38	63.599,32
TEC	692,63	710,66	0
CHEQUE	15.759,32	12.898,39	9.642,76

Fonte: Adaptado do Banco Central, 2024.

O sucesso do PIX pode ser atribuído à sua conveniência e facilidade, que têm transformado as operações financeiras diárias dos clientes. Esse sucesso é evidenciado pelo crescimento significativo do PIX ao longo dos anos, com um aumento de 71,1% em relação a 2022 e de 60,2% em relação a 2023. Observa-se também que a eliminação dos DOCs e TECs pode ser atribuída ao crescimento de métodos de pagamento mais rápidos e eficientes. No que diz respeito aos cheques, boletos e TEDs, percebe-se que seu uso está diminuindo de maneira constante, refletindo uma tendência geral de transição para métodos digitais mais ágeis.

Estes dados complementam com a terceira edição da pesquisa "Pulso dos Pequenos Negócios", realizada pelo SEBRAE no período de 24 de abril a 02 de maio de 2025 que entrevistou um total de 7.537 empresários de todos os estados do Brasil e do Distrito Federal. A pesquisa indica que o PIX é a principal forma de pagamento utilizada pelos clientes dos Pequenos Negócios, principalmente pelos clientes MEI seguida de cartão de crédito, como mostra a figura abaixo:

Figura 2 - Principal forma de pagamento utilizadas

Fonte: Pesquisa Pulso dos Pequenos Negócios (Sebrae, 2023).

Essas informações representam uma mudança significativa para os micros e pequenos negócios, pois indicam uma crescente adoção e uso do PIX pelos consumidores. Para essas empresas, isso pode significar facilidade e agilidade nas transações, competitividade, redução de custos e incentivo a digitalização.

Sendo assim, o PIX não deve ser considerado meramente como uma ferramenta de pagamento, mas sim como uma tecnologia capaz de redefinir modelos de negócios, uma vez que pequenos empreendedores, que muitas vezes encontram dificuldades para abrir contas bancárias ou lidar com intermediários de pagamento, podem usar o PIX para simplificar o recebimento de dinheiro. Isso abre espaço para que novos negócios surjam e transformem o mercado, oferecendo oportunidades significativas para os empresários inovadores.

2.4 PIX E SUA INFLUÊNCIA NA GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS

O PIX revolucionou o sistema financeiro brasileiro ao simplificar as operações para micro e pequenas empresas, superando métodos tradicionais como TED e DOC, mas também permite transações em tempo real, independentemente do dia ou horário, e entre diferentes

instituições financeiras. Além disso, por estar integrado aos canais bancários já utilizados pelos usuários, o PIX se tornou amplamente acessível através da maioria dos bancos no país. Com a popularização dos dispositivos móveis, há uma transição do comércio eletrônico para o móvel, exigindo sistemas de pagamento mais simples e intuitivos para atender às demandas do mercado atual. (Sebrae, 2023).

2.4.1 Objetivos do PIX: na perspectiva da oportunidade

Conforme o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, os consumidores estão buscando processos de checkout cada vez mais simples e intuitivos. Por isso, é fundamental que os sistemas de pagamento evoluam para atender às demandas do mercado atual, que está acompanhando a tendência de adoção de dispositivos móveis pela população brasileira (Sebrae, 2023). Isso está impulsionando uma transição gradual do comércio eletrônico para o comércio móvel. De acordo com o Relatório de Gestão do PIX, 2022, o PIX foi criado com os seguintes objetivos:

- Diminuir o uso de dinheiro em espécie e promover maior digitalização dos meios de pagamento;
- Fomentar a competição e promover a eficiência do mercado de pagamentos de varejo;
- Incentivar a inovação e viabilizar novos modelos de negócio, não apenas na indústria financeira e de pagamentos, mas também nas demais atividades da economia real;
- Democratizar o acesso a meios eletrônicos de pagamento e contribuir para a inclusão financeira e digital;
- Reduzir o custo das transações eletrônicas; e
- Oferecer uma experiência, no uso de meios eletrônicos, simples, segura e sem fricções (Banco Central, 2022, pg. 6).

Esse modelo de inovação ajuda as micro e pequenas empresas a se adaptarem a um ambiente financeiro digitalizado, alcançarem mais clientes e melhorarem sua competitividade no mercado, pois simplificam transações financeiras, promovem competição justa, incentivam inovação, ampliam acesso aos serviços financeiros, reduzem custos e proporcionam uma experiência de pagamento mais fácil e segura.

2.4.2 Benefícios do PIX como oportunidade

Para os recebedores, a vantagem principal é a liberação imediata dos fundos em suas contas. No ambiente comercial, simplifica o processo de confirmação de pagamento, seja no caixa de uma loja física ou em compras online. Além de ter um custo mais baixo para os comerciantes em comparação com outros métodos eletrônicos de pagamento. Também é fácil integrá-lo aos sistemas de automação e conciliação de pagamentos, tornando o processo mais eficiente e conveniente para os usuários. Outros benefícios do PIX podem ser observados no Quadro 2.

Quadro 2 - Benefícios do PIX

PARA PAGADORES	PARA RECEBEDORES	PARA A ECONOMIA BRASILEIRA
É mais veloz do que as transferências de crédito atualmente em uso, tais como TED, DOC e boleto.	O custo para aceitar pagamentos é reduzido em comparação com outros métodos eletrônicos, devido à presença de menos intermediários na cadeia de transações.	Estímulo à adoção de meios de pagamento digitais, cujos custos sociais são mais baixos em comparação com o uso de dinheiro físico, resultando em uma economia mais eficiente.
Iniciação mais descomplicada, necessitando apenas do uso do telefone celular.	A prontidão dos recursos disponíveis tende a reduzir a dependência de crédito.	A capacidade de rastrear transações possibilita uma prevenção mais eficaz da lavagem de dinheiro.
Mais conveniente. Permite o início através da leitura de um código QR ou com um simples clique na lista de contatos.	Simplicidade na automatização de procedimentos, na conciliação de pagamentos e na integração de sistemas.	Aumento da concorrência no setor de pagamentos no varejo, estimulando a disponibilidade de serviços de maior qualidade a preços mais acessíveis, gerando impactos positivos, inclusive em outras formas de pagamento.
Menos dispendioso, devido à inclusão de gratuidades para o início.	Facilidade e rapidez no checkout.	Encorajamento para a entrada de novos participantes, inclusive aqueles que estão fora do sistema financeiro, promovendo a competição
. Aviso de finalização da transação.	Aviso de finalização da transação.	Possibilidade de aumento da inclusão financeira, graças a um ambiente com uma variedade maior de provedores, capazes de atender a nichos de mercado específicos, e com custos mais baixos para iniciar e aceitar transações.

Fonte: Elaborado pelo autor com base no BCB, (2022).

De acordo com o Febraban (2023), a redução de custos no setor do varejo, com intermediários, é destacada como uma vantagem significativa tanto para os comerciantes como para os clientes. Para os clientes, o PIX facilita o acesso a transações rápidas e seguras, promovendo a inclusão financeira daqueles que possuem contas em bancos ou outras instituições, mesmo que anteriormente não tivessem acesso facilitado a serviços bancários. Nas lojas, o PIX não altera muito, sendo uma alternativa ao cartão de débito e reduzindo o uso de dinheiro em espécie. No e-commerce, antes, os clientes que optavam por pagar com boleto enfrentavam esperas de até quatro dias para compensação bancária, agora a resposta leva apenas 10 segundos, o que melhora a velocidade do atendimento ao cliente e reduz os custos operacionais (Febraban, 2023).

A redução dos custos operacionais também favorece o aumento das receitas da empresa, uma vez que elimina as despesas financeiras associadas a outros tipos de transações. Os recursos que antes eram destinados a taxas e tarifas agora podem ser direcionados para fortalecer o resultado financeiro da empresa.

A digitalização dos meios de pagamento também melhora a experiência de compra dos clientes. Com transações mais rápidas e seguras, os consumidores ficam mais propensos a retornar ao estabelecimento, aumentando a fidelidade e, conseqüentemente, as receitas. Além disso, o PIX libera recursos que podem ser investidos em projetos que geram inovação e melhoram processos, impulsionando a transformação digital das micro e pequenas empresas. Diante disso, o Pix tem impacto direto no fluxo de caixa das micro e pequenas empresas, uma vez que, os pagamentos são processados instantaneamente, os recursos ficam disponíveis em questão de segundos, o que contribui para um fluxo de caixa mais fluido e reduz a necessidade de reservas para cobrir inadimplências (BCB, 2020).

2.4.3 Comparando a eficiência do PIX com outras formas de pagamento

Portanto, o PIX se mostra como uma ferramenta eficiente, além de oferecer alternativas que facilitam a transferências, utilizando chaves como e-mail, telefone e CPF, permitindo a leitura de QR Codes para transações. O PIX possibilita transferências a qualquer momento, embora com limitações de número de transações durante a noite. Em contrapartida, TED e o DOC (Documento de Ordem de Crédito) oferecem opções mais tradicionais, com prazos de

transferência distintos e taxas variáveis, requerendo informações detalhadas do beneficiário e com limites específicos de valor diário, como mostra o Quadro 3 com as principais características entre o PIX, TED E O DOC.

Quadro 3 - Características entre PIX, TED e DOC

PIX	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagamento instantâneo ● Chaves: Email, telefone e CPF ● Permite escanear QR Code ● Transferência somente pelo celular ● Sem limite de valor, mas com restrições de número de transações a noite ● Sem taxa de operação
TED	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagamento instantâneo se feito antes das 17 horas ● Se passar do horário, realizado no dia seguinte ● É preciso ter CPT/CNPJ, nome do branco, nº da agência e da conta de quem recebe o dinheiro ● Taxa varia de R\$2 a R\$ 20 (pode ser gratuito)
DOC	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagamento feito 1 dia útil depois da transferência ● Se realizado depois das 21h59, demora 2 dias úteis ● é preciso ter CPF/CNPJ, nome do branco, nº da agência e da conta de quem recebe o dinheiro ● limite de R\$ 4.999,99 por dia ● Taxa varia de R\$ 10 a R\$ 18 (pode ser gratuito)

Fonte: Elaborado pelo autor com base no Bacen, 2022.

Essas informações são extremamente relevantes para as micro e pequenas empresas, pois afetam diretamente a forma como elas conduzem as transações financeiras e interagem com seus clientes. Por outro lado, existem limitações e restrições associadas a cada forma de pagamento. Por exemplo, o limite de transações durante a noite no PIX pode impactar a disponibilidade de pagamento para alguns clientes. Da mesma forma, as taxas e os prazos de transferência do TED e do DOC podem influenciar a preferência dos clientes por esses métodos de pagamento.

2.4.4 O PIX como elemento de competitividade e eficiência

Os dados relativos às tarifas aplicadas nas transferências via PIX constituem uma importante fonte de informação para micro e pequenas empresas em diversos aspectos. A análise dessas informações possibilita às empresas identificar potenciais oportunidades de economia significativa de custos, especialmente quando comparadas as condições oferecidas por diferentes instituições bancárias. A escolha por instituições que não impõem tarifas pelo

uso do PIX não apenas implica em uma economia direta para as empresas, mas também reflete uma postura inovadora e alinhada com as demandas dos clientes por serviços financeiros mais acessíveis e eficientes. No Quadro 4 há um levantamento da cobrança de tarifas por transferências via PIX (Pessoa Jurídica) das principais instituições bancárias.

Quadro 4 - Tarifas das transferências via PIX pessoa jurídica

BANCO	TARIFA	MÍNIMO	MÁXIMO	PIX SAQUE	PIX TROCO
Banco do Brasil	0,99% do Valor da Transação	R\$ 1,00	R\$ 10,00	R\$ 2,90	R\$ 2,90
Bradesco	1,40% do Valor da Transação	R\$ 1,65	R\$ 9,00	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Itaú	1,45% do Valor da Transação	R\$ 1,75	R\$ 9,60	-	-
Santander	1,40% do Valor da Transação	R\$ 1,75	R\$ 9,60	2,50	2,50
Nubank, C6 Bank, Inter, Mercado Pago, Contabilizei, bank	Não há cobrança de taxa				

Fonte: Elaborado pelo autor com base em tarifas dos bancos em 2024.

Essa decisão estratégica não só promove uma gestão financeira mais eficiente, permitindo uma alocação mais criteriosa de recursos, como também fortalece a competitividade das micro e pequenas empresas no mercado, possibilitando a oferta de preços mais competitivos e aumentando a margem de lucro. Assim, compreender e utilizar esses dados de tarifas de transferência via PIX torna-se essencial para que as micro e pequenas empresas possam maximizar suas oportunidades de mercado, inovar em seus serviços, operar com eficiência e competir de maneira eficaz no cenário empresarial contemporâneo.

2.5 AGENDA EVOLUTIVA: APRIMORAMENTO DO SISTEMA DE PAGAMENTOS PIX

A agenda evolutiva do PIX refere-se ao conjunto de planos e metas para o desenvolvimento contínuo e aprimoramento do sistema de pagamentos PIX. Desde o seu lançamento a ferramenta tem passado por diversas fases de implementação e aprimoramento. Além do aprimoramento dos produtos já disponíveis, novas funcionalidades e novos produtos serão agregados nos próximos anos, promovendo a evolução contínua e permanente do PIX de forma a atender cada vez melhor às necessidades de pagamento de pessoas, de empresas e de entes governamentais. (BCB, 2022, p. 27).

2.5.1 PIX saque e PIX Troco

Atendendo às diretrizes da Agenda Evolutiva do PIX, a Resolução BCB nº 150, de 22 de outubro de 2021, estabelece os serviços de PIX Saque e PIX Troco, ampliando as funcionalidades do sistema. O PIX Saque permite que os usuários realizem saques de dinheiro em estabelecimentos comerciais participantes, utilizando apenas o aplicativo do banco ou instituição financeira para realizar a transação. Já o PIX Troco possibilita que os clientes realizem pagamentos em estabelecimentos comerciais e recebam o troco de forma digital, sem a necessidade de dinheiro físico. Ambas as funcionalidades visam aumentar a conveniência e a eficiência das transações financeiras como mostra a imagem abaixo:

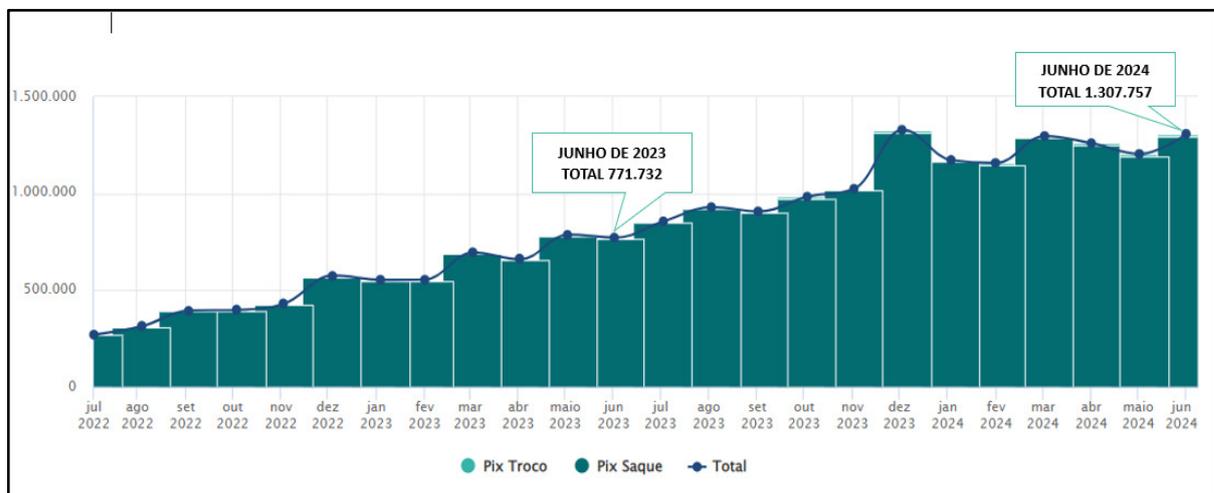
Figura 3 - Funcionalidade do PIX saque e PIX troco



Fonte: Banco Central, 2024.

O PIX Saque e o PIX Troco representam inovações significativas para micro e pequenos comerciantes, oferecendo oportunidades de aumento da competitividade no mercado. Essas funcionalidades proporcionam uma experiência de pagamento mais conveniente e eficiente para os clientes, permitindo que realizem saques de dinheiro ou recebam troco de forma digital, sem a necessidade de dinheiro em espécie. Isso não apenas agiliza as transações financeiras, mas também reduz os custos operacionais relacionados ao manuseio e armazenamento de dinheiro físico, além de proporcionar maior segurança para o estabelecimento. A figura abaixo apresenta um gráfico com a quantidade de transações PIX Saque e PIX Troco liquidadas nos meses de junho de 2023 e junho de 2024.

Figura 4 - Quantidade de transações do tipo PIX saque e PIX troco



Fonte: BCB, (2024).

Os dados demonstram que num período de um ano, houve um aumento de aproximadamente 69,46% na aceitação dessa funcionalidade por parte dos usuários. Dessa forma, ao oferecer essas opções de pagamento inovadoras, os micros e pequenos comerciantes podem atrair mais clientes, aumentar a fidelidade do público e se destacar da concorrência, contribuindo para o crescimento e o sucesso de seus negócios em um mercado cada vez mais competitivo e digitalizado.

2.5.2 Boleto PIX: Pagamentos com Conveniência e Segurança Digital

A força do PIX é inegável, mas é fundamental entender como as outras formas de pagamento estão se digitalizando. O boleto, por exemplo, escolheu somar forças com o PIX. Entre julho de 2023 e março de 2024, mais de 42 milhões de boletos foram pagos com QR Code, reduzindo o tempo de compensação bancária e melhorando a experiência do cliente.

O Boleto PIX, que unifica dois dos métodos de pagamento preferidos pelos brasileiros, facilita as transações. No período entre julho de 2023 e março de 2024, foram realizadas mais de 345 milhões de transações com boletos, movimentando mais de 49 bilhões de reais. Desses, 42 bilhões foram pagos com QR Code, representando 1,5% do total de pagamentos realizados no país no período.

O Boleto Pix é uma funcionalidade do PIX que melhora a experiência de pagamento e impulsiona a digitalização principalmente dos micros e pequenos negócios. Ao integrar pagamentos via boleto e PIX, a empresa oferece uma solução unificada que combina a conveniência do boleto com a rapidez e segurança do PIX. Essa modalidade de pagamento proporciona uma experiência mais moderna e conveniente, atraindo e fidelizando clientes, além de impulsionar as vendas online e offline.

2.5.3 Desafios e Oportunidades

Diante do cenário apresentado, podemos concluir que o empreendedorismo e a gestão de pequenos negócios são pilares para o fortalecimento da economia e o avanço do desenvolvimento social e que a capacidade de inovação é de extrema importância para os micros e pequenos negócios, pois a capacidade inovadora permite uma rápida adaptação às mudanças do mercado e a exploração de novas oportunidades. A inovação dentro dos pequenos negócios não só eleva a competitividade, como também impulsiona a geração de empregos e a diversificação econômica.

Sendo o Pix uma ferramenta de inovação nos meios de pagamentos e transferências, apresenta às empresas um cenário misto de desafios e oportunidades. Conforme a Agenda Evolutiva do PIX, como dito anteriormente, estão previstas novas funcionalidades que irão reduzir a dependência de métodos de pagamento tradicionais, como boletos e cartões de crédito,

simplificando as transações financeiras e reduzindo os custos operacionais. Algumas dessas funcionalidades estão descritas no Quadro 5 abaixo.

Quadro 5 - Novas funcionalidades previstas para o PIX

FUNCIONALIDADE	DESCRIÇÃO
PIX por Aproximação	Os pagamentos poderão ser efetuados diretamente sem necessidade de abrir o aplicativo da instituição financeira.
PIX Internacional	Funcionalidade que possibilitará o uso do sistema instantâneo de pagamentos de forma ampla em outros países. A implantação da nova ferramenta está sendo possibilitada pela abertura da nova lei cambial que entrou em vigor em 2023.
PIX Automático	Esta funcionalidade visa simplificar os pagamentos recorrentes. Com as novas regras, a funcionalidade de recorrência, que atualmente é opcional, passará a ser obrigatória a partir do lançamento.
PIX Garantido	Essa funcionalidade permitirá que os consumidores realizem compras mesmo sem saldo suficiente na conta, através de um sistema de parcelamento administrado pelo Banco Central.

Fonte: Elaborado pelo autor com base no BCB, 2024.

Neste caso, a ampla adoção do PIX surge como oportunidade para desenvolver modelos de negócios e serviços financeiros inovadores. Empresas e empreendedores podem utilizar a infraestrutura do PIX para criar soluções de pagamento personalizadas, aplicativos de gestão financeira e plataformas de comércio eletrônico condizentes com as necessidades da empresa. Essas oportunidades tanto beneficiam as empresas, que poderão explorar novas fontes de receita quanto os consumidores, que terão mais escolhas e conveniência.

Especialistas projetam que o PIX continuará a expandir sua presença no Brasil, tornando-se ainda mais central no ecossistema de pagamentos, como mostra a figura abaixo:

Figura 5 - Visão especialistas sobre o PIX



Fonte: Adaptado com base no PIX hoje e Agenda Evolutiva, 2021.

Como previsto, o PIX substituiu métodos tradicionais de pagamento, como boletos e cartões de débito, devido à sua conveniência e rapidez. A expectativa é que o PIX impulse ainda mais a digitalização financeira, promovendo inclusão e eficiência nas transações, especialmente para micro e pequenas empresas. Este crescimento também deve favorecer a redução dos custos operacionais e aumentar a competitividade no mercado financeiro, ademais, as tecnologias inovadoras como o PIX têm se mostrado indispensáveis para micro e pequenos negócios, oferecendo soluções de pagamento instantâneas, seguras e acessíveis.

Dessa forma, promover uma cultura empreendedora, apoiar uma gestão eficiente e adotar tecnologias inovadoras como o PIX são medidas cruciais para criar um ambiente favorável ao crescimento sustentável e à inovação contínua.

3 METODOLOGIA

A metodologia do trabalho científico desempenha um papel crucial na validação, estruturação e consistência de qualquer pesquisa acadêmica. É através da metodologia que os pesquisadores estabelecem diretrizes para coleta, análise e interpretação dos dados. Segundo Gil (2002), a metodologia proporciona um caminho sistemático para alcançar os objetivos da pesquisa, oferecendo ferramentas para a organização e a condução eficaz do estudo. Além disso, Severino (2013) ressalta que a importância da metodologia reside na sua capacidade de fundamentar e estruturar o conhecimento produzido, contribuindo para o avanço do entendimento em uma determinada área de estudo. Segundo os autores, o método é o pilar fundamental para a validade e integridade da pesquisa científica.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A presente pesquisa foi classificada como um estudo de caso com abordagem exploratória e descritiva. O estudo de caso é uma metodologia que se destaca pela análise profunda e contextualizada de um fenômeno específico, proporcionando uma compreensão detalhada do objeto em estudo. Conforme Gil (2008, p. 57) “o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado [...]”. Já para Yin (2005, p. 32) trata-se de uma pesquisa prática que explora um fenômeno atual em seu ambiente real, caracterizado pela falta de fronteiras claras entre o fenômeno e o contexto, e que faz uso de diversas fontes de evidência.

Ambos os autores concordam que o estudo de caso envolve uma análise minuciosa e aprofundada, permitindo um conhecimento detalhado do fenômeno. Também reconhecem sua natureza empírica, investigando fenômenos atuais em contextos reais, bem como, a utilização de várias fontes de evidência que são características essenciais do método de estudo de caso.

Sobre as pesquisas descritivas, Silva & Menezes (2000, p. 21), explica que “uma pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática”. Segundo Gil (2008) as pesquisas descritivas têm “como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis”.

Conforme o autor, algumas pesquisas, embora inicialmente classificadas como descritivas em termos de seus objetivos, tendem a oferecer uma perspectiva inovadora do problema, aproximando-se, assim, das pesquisas exploratória que “têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema” seu propósito é aprimorar, elucidar e alterar conceitos e ideias, visando a criação de problemas mais precisos ou hipóteses para futuras pesquisas. (GIL, 2008, p. 28)

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

A definição do universo e da amostra é crucial para a robustez de qualquer pesquisa. Segundo Gil (2002, p. 51), “na maioria dos levantamentos, não são pesquisados todos os integrantes da população estudada. Antes seleciona-se, mediante procedimentos estatísticos, uma amostra significativa de todo o universo, que é tomada como objeto de investigação”, ou seja, o universo refere-se ao conjunto completo de elementos que possuem características comuns, enquanto a amostra é uma parte representativa desse universo.

Strauss e Corbin (1998) enfatizam que a amostra deve ser suficientemente representativa para permitir generalizações válidas. E para Stevenson (1981), ela consiste no todo pesquisado, do qual se extrai uma parcela que será examinada e que recebe o nome de amostra. Neste estudo, o tipo de amostra utilizado é por conveniência. Esse método de seleção é comumente empregado em pesquisas e estudos estatísticos e baseia-se na escolha dos participantes de maneira que seja mais fácil ou acessível para o pesquisador. Em outras palavras, os respondentes são selecionados devido à sua disponibilidade e facilidade de acesso, o que simplifica o processo de coleta de dados. Assim, a delimitação clara do universo e a seleção criteriosa da amostra são aspectos cruciais para assegurar a validade e a confiabilidade dos resultados da pesquisa.

No contexto da pesquisa, o universo da população é composto por micro e pequenos negócios, especificamente comércios de quiosques de praia. Estes quiosques são estabelecimentos de pequeno porte que operam diretamente na orla da praia, oferecendo produtos e serviços voltados para turistas e frequentadores da praia. A escolha desta população é estratégica devido às características específicas dos quiosques, que proporcionam um ambiente ideal para observar o impacto da inovação na gestão de pequenos negócios.

A amostra, por sua vez, será representada por um dos quiosques, onde será realizado um levantamento junto aos três funcionários e ao dono de um quiosque específico. Este quiosque está situado na Praia de Cabo Branco, em João Pessoa - Paraíba. Ele oferece uma variedade de serviços, desde alimentos e bebidas até aluguel de cadeiras e guarda-sóis, tornando-se um ponto de encontro e descanso para os banhistas. A escolha de um quiosque particular como amostra permite uma investigação detalhada e contextualizada, oferecendo insights específicos sobre os desafios e oportunidades enfrentados pelos comerciantes nesse local específico. Essa estratégia de pesquisa visa aprofundar a compreensão do fenômeno em análise, permitindo generalizações cuidadosas, estendendo as conclusões obtidas para o universo mais amplo dos comerciantes de quiosque de praia.

3.3 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS DA PESQUISA

Focada na coleta de dados primários, a pesquisa de campo incluiu a aplicação de um questionário de perguntas abertas e fechadas junto aos funcionários e ao dono do negócio. Adicionalmente, foram coletadas informações através de um roteiro de observação com o objetivo de identificar a percepção dos envolvidos na pesquisa sobre os efeitos do PIX como tecnologia inovadora na gestão de pequenos negócios. A aplicação de um questionário com perguntas abertas e fechadas possibilita a obtenção tanto da variedade quanto da profundidade das informações. Isso contribui para um estudo mais completo e detalhado. Também foi realizada coleta de dados secundários. Essa etapa envolveu a análise de artigos acadêmicos, livros, relatórios, e outras publicações relevantes que abordam o tema do PIX e sua aplicação na gestão de pequenos negócios. O objetivo foi construir uma base teórica sólida que fundamentasse a investigação e fornecesse contexto para os dados primários coletados.

3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS

A pesquisa realizada, como mencionado anteriormente, é uma pesquisa qualitativa e seus resultados foram interpretados sob essa perspectiva. De acordo com Godoy (1995), a pesquisa qualitativa é um método de investigação que se caracteriza por uma abordagem interpretativa e holística dos fenômenos estudados. Seguindo essa linha de pensamento, Minayo

(1992) afirma que a pesquisa qualitativa é uma abordagem metodológica que busca compreender os fenômenos sociais a partir da perspectiva dos próprios sujeitos envolvidos, explorando suas interpretações, significados e experiências.

Ainda segundo a autora, a pesquisa qualitativa adota uma abordagem interpretativa do mundo, onde os pesquisadores estudam os fenômenos em seus contextos naturais, buscando compreendê-los através dos significados atribuídos pelas pessoas. Portanto, a pesquisa qualitativa valoriza os depoimentos dos atores sociais envolvidos, suas narrativas e os significados que eles atribuem.

Sendo assim, na organização dos dados, etapa inicial, os dados foram transcritos para criar um registro textual e organizados em categorias e subcategorias temáticas para facilitar a análise subsequente. Esta etapa compreendeu a fase de estruturação, preparação e transcrição do material a ser examinado, ou seja, as respostas provenientes dos questionários.

No que diz respeito à fase de exploração do material, procedeu-se à análise efetiva dos dados, na qual ocorreu a transformação dos dados "iniciais" em dados elaborados. Quanto à terceira fase, que é o tratamento dos resultados, as conclusões foram derivadas das informações obtidas e analisadas. Portanto, foi gerado um relatório com as perguntas e respectivas respostas do empreendedor e dos funcionários do quiosque para a realização do tratamento dos dados, por meio de análise e interpretação de conteúdo, de forma qualitativa.

4 ESTUDOS DE CASO: O PIX NA GESTÃO DE NEGÓCIOS.

Este tópico tem por finalidade apresentar a análise e a discussão dos dados obtidos por meio dos instrumentos de pesquisa citados anteriormente. A análise foi direcionada aos objetivos específicos da pesquisa, buscando responder às perguntas de investigação e fornecer uma compreensão abrangente do tema. Os resultados desta análise qualitativa oferecem uma visão detalhada das perspectivas dos participantes, destacando suas experiências e interpretações das características do estudo.

4.1 CARACTERÍSTICAS DO QUIOSQUE/RESTAURANTE.

O quiosque, como já foi mencionado, fica localizado na Praia do Cabo Branco, em João Pessoa. Em visita realizada no local percebeu-se que se tratava de um espaço pequeno, porém bem organizado e com capacidade para umas 60 pessoas. Com uma estrutura simples, conta com um balcão de atendimento, uma vitrine com produtos expostos e algumas mesas ao redor para os clientes. A decoração é acolhedora, o ambiente é agradável e convidativo com vista para o mar. Durante a observação, notei que o fluxo de clientes aumentou próximo ao horário do almoço.

A empresa tem 21 anos de funcionamento. O faturamento mensal é de aproximadamente R\$40.000,00. A equipe que trabalha no quiosque é composta por um gestor, um gerente de vendas e mais dois funcionários. Todos os empregados são regidos pelo regime da consolidação das leis trabalhistas - CLT e trabalham na empresa há mais de 3 anos.

De acordo com os dados levantados, a empresa atende diariamente entre 50 e 100 clientes. O carro chefe do quiosque são as refeições. O público atendido é totalmente diversificado, por se tratar de um ambiente familiar.

4.2 CONTEXTUALIZAÇÃO E INTRODUÇÃO AO USO DO PIX

Durante o período de pandemia, as micro e pequenas empresas enfrentaram dificuldades significativas para se adaptar à nova forma de transação digital. A rapidez do PIX, embora vantajosa, exigiu que essas empresas tivessem informações precisas e em tempo real para tomar decisões acertadas na tomada de decisões. A mudança no fluxo de caixa, com o dinheiro circulando mais rapidamente, impôs a necessidade de adaptação tecnológica e financeira,

desafiando a capacidade desses pequenos negócios de se ajustarem às novas exigências de um mercado cada vez mais digitalizado. Abaixo temos um quadro com duas perguntas feitas ao gestor e dono do quiosque sobre a implantação do PIX na empresa.

Quadro 6 - Introdução ao uso do PIX

PERGUNTA	RESPOSTA
Como surgiu a decisão de incorporar o PIX como uma opção de pagamento na empresa?	- <i>“Surgiu como uma necessidade devido à procura do cliente para essa forma de pagamento.”</i>
Poderia compartilhar como você percebeu essa tecnologia como uma oportunidade de inovação para o seu negócio?	- <i>“Percebemos que com a implantação dessa tecnologia oferecemos mais uma opção de pagamento aos clientes.”</i>

Fonte: Elaborado com base na pesquisa, 2024.

Como em muitas empresas, a decisão de incorporar o PIX como uma opção de pagamento, surgiu não apenas como uma resposta às demandas dos clientes, mas também como uma estratégia de inovação. Como foi relatado pelo gestor do quiosque que disse que a procura dos clientes por essa forma de pagamento impulsionou a difusão do PIX. Essa mudança não só atendeu às expectativas dos consumidores como também ofereceu às empresas uma maneira de modernizar suas operações e melhorar a eficiência. De acordo com o gestor do quiosque,

O pagamento, seja com cartões ou com PIX, é feito com a maquineta, e é bem prático e rápido, mas é claro que com o PIX é bem mais cômodo para o cliente, pois ele escaneia o QR code disponível no balcão ou em pequenas plaquinhas nas mesas e confirma o pagamento em seu celular, isso deixou as coisas mais simples (Gestor do quiosque).

A percepção do gestor de que o PIX poderia ser uma oportunidade de inovação baseia-se na oferta de mais uma opção de pagamento aos clientes. O gestor demonstrou que a facilidade e a rapidez das transações pelo PIX poderiam melhorar a experiência do cliente.

4.2.1 Influência do PIX na eficiência operacional

Sobre de que maneira o PIX impactou a rapidez e a eficiência nas transações financeiras do quiosque, o gestor respondeu que as transações financeiras se tornaram significativamente mais rápidas com a utilização do PIX e que houve uma simplificação dos processos de pagamento.

Para os micros e pequenos empreendedores, o PIX vai além de atender às exigências tecnológicas modernas; ele facilita o acesso a serviços financeiros, o que é essencial para a inclusão financeira, pois simplifica as transações e reduz os custos e isso ajuda esses empreendedores a alcançar mais clientes e a regularizar suas operações financeiras, promovendo maior igualdade econômica e social.

4.2.2 Relacionamento com os clientes e competitividade

No que tange a influência do PIX nas relações com os clientes do quiosque, segundo o gestor houve um aumento no número de clientes que optam por utilizar o PIX como forma de pagamento. Essa resposta sugere que a introdução do PIX foi bem recebida pelos clientes, resultando em um aumento no uso dessa forma de pagamento. Isso indica uma adaptação positiva à tecnologia por parte dos consumidores, o que corrobora com os dados já mencionados neste estudo sobre uma tendência crescente de preferência por métodos de pagamento mais rápidos e convenientes. O aumento no uso do PIX pode melhorar a satisfação do cliente, pois as transações são concluídas de maneira mais eficiente.

Sobre se houve mudanças na competitividade do estabelecimento após a introdução do PIX, a resposta foi não, isso demonstra que apesar da aceitação do PIX pelos clientes e da indiscutível facilidade da ferramenta, ele sozinho não é suficiente para diferenciar o estabelecimento de seus concorrentes, pois de acordo com Vilha (2013) a competitividade desperta para a necessidade de as empresas estarem atentas ao ambiente externo e perseguirem vantagens baseadas em inovações de difícil imitação pelos competidores. A competitividade de um negócio depende de diversos fatores, como qualidade dos produtos, atendimento ao cliente, localização, estratégias de marketing, dentre outros. Para Porter (1986),

A intensa competitividade faz com que as empresas estejam atentas para as forças que determinam a competição em seu setor e que se caracterizam pela rivalidade entre as empresas existentes, surgimento de novos concorrentes, lançamento de produtos substitutos e crescente poder de barganha dos compradores e dos fornecedores (Porter, 1986).

Uma empresa tem vantagem competitiva quando consegue criar mais valor econômico do que seus concorrentes. O valor econômico é a diferença entre os benefícios percebidos pelos clientes ao comprar os produtos ou serviços da empresa e o custo total desses produtos ou serviços. Portanto, a magnitude da vantagem competitiva de uma empresa é medida pela diferença entre o valor econômico que ela gera e o valor econômico criado pelos seus rivais (Barney e Hesterly, 2007). Por este motivo, a introdução do PIX pode ser vista como uma melhoria incremental nas operações diárias, mas não uma vantagem competitiva decisiva. Isso destaca a importância de uma abordagem multifacetada para melhorar a competitividade, onde o PIX é apenas uma parte da estratégia geral.

4.2.3 Desafios e oportunidades com a implantação do PIX pelo negócio

A incorporação de novas tecnologias pelos micros e pequenos negócios é um caminho cheio de obstáculos e oportunidades. O principal obstáculo é a resistência à mudança, que é comum entre os funcionários e até mesmo entre os gestores, que podem ter medo de renunciar aos métodos convencionais. A capacitação da equipe e o investimento inicial em infraestrutura tecnológica podem ser um grande obstáculo, especialmente para empresas com recursos limitados.

Por outro lado, a inovação tecnológica aperfeiçoa processos já existentes trazendo dinamismo, modernidade, facilidade e até mesmo pode criar novos tipos de negócios. Diante disso, foi elaborado um quadro com perguntas e respostas feitas ao gestor da empresa relativas aos desafios e as oportunidades que a empresa teve na implantação da tecnologia PIX no Quiosque.

Quadro 7 - Desafios e oportunidades na implantação do PIX pelo negócio

PERGUNTAS	RESPOSTAS DO GESTOR
1. Quais foram os desafios enfrentados durante a integração do PIX ao processo organizacional?	<i>“Nenhum desafio significativo foi enfrentado durante a integração do PIX”</i>
2. Existem oportunidades adicionais que surgiram a partir da utilização do PIX que você gostaria de destacar?	<i>“Redução dos custos operacionais relacionados ao processamento de pagamentos.”</i>
3. Vocês oferecem algum tipo de desconto ou incentivo para os clientes que utilizam o PIX como forma de pagamento?	<i>“Não, os preços permanecem os mesmos, independentemente do método de pagamento.”</i>
4. O uso do PIX impactou a percepção de valor dos seus produtos ou serviços pelos clientes?	<i>“Não, a percepção de valor dos produtos/serviços não foi afetada com a chegada do PIX.”</i>
5. De que maneira vocês promovem o uso do PIX entre os clientes do quiosque/restaurante?	<i>“Através de plaquinhas sinalizando o recebimento de pagamentos através de PIX.”</i>
6. Alguma vez o cliente solicitou acesso a rede wifi do quiosque para poder efetuar o pagamento via PIX? Se sim, qual foi o seu procedimento a respeito?	<i>“Isso é algo corriqueiro; eles sempre pedem para usar a internet do quiosque. Às vezes, nem perguntam se podem, já chegam pedindo a senha. Eu não me importo de ceder; acredito que isso é uma vantagem, uma oportunidade de oferecer algo mais para o cliente.”</i>
7. Como o quiosque pode continuar operando o caixa na ausência de energia ou internet?	<i>“Quanto aos pagamentos, não há influência, pois eles são feitos com a maquineta e com o celular, e mantemos sempre esses dispositivos carregados. O prejuízo é mais com a emissão de notas fiscais, pois o acesso ao sistema é feito com o computador e, neste caso, a falta de energia ou internet torna o serviço inacessível.”</i>

Fonte: Dados da Pesquisa, (2024).

Sobre os desafios durante a integração do PIX, a resposta fornecida pelo gestor indica que a implementação do PIX foi tranquila, sem enfrentar grandes obstáculos. Isso sugere que o sistema é intuitivo e fácil de integrar ao processo organizacional existente. A falta de desafios pode ser atribuída à simplicidade e eficiência, refletindo sua adequação para micro e pequenos negócios. O gestor destaca uma redução nos custos operacionais como um benefício direto do uso do PIX. Isso é significativo, pois a redução de custos é um fator crucial para a

sustentabilidade e competitividade dos pequenos negócios. A economia gerada pode ser reinvestida em outras áreas do negócio, como marketing ou melhoria de produtos e serviços.

Sobre oferecer algum desconto ou incentivo, a resposta foi negativa. Optar por não oferecer descontos ou incentivos para o uso do PIX mantém as coisas simples e justas para todos os clientes. No entanto, há uma chance de explorar mais essa opção e incentivar o uso do PIX, aproveitando os benefícios que ele traz. Tentar implementar alguns incentivos, mesmo que por um tempo limitado, poderia ajudar a entender melhor como os clientes respondem e revelar vantagens operacionais que o quiosque poderia ganhar.

Quanto a ter havido impacto na percepção de valor dos produtos ou serviços pelos clientes, o gestor respondeu que não. Isso sugere que, enquanto o PIX pode melhorar a conveniência e eficiência das transações, ele não é percebido pelos clientes como um fator que altera o valor intrínseco dos produtos ou serviços oferecidos.

A apresentação do PIX como forma de pagamento é feita de maneira simples e direta, com plaquinhas sinalizando sua disponibilidade. Essa abordagem é eficaz para informar os clientes sobre a opção, mas pode ser complementada com outras estratégias de marketing para maximizar a adoção do PIX.

Sobre acesso à rede Wi-Fi, esta é uma prática comum e esperada pelos clientes, especialmente na atual conjuntura, em que a forma de pagamento mais utilizada depende do uso da internet. O procedimento descrito pelo gestor demonstra certa perspicácia e experiência, pois ele consegue identificar uma oportunidade ao permitir o acesso e a utilização de sua rede de internet, mostrando que o quiosque está disposto a oferecer um serviço adicional que pode melhorar a experiência do cliente. Isso pode ser visto como um diferencial competitivo e um gesto de bom atendimento. Oferecer acesso à internet pode ser uma boa estratégia para fidelização e satisfação do cliente, principalmente em um ambiente onde o pagamento via PIX é popular.

Contudo, a responsabilidade do estabelecimento comercial que oferece Wi-Fi gratuito ao público é relevante. Esses estabelecimentos devem estar cientes dos riscos envolvidos, como a possibilidade de atos ilícitos cometidos pelos usuários, incluindo crimes contra a honra, pedofilia, fraudes bancárias e roubo de dados. Observa-se que, mesmo no fornecimento gratuito de Wi-Fi, a relação entre o estabelecimento e a vítima de um ilícito pode ser considerada uma relação de consumo, conforme os artigos 3º e 17 do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Portanto, fica evidente que fornecer Wi-Fi aos clientes traz benefícios comerciais, mas também impõe responsabilidades inescusáveis ao estabelecimento. Para mitigar os riscos e continuar oferecendo serviços de qualidade, é essencial que as empresas adotem medidas de blindagem legal. Entre essas medidas, destacam-se a elaboração de Termos de Uso, a criação de uma Blacklist ou Whitelist, e a implantação de metodologias que garantam a identificação dos usuários. A recomendação é que essas providências sejam tomadas com o auxílio de um advogado, seguindo orientações e determinações legais, além de atender às necessidades específicas dos estabelecimentos comerciais.

O quiosque apresenta uma solução prática para lidar com falhas de energia ou internet. Eles mantêm os dispositivos essenciais carregados e disponíveis, isso garante que as operações de pagamento continuem sem grandes interrupções. A dificuldade principal relatada é a emissão de notas fiscais, que depende de um sistema de computador e acesso à internet. Isso destaca a vulnerabilidade em relação à infraestrutura tecnológica e sugere a necessidade de uma solução alternativa ou de backup para lidar com essas situações.

Para mitigar a falta de energia ou internet, o quiosque pode utilizar a contingência offline para emissão de notas fiscais, esse procedimento ajudaria, inclusive, a minimizar problemas mais graves decorrentes de falhas nos registros contábeis, tendo em vista que a Lei Complementar 105/2001 permite que a Receita Federal acesse informações financeiras de micro e pequenas empresas, incluindo transações realizadas por PIX, com o objetivo de combater a sonegação fiscal e aumentar a arrecadação de impostos. Com o PIX, a Receita Federal obtém dados mais precisos, o que possibilita uma fiscalização mais rigorosa. O cruzamento de dados com outras fontes auxilia na identificação de irregularidades fiscais com mais facilidade.

Desta feita, para os micros e pequenos negócios, o cruzamento de informações do PIX pela Receita Federal pode trazer algumas sanções, pois com base nas informações obtidas pelas operações via PIX, a Receita Federal pode penalizar empresas que não estejam cumprindo suas obrigações fiscais, como o pagamento de impostos e a emissão de notas fiscais. Por este motivo, as empresas precisam ter um controle fiscal mais rigoroso e isso inclui manter um livro caixa atualizado e emitir notas fiscais para todas as vendas, mesmo para pequenas quantias.

Para reduzir os riscos fiscais associados ao uso do PIX, os micros e pequenos negócios devem adotar uma série de medidas estratégicas. Buscar orientação profissional, consultando um contador qualificado que possa fornecer informações detalhadas sobre as obrigações fiscais e garantir que a empresa esteja em conformidade com as regulamentações.

Manter registro de todas as operações financeiras da empresa, bem como a de emissão de documentos fiscais são práticas essenciais para assegurar a conformidade e prevenir complicações com o fisco. E implementar tecnologias adequadas que possam otimizar processos e reduzir o risco de erros na gestão fiscal, contribuindo para uma administração mais eficiente e ainda acompanhar as atualizações legislativas para garantir que a empresa se adeque às novas exigências e evite sanções ou problemas legais (Manual de Procedimentos Contábeis, IFPB, 2019).

4.3 DESAFIOS E OPORTUNIDADES NA ADOÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS.

4.3.2 Análise da eficiência e impacto do PIX nas operações

Sobre o quiosque já ter passado por situação de fraude com pagamentos realizados pelo PIX, a resposta dada pelo gestor foi não. O gestor não acrescentou mais nenhum detalhe, nem mesmo receio de que algo do tipo venha a acontecer. A clareza da resposta pode transmitir confiança na segurança das operações da empresa. No entanto, a falta de detalhes sobre as práticas de segurança ou as medidas preventivas adotadas pela empresa nos impede de fazer uma análise mais profunda acerca do assunto.

Quadro 8 - Fraude com pagamentos feitos com PIX

PERGUNTA	RESPOSTA DO GESTOR
Já teve que lidar com alguma situação de fraude com pagamentos feitos com PIX ou outros?	<i>Não! Nunca aconteceu aqui não.</i>

Fonte: Dados da Pesquisa, (2024).

Dado que novas formas de fraude surgem frequentemente, o Banco Central vê a segurança como uma disciplina contínua e dinâmica. O BC trabalha constantemente para manter a alta segurança do Pix, atuando em várias frentes: diálogo com agentes e especialistas, monitoramento e atualização das regras e da infraestrutura do Pix, e educação e conscientização dos usuários sobre segurança cibernética e uso seguro do Pix. (BCB, 2020-2022)

Dentre os mecanismos e funcionalidades que foram incorporados, visando ampliar a proteção do ecossistema estão:

Limites de valor das transações: As instituições que oferecem o Pix devem disponibilizar aos seus clientes funcionalidades que permitam consultar e gerenciar os limites de valor de transações Pix.

Bloqueio cautelar: Permite que, em caso de suspeita de fraude, a instituição em que o usuário recebedor pessoa física mantém sua conta bloqueie preventivamente os recursos recebidos por até 72 horas, no ato do crédito, para fazer uma análise antifraude mais robusta.

Mecanismo Especial de Devolução (MED): Possibilita que os recursos sejam rapidamente bloqueados na conta do fraudador/golpista/criminoso, após reclamação da vítima, e sejam devolvidos para o cliente depois de finalizado o processo de análise da reclamação, quando considerada procedente.

Regras e mecanismos antifraude e de proteção de dados implantados no DICT: Para que seja possível identificar de forma rápida contas envolvidas em fraudes e evitar que sejam aplicados novos golpes em usuários do Pix, foi criado o processo de marcação de chaves Pix e de CPFs/CNPJs no DICT (Relatório de Gestão do Pix, BCB, 2020-2022, p. 12-13)

4.3.3 Possível impacto na taxaçoão do PIX

Como já foi dito anteriormente, novas funcionalidades e modalidades como o PIX parcelado, o PIX com empréstimo e até mesmo a substituição dos boletos de aluguel pelo PIX estão previstas na Agenda Evolutiva do PIX. Essas inovações são certamente bem-vindas, mas há uma questão que merece atenção: a possível introdução de novos impostos. Atualmente, os bancos cobram uma taxa percentual sobre os PIX realizados por pessoas jurídicas, que pode chegar até R\$ 10. Com o PIX superando DOC e TED e se tornando a opção preferencial para transferências, há uma preocupação de que essas taxas possam eventualmente se estender também para as transações realizadas por pessoas físicas. No quadro abaixo temos duas perguntas feitas ao gestor sobre o assunto:

Quadro 9 - Taxação do PIX

PERGUNTA	RESPOSTA
Para utilizar os serviços do PIX você paga alguma tarifa ou imposto?	<i>Não, o serviço é totalmente gratuito.</i>
Você acredita que se o PIX passar a ser taxado pode haver prejuízos para os micros e pequenos negócios?	<i>Acredito que, se vier a ser taxado, as pessoas pagarão menos com PIX.</i>

Fonte: Dados da Pesquisa, (2024).

Sobre a taxaço do PIX, a resposta está alinhada com a política do Banco Central, que visa promover a inclusão financeira e a eficiência nos pagamentos. Segundo o Banco Central, a gratuidade do serviço para pessoas físicas   uma característica fundamental para incentivar sua ado o. Assim, a taxaço do PIX comprometeria um dos objetivos principais, que   "democratizar o acesso a meios eletrônicos de pagamento e contribuir para a inclusão financeira e digital." Portanto, a preocupa o do gestor quanto aos possíveis impactos da taxaço   razoável, pois poderia resultar em uma redu o na utiliza o do serviço (BANCO CENTRAL, 2022, p. 6).

Essa visão reflete preocupa es sobre como custos adicionais podem afetar a ado o e a eficiência dos métodos de pagamento. De acordo com Kotler e Keller (2018), qualquer mudança nas condi es de mercado que introduza custos adicionais pode impactar a percep o de valor e a ado o de tecnologias, especialmente em empresas menores com margens mais apertadas.

4.3.5 Métodos de pagamentos mais usados pelos clientes do quiosque

A evolu o dos métodos de pagamento reflete mudanças significativas no comportamento do consumidor, especialmente em pequenos estabelecimentos, como quiosques. Por esse motivo, foi perguntado ao gestor qual método de pagamento   mais frequente no quiosque. A resposta, apresentada no quadro abaixo, foi fornecida com base em um período de 30 dias.

Quadro 10 - Distribui o dos métodos de pagamento

FORMAS DE PAGAMENTO	%
Dinheiro:	5%
PIX:	45%
Cartão (Débito/Crédito):	50%

Fonte: Dados da Pesquisa, (2024).

O pagamento com dinheiro representa uma pequena fra o de todos os pagamentos recebidos pelo quiosque. Conversando com o gestor, ele acrescentou que tem m s que esse

percentual é quase zero. Portanto, o PIX é o método de pagamento mais usado. Já os cartões de crédito e débito aparecem com um percentual 50% dos pagamentos indicando à possibilidade de adiar pagamentos ou necessidade de gerenciamento do fluxo de caixa, pois segundo o Gestor do Quiosque,

Geralmente, no início do mês, os pagamentos com PIX são mais frequentes. À medida que o mês avança, a partir do dia 20, o pessoal já está mais apertado e percebemos que os clientes vão preferindo pagar com cartão de crédito. Mas, ainda assim, o número de pagamentos com PIX é maior do que com cartão. Já os pagamentos com dinheiro são quase zero. A gente vê que as pessoas que pagam com dinheiro são mais turistas que vêm do interior, ou pessoas mais idosas que ainda preferem pagar com dinheiro (Gestor do Quiosque).

O aumento na utilização de cartões de crédito após o dia 20 do mês pode sugerir um padrão de comportamento financeiro em que os clientes preferem adiar o pagamento até terem mais liquidez disponível. Isso pode estar relacionado a prazos de pagamento, datas de vencimento ou simplesmente à gestão do orçamento mensal. Compreender que seus clientes preferem utilizar cartões de crédito quando estão mais apertados pode ajudar a planejar melhor o fluxo de caixa e ajustar as estratégias de inventário e receitas para lidar com as flutuações mensais de liquidez das contas do quiosque.

Outro fator importante a ser mencionado diz respeito ao perfil dos clientes que preferem pagar com dinheiro. De acordo com o gestor do quiosque, quando há pagamentos em dinheiro, geralmente se trata de pessoas que vêm do interior passar o dia na praia ou idosos. Isso pode indicar uma certa resistência ao novo tendo em vista que os processos de transformação criam nas pessoas e organizações uma sensação de dualidade, gerando incerteza em relação às mudanças. As pessoas tendem a buscar a estabilidade e o conforto do que já é familiar, e essa resistência ao desconhecido pode tornar mais difícil a aceitação de novos procedimentos ou inovações tecnológicas.

4.4 ADOÇÃO DO PIX COMO TECNOLOGIA INOVADORA

A adoção de tecnologias inovadoras em micro e pequenos negócios enfrenta vários desafios. Primeiramente, há a resistência à mudança e a falta de recursos para treinamento e infraestrutura. A segurança das transações e dados é outra preocupação, pois pequenos negócios são mais vulneráveis a fraudes e ataques cibernéticos. Além disso, integrar novas tecnologias

com sistemas existentes pode ser complexo e exigir ajustes operacionais. No entanto, com planejamento e abordagem estratégica, essas tecnologias podem melhorar a eficiência e a experiência do cliente, proporcionando vantagens competitivas. No quadro abaixo temos duas perguntas feitas aos funcionários do Quiosque sobre a implementação e adaptação no uso do PIX.

Quadro 11 - Implementação do PIX como tecnologia inovadora

PERGUNTA	RESPOSTA FUNCIONÁRIO 1	RESPOSTA FUNCIONÁRIO 2	RESPOSTA FUNCIONÁRIO 3
Como você percebeu a incorporação do PIX no dia a dia de trabalho no quiosque/restaurante?	<i>“Percebi como uma inovação, é uma opção mais rápida para pagamentos. Muito Bom.”</i>	<i>Toda inovação que faça diminuir o uso de dinheiro vivo é bem-vinda. Não ter que passar troco ou pegar notas falsas e ter prejuízos.</i>	<i>Com mais clientes pagando com PIX, eu não preciso lidar tanto com dinheiro em espécie. Isso economiza tempo que eu gastaria contando e conferindo troco, e também reduz o risco de erros</i>
Houve algum treinamento ou adaptação necessária para lidar com essa nova forma de pagamento?	<i>“Não foi necessário. Muito prático!”</i>	<i>Não, pois o processo é muito simples.</i>	<i>Não, eu já estava acostumado com as maquinetas de cartão e acho que com o PIX é até mais fácil</i>

Fonte: Dados da Pesquisa, (2024).

As respostas indicam que a incorporação do PIX foi percebida de forma positiva, com ênfase em sua rapidez e na redução do uso de dinheiro vivo, o que melhora a segurança e eficiência das operações. O funcionário 3, inclusive ressalta que o pagamento feito com PIX evita ter que manusear cédulas de dinheiro, diminuindo os riscos de cédulas falsas. Essa é uma preocupação frequente, mesmo com o uso do PIX, tendo em vista a natureza instantânea das transações, podem dificultar a detecção e reversão de operações fraudulentas. Contudo, por se tratar de uma operação totalmente digital é mais fácil de rastrear e conseguir o ressarcimento do dano. Quando perguntados sobre se a empresa já havia passado por situações de fraude com pagamentos feitos via PIX, a resposta foi negativa.

Quanto a ter tido algum treinamento ou adaptação, as respostas indicam que a adaptação ao PIX foi fácil e sem necessidade de treinamento específico, devido à simplicidade do processo

e à familiaridade prévia com outras formas de pagamento digital. Um dos respondentes, inclusive, informou que já tinha familiaridade com o uso de cartões de crédito e considera que o pagamento com PIX é ainda mais fácil.

4.4.1 Avaliação do impacto do PIX no quiosque

A utilização do PIX no quiosque trouxe algumas percepções diferentes por parte dos funcionários. Dois dos respondentes vê com bons olhos essa nova tecnologia, especialmente pela rapidez e eficiência que ela oferece. Eles destacaram que as transações ficaram bem mais rápidas e eficientes com o PIX, o que ajudou muito no dia a dia. No entanto, um dos funcionários disse que a melhoria foi mais moderada, talvez porque já tinham sistemas que funcionavam bem ou ainda estavam se acostumando com a novidade.

Quando se o PIX facilitou ou complicou os processos operacionais, as respostas variaram. Alguns respondentes afirmaram que o PIX realmente facilitou os processos, por outro lado, um dos funcionários pesquisados disse que não notou muita diferença. Quanto ao feedback dado pelos clientes acerca do uso do PIX, os pesquisados responderam que os clientes estão bastante satisfeitos com a conveniência e rapidez do PIX. Eles gostam da comodidade proporcionada pela ferramenta de pagamento, o que mostra que o PIX atende bem às expectativas de praticidade e velocidade, tão importantes na experiência de compra.

De acordo com Kotler e Keller (2018) a administração das expectativas dos clientes envolve compreender o que os clientes esperam do serviço e garantir que essas expectativas sejam atendidas ou superadas. As expectativas influenciam diretamente a forma como os clientes percebem e avaliam a qualidade do serviço. Se suas expectativas são gerenciadas adequadamente, os clientes terão experiências mais satisfatórias, o que pode levar a avaliações mais positivas. A adoção de tecnologias de autoatendimento pode melhorar a eficiência e a conveniência do serviço. Essas tecnologias permitem que os clientes realizem determinadas ações por conta própria, sem a necessidade de intervenção humana, o que pode aumentar a satisfação e a percepção de controle, como é o caso do PIX que proporciona aos clientes a capacidade de gerenciar suas próprias transações financeiras usando apenas um dispositivo conectado à internet. (Kotler e Keller, 2018, p. 460)

Em relação ao uso do PIX para tornar o quiosque mais competitivo, tanto o gestor quanto os funcionários não acreditam que o PIX tenha cumprido esse papel. Isso pode ser porque muitos concorrentes também adotaram o PIX, equilibrando os negócios, ou porque outros fatores são mais importantes para a competitividade. De acordo com Desidério *et al* (2023) para que as inovações sejam relevantes e gerem impacto competitivo, é necessário estruturar todo o processo, desde a geração de ideias até a geração de valor reconhecido pelo mercado.

Sobre a importância de adotar tecnologias inovadoras como o PIX, os funcionários têm uma visão divergente. Eles reconhecem que o PIX é útil, mas também sabem que o sucesso do negócio não depende só disso. Adotar novas tecnologias é visto como parte de um conjunto maior de estratégias que ajudam no sucesso.

Finalmente, quando perguntados sobre a disposição de incorporar novas tecnologias no futuro, as respostas foram mistas. Alguns estão sempre abertos a novas ideias e melhorias, enquanto outros preferem avaliar cuidadosamente os benefícios e custos antes de adotar algo novo. Isso mostra uma gestão responsável e focada em resultados concretos. No mais, o PIX trouxe melhorias reais em termos de rapidez, eficiência e conveniência, mas a sua importância varia de acordo com a realidade de cada negócio. A aceitação do PIX é positiva, mas o impacto nas operações e na competitividade depende do contexto e da experiência de cada empreendimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo investigar os efeitos do PIX como uma tecnologia inovadora na gestão de micro e pequenas empresas, com foco na oportunidade, inovação, eficiência e competitividade. Para isso, foram definidos três objetivos específicos: analisar como a adoção do PIX representou uma oportunidade de inovação para esses negócios, avaliar o impacto da rapidez e eficiência nas transações financeiras nos processos operacionais, e entender como o PIX influencia as relações com os clientes e a competitividade das empresas.

Através da análise dos dados e do estudo de caso, foi possível identificar como a implantação do PIX impacta a gestão das micro e pequenas empresas. A rapidez do PIX fez com que as empresas se ajustassem à tecnologia, exigindo a capacidade de se adaptar às novas condições do mercado. A introdução do PIX representou, portanto, uma oportunidade de inovação. Para micro e pequenas empresas, o PIX não só atende às exigências tecnológicas modernas, mas também facilita o acesso aos serviços financeiros e promove a inclusão financeira.

A implantação do PIX no quiosque foi considerada tranquila. No entanto, a falta de impacto na percepção de valor dos produtos e serviços ofertados pelo quiosque e a ausência de incentivos para o uso do PIX indicam que a tecnologia, embora benéfica, não gerou mudanças significativas na forma como o valor dos produtos é percebido. O uso da rede Wi-Fi pelos clientes e a continuidade dos serviços do quiosque mesmo com a ausência de energia ou internet também foram abordados neste estudo, por considerar a importância de haver medidas alternativas para garantir a operação contínua.

Embora o gestor não tenha enfrentado problemas de fraude, a segurança nas transações realizadas com o PIX são uma preocupação constante para o Banco Central, que aprimora e implementa medidas para proteger o sistema PIX.

A gratuidade do PIX é fundamental para sua adoção e eficiência. Contudo, a possibilidade de taxação poderia impactar negativamente a utilização do serviço, visto que muitos clientes poderiam deixar de fazer uso do sistema caso seja taxado. Foi possível observar que o PIX é o método de pagamento mais frequente, seguido pelos cartões de crédito e débito. A utilização de dinheiro é mínima e geralmente associada a clientes mais antigos ou turistas.

Sobre a adequação dos funcionários no uso do sistema PIX, conclui-se que eles não tiveram problemas com a adaptação do PIX, destacando a rapidez e a eficiência e a redução do uso de dinheiro físico. Não houve necessidade de treinamento específico, pois a transição foi considerada simples e prática. O uso do PIX aumentou o número de clientes que optam por essa forma de pagamento, e melhorou a satisfação devido à eficiência das transações. Dentre os resultados evidenciados com a adoção do PIX está a modernização das operações, agilidade e a simplicidade das transações, contribuindo na eficiência operacional da empresa e permitindo que os pequenos negócios se ajustem melhor às demandas do mercado.

Contudo, a análise revelou que, apesar dos inegáveis benefícios proporcionados pela eficiência do sistema, o PIX não representa uma vantagem competitiva decisiva por si só. A competitividade das empresas está atrelada a uma combinação de fatores que incluem, dentre outros, a qualidade dos produtos, o atendimento ao cliente e as estratégias de marketing. O PIX se destaca como uma ferramenta que aprimora os processos, mas a sua influência na diferenciação competitiva depende de uma abordagem mais abrangente. No entanto, a introdução do PIX também trouxe desafios, como a resistência à mudança e a necessidade de adaptação tecnológica. A experiência do quiosque analisado sugere que, embora a integração do PIX tenha sido bem-sucedida, é crucial que os pequenos negócios estejam preparados para lidar com possíveis obstáculos e aproveitem as oportunidades oferecidas por essa tecnologia, pois sabe-se que a longevidade de uma empresa está atrelada a sua capacidade de adaptação e inovação.

Sendo assim, com o cumprimento de todos os objetivos propostos neste trabalho, foi possível elucidar o problema de pesquisa, respondendo: De que maneira o PIX, enquanto tecnologia inovadora, beneficia efetivamente a gestão de negócios na perspectiva de oportunidade, inovação, eficiência e competitividade?

Para aprofundar a compreensão dos efeitos do PIX na gestão de micro e pequenas empresas, sugere-se a realização de estudos futuros que abarquem uma amostra mais ampla de empresas em diferentes setores. A aplicação de métricas quantitativas poderia fornecer uma avaliação mais precisa dos impactos desta tecnologia na eficiência e competitividade empresarial. Além disso, seria valioso explorar abordagens específicas para lidar com desafios comuns enfrentados por esses negócios, como a resistência à mudança tecnológica e a necessidade de adaptação contínua, o que poderia oferecer insights valiosos para maximizar os benefícios do PIX como tecnologia inovadora para gestão de micro e pequenos negócios.

REFERÊNCIAS

BANCO DO BRASIL S. A. **Tabela de Tarifas Pessoa Jurídica**. 2024. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/pub/trf/tarifasPJ.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2024.

BANCO CENTRAL. **Relatório De Gestão Do Pix: Concepção e primeiros anos de funcionamento**. 2021-2022. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/estabilidadefinanceira/pix/relatorio_de_gestao_pix/relatorio_gestao_pix_2023.pdf. Acesso em: 22 mar 2024.

BRANCO CENTRAL DO BRASIL. **PIX hoje e Agenda Evolutiva**. 2021. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/conteudo/home-ptbr/TextosApresentacoes/JM_8.6.pdf. Acesso em: 24 jul 2024.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de Economia Bancária**. Brasília - Distrito Federal, 2020. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.bcb.gov.br/content/publicacoes/relatorioeconomiabancaria/reb_2020.pdf. Acesso em: 22 de mar. 2023.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **BC dá mais um passo para implantação do Pix Automático**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/760/noticia>. Acesso em: 02 de maio de 2023.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Sistema de Pagamentos Brasileiro (SPB): Pix**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/pix>. Acesso em: 02 de maio de 2023.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de cidadania financeira**. Brasília, 2021. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/> Acesso em: 29 mar 2023.

BRADERSCO. **Serviços Bancários: Tabela de Tarifas Pessoa Jurídica**. 2024. Disponível em: <https://banco.bradesco/assets/pessoajuridica/pdf/tarifas/vigencia/cartaz-varejo-pj.pdf>. Acesso em: 24 mar 2024.

BRASIL. Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **MEMP divulga aumento de 5,1% de empresas abertas nos últimos quatro meses de 2023**: Mapa de Empresas detectou ampliação total de 0,7% no ano passado em comparação a 2022. [S.l.]: Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/memp/pt-br/assuntos/noticias/>. Acesso em: 21 de fev. 2024.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 dez. 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm. Acesso em: 10 jul. 2024.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Gestão de Inovação**. Tradução de Félix Nonnenmacher. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

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

DEMING, William Edwards. **Qualidade: A revolução da administração**. 1 ed. São Paulo: Editora Marques Saraiva, 1982. 367 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA. **Manual de Procedimentos Contábeis**. 2º edição. 2019. Disponível em: <https://www.ifpb.edu.br/praf/assuntos/documentos-praf/area7/manual-de-procedimentos-contabeis-ifpb-1deg-edicao.pdf>. Acesso em: 22 jul 2024.

Febraban. (2023). **PIX é o meio de pagamento mais usado no Brasil em 2022; TED lidera em valores transacionados**. Disponível em: <https://portal.febraban.org.br/noticia/4071/pt-br/>. Acesso em: 12 jul 2024.

FEBRABAN, Federação Brasileira de Bancos. **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2021**. Disponível em: <https://cmsarquivos.febraban.org.br/>. Acesso em: 21 de abril 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

Gil, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. Editora Atlas. São Paulo, 2008. p. 109

GEM Brasil 2023. **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil 2022**. São Paulo: ANEGEPE, 2023. p. 201. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/>. Acesso em: 04 mar. 2024.

GODOY, Arlinda SChmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas - RAE. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63. Mar./abr. 1995.

ITAÚ EMPRESAS. **Tabela Geral de Tarifas - Empresas**. 2024. Disponível em: https://www.italu.com.br/media/dam/m/4428b7a6c585420e/original/tabela_geral_de_tarifas_e_mprasas_pdf.pdf. Acesso em: 24 mar. 2024.

KOTLER, P., Kartajaya, H. Setiawan, I. **Marketing 4.0: Mudança do tradicional para o digital**. tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. Disponível em: <https://acesse.dev/ImTuz>. Acesso em: 16 mar 2023.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

KOTLER, Philip; Bes, F. Trias. **A Bíblia da Inovação: Princípios fundamentais para levar a cultura da inovação contínua às organizações.** São Paulo: Editora Lua de Papel, 2011

KURATKO, Donald F. **Empreendedorismo: teoria, processo, prática.** Tradução de Noveritis do Brasil. 10 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

MARIANO, Sandra H. H; Mayer, Verônica Feder. **Empreendedorismo: fundamentos e técnicas para criatividade.** Rio de Janeiro: LTC, 2012.

MINAYO, M.C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde.** São Paulo-Rio de Janeiro, HUCITEC-ABRASCO, 1992.

Ministério de Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Boletim do 3º Quadrimestre de 2023: **Mapa de Empresas.** Brasília: Secretaria de Microempresa e Empresa de Pequeno Porto, 2023. Disponível em gov.br/mapadeempresas. Acesso em: 08 mar 2023.

OLIVEIRA, Maria de F. S. IGLESIAS, Juan C. Revisando o conceito de inovação e suas implicações no campo do empreendedor. **XXXIX Encontro da ANPAD.** Belo Horizonte, MG. 13 a 16 de setembro, 2015. Disponível em: <https://encr.pw/x0Jpv>. Acesso em: 04 mar. 2024.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação.** 3. ed. tradução de Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP). Rio de Janeiro: FINEP, 2005. 236 p.

PORTER, M. **Vantagem competitiva.** Ed. Campus, 1986.

PEREIRA, T. M. da F. VASCONCELOS, C. R. M. de. Profile of initial and established entrepreneurship and its motivations. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 8, p. e27810817352, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i8.17352. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/17352>. Acesso em: 17 mar. 2024.

PEREZ, C. **Microelectronics, long waves and world structural change: new perspectives for developing countries.** World Development, v.13, p.441-463, 1985. DOI: [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(85\)90140-8](https://doi.org/10.1016/0305-750X(85)90140-8).

PINTO, M. de M. **Tecnologia e inovação.** 3.ed. rev. e atual. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração, UFSC; Brasília: CAPES; UAB, 2016. 150p.

RIES, Eric. **A Startup Enxuta: Como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

SANTANDER. **Pacotes e serviços pessoa jurídica.** 2024. Disponível em: <https://www.santander.com.br/pacotes-servicos-santander-pj>. Acesso em: 24 mar 2024.

SEBRAE. **Entenda o que são pagamentos instantâneos – PIX.** Brasília: Sebrae, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos>. Acesso em:

SEBRAE. **Pesquisa Pulso dos Pequenos Negócios**. Unidade de Gestão Estratégica do Sebrae Nacional. 3º ed. 2023. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2023/06/pesquisa-sebrae-ibge.pdf>. Acesso em: 23 jul 2024.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 1. ed. Cortez. São Paulo, 2013. p. 43 Disponível em: <https://bit.ly/3PaePzh>. Acesso em: 06 mar 2024.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SILVA, E. L. MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: UFSC/PPGEP/LED, 2000.

STEVENSON, William J. **Estatística aplicada à administração**. Harper & Row do Brasil, São Paulo, 1981.

STRAUSS, A. CORBIN, J. **Técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de Teoria Fundamentada**. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed; 2008.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Empreendedorismo: conceitos e práticas inovadoras**. 2. ed. São Paulo: Érica, 2019.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Managing innovation: integrating technological, managerial organizational change**. 3. ed. West Sussex: Wiley, 2005. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228315617_Managing_Innovation_Integrating_Technological_Market_And_Organizational_Change. Acesso em 16 mar. 2023.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

VILHA, A. M. **Gestão de inovação nas empresas**. Diadema: Prefeitura de Diadema, Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Trabalho, 2010.

VILHA, Anapátricia Morales. PRÁTICAS DE GESTÃO DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA: Proposição de um modelo para pequenas e médias empresas brasileiras. **Revista Gestão & Conexões Management and Connections Journal**. Vitória (ES), v. 2, n. 1, jan./jun. 2013 ISSN 2317-5087 DOI: 10.13071/regec.2317-5087.2013.2.1.4917.116-146. Universidade Federal do ABC -UFABC. 2013.

Yin, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Grassi. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ANEXO 1: ROTEIRO ESTRUTURADO PARA PESQUISA (GESTOR)

 <p>INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARAÍBA</p>	<p style="text-align: center;">INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA CAMPUS JOÃO PESSOA DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO</p>
--	--

ROTEIRO ESTRUTURADO DA PESQUISA PARA O GESTOR

Senhor Gestor, sou aluna concluinte do curso de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB e estou realizando uma pesquisa para o meu Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, motivo pelo qual solicito seu apoio e compreensão para responder às questões abordadas neste documento. Asseguro que suas informações estarão resguardadas, pois a identidade das pessoas não será revelada. Suas informações são extremamente necessárias para o êxito da pesquisa. Agradecemos antecipadamente sua contribuição.

Por favor, responda todas as perguntas e não deixe nenhuma sem resposta.

1.1 Perfil do respondente:

Idade: _____ **Sexo:** () Masculino () Feminino

Estado Civil: () Solteiro(a) () Casado(a) () Divorciado(a) () Viúvo(a) ()
Outro: _____

Nível de escolaridade: () Ensino Fundamental () Ensino Médio () Superior Completo

1.2 Dados do negócio:

Ramo de atividade: () Comércio () Serviço () Indústria ()
Outro: _____

Forma jurídica: () Negócio Informal () Empreendedor Individual – EI

() Micro Empresa - ME () Pequena Empresa

Idade do negócio:

No. de empregados:

Faturamento mensal: _____
Clientela atendida: () Local () Regional () Nacional

2. Contextualização e Introdução ao Uso do PIX

1. Como surgiu a decisão de incorporar o PIX como uma opção de pagamento na empresa?

2. Poderia compartilhar como você percebeu essa tecnologia como uma oportunidade de inovação para o seu negócio?

3. Influência do PIX na Eficiência Operacional

1. **De que maneira a adoção do PIX impactou a rapidez e eficiência nas transações financeiras do estabelecimento?**
 - A. As transações financeiras se tornaram significativamente mais rápidas com a adoção do PIX.
 - B. Houve uma melhoria moderada na rapidez das transações financeiras com o PIX.
 - C. Não houve impacto perceptível na rapidez das transações financeiras com a introdução do PIX.
 - D. As transações financeiras tornaram-se mais lentas devido a desafios na integração do PIX.
 - E. Outros (por favor, especifique).
2. **Quais foram as mudanças notáveis nos processos operacionais desde a implementação do PIX?**
 - A. Observamos uma simplificação dos processos de pagamento devido à introdução do PIX.
 - B. Os procedimentos de contabilidade e reconciliação foram aprimorados com a implementação do PIX.

- C. Não houve mudanças significativas nos processos operacionais após a implementação do PIX.
- D. Identificamos desafios operacionais adicionais decorrentes da adoção do PIX.
- E. Outros (por favor, especifique).

4. Relacionamento com os Clientes e Competitividade

1. **Como o PIX influenciou as relações com os clientes do quiosque/restaurante?**
 - A. Os clientes demonstraram maior satisfação devido à conveniência e rapidez oferecidas pelo PIX.
 - B. Houve um aumento no número de clientes que optam por utilizar o PIX como forma de pagamento.
 - C. Não houve mudança perceptível nas relações com os clientes após a introdução do PIX.
 - D. Alguns clientes expressaram preocupações com a segurança ou confiabilidade do PIX.
 - E. Outros (por favor, especifique).

2. **Você percebeu alguma mudança na competitividade do estabelecimento após a introdução do PIX?**
 - A. Sim, o estabelecimento tornou-se mais competitivo devido à oferta do PIX como forma de pagamento.
 - B. Não, a introdução do PIX não teve impacto significativo na competitividade do estabelecimento.
 - C. Observamos uma diminuição na competitividade devido à relutância de alguns clientes em utilizar o PIX.
 - D. Houve um aumento na demanda por parte dos clientes após a introdução do PIX, o que contribuiu para a competitividade.
 - E. Outros (por favor, especifique).

5. DESAFIOS E OPORTUNIDADES

1. **Alguma vez um cliente solicitou acesso à rede Wi-Fi do quiosque para poder efetuar um pagamento via PIX? Se sim, qual foi o seu procedimento a respeito?**

2. **Como o quiosque pode continuar operando o caixa na ausência de energia ou internet?**

3. **Em média, quantos pagamentos são realizados em um mês com:**

- **Dinheiro:**
- **PIX:**
- **Cartão (Débito):**
- **Cartão (Crédito):**

4. **Você já teve que lidar com alguma situação de fraude em pagamentos feitos com PIX ou outros métodos?**

5. **Para utilizar os serviços do PIX, você paga alguma tarifa ou imposto?**

6. **Você acredita que, se o PIX passar a ser taxado, pode haver prejuízos para os micros e pequenos negócios?**

1. **Quais foram os principais desafios enfrentados durante a integração do PIX ao processo organizacional?**

- A. Dificuldades técnicas na implementação do sistema de pagamento PIX.
- B. Resistência ou falta de familiaridade da equipe com a nova tecnologia.
- C. Questões de segurança relacionadas à transmissão de dados financeiros.
- D. Nenhum desafio significativo foi enfrentado durante a integração do PIX.
- E. Outros (por favor, especifique).

2. **Existem oportunidades adicionais que surgiram a partir da utilização do PIX que você gostaria de destacar?**

- A. Redução dos custos operacionais relacionados ao processamento de pagamentos.
- B. Possibilidade de desenvolver programas de fidelidade ou campanhas promocionais exclusivas para clientes que utilizam o PIX.
- C. Melhoria na gestão de fluxo de caixa e previsão de receitas.
- D. Não identificamos oportunidades adicionais específicas relacionadas ao uso do PIX.
- E. Outros (por favor, especifique).

- 3. Vocês oferecem algum tipo de desconto ou incentivo para os clientes que utilizam o PIX como forma de pagamento?**
- A. Sim, oferecemos descontos exclusivos para pagamentos com PIX.
 - B. Não, os preços permanecem os mesmos, independentemente do método de pagamento.
 - C. Oferecemos brindes ou benefícios adicionais para clientes que utilizam o PIX.
- 4. O uso do PIX impactou a percepção de valor dos seus produtos ou serviços pelos clientes?**
- A. Sim, os clientes percebem maior conveniência e valor ao utilizar o PIX.
 - B. Não, a percepção de valor dos produtos/serviços não foi afetada pela introdução do PIX.
 - C. Alguns clientes consideram que o PIX oferece maior segurança e rapidez, o que contribui para a percepção de valor.
- 5. De que maneira vocês promovem o uso do PIX entre os clientes do quiosque/restaurante?**
- A. Através de sinalizações e materiais promocionais visíveis no estabelecimento.
 - B. Oferecendo incentivos exclusivos para pagamentos com PIX.
 - C. Realizando campanhas de marketing nas redes sociais e outros canais de comunicação.

ANEXO 2: ROTEIRO ESTRUTURADO PARA PESQUISA (FUNCIONÁRIO)

 <p>INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARAÍBA</p>	<p>INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA CAMPUS JOÃO PESSOA DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO</p>
--	--

ROTEIRO ESTRUTURADO DA PESQUISA PARA FUNCIONÁRIOS

Sou aluna concluinte do curso de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB e estou realizando uma pesquisa para o meu Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, motivo pelo qual solicito seu apoio e compreensão para responder às questões abordadas neste documento. Asseguro que suas informações estarão resguardadas, pois a identidade das pessoas não será revelada. Suas informações são extremamente necessárias para o êxito da pesquisa. Agradecemos antecipadamente sua contribuição.

Por favor, responda todas as perguntas e não deixe nenhuma sem resposta.

1 Assinale com um X, onde corresponda:

1.1 Perfil do respondente:

1. Qual é a sua função ou cargo dentro do quiosque/restaurante?

- Gestor/Proprietário
- Funcionário/Colaborador
- Outro (especificar): _____

2. Há quanto tempo você está envolvido no quiosque/restaurante?

- Menos de 1 ano
- De 1 a 3 anos
- Mais de 3 anos

3. Qual é a sua experiência profissional anterior relacionada ao setor de alimentos e bebidas?

- Sem experiência anterior
- Menos de 1 ano
- De 1 a 3 anos
- Mais de 3 anos

1.2 Características do quiosque/restaurante.

1. Qual é o tamanho da equipe do quiosque/restaurante?

- Menos de 5 pessoas
- De 5 a 10 pessoas
- Mais de 10 pessoas

2. Qual é o volume médio de clientes atendidos diariamente no quiosque/restaurante?

- Menos de 50 clientes
- De 50 a 100 clientes
- Mais de 100 clientes

3. Qual é a localização do quiosque/restaurante?

- Zona urbana
- Zona rural
- Subúrbio

4. Qual é o público-alvo principal do quiosque/restaurante?

- Residentes locais
- Turistas/Visitantes
- Ambos

5. Qual é o principal tipo de produto ou serviço oferecido pelo quiosque/restaurante?

- Alimentos (por exemplo, lanches, refeições rápidas)
- Bebidas (por exemplo, sucos, refrigerantes, cafés)
- Outros (especificar)

6. Qual é a faixa etária predominante dos clientes do quiosque/restaurante?

- Menos de 18 anos
- 18 a 30 anos
- 31 a 50 anos
- Mais de 50 anos

1.2 Influência do PIX e à adoção de tecnologias inovadoras no quiosque/restaurante.

1. Experiência com o PIX no Ambiente de Trabalho

A. Como você percebeu a incorporação do PIX no dia a dia de trabalho no quiosque/restaurante?

B. Houve algum treinamento ou adaptação necessária para lidar com essa nova forma de pagamento?

3. Você acredita que o PIX facilitou ou complicou os processos operacionais?

- A. O PIX facilitou os processos operacionais, tornando-os mais ágeis e eficientes.
- B. O PIX complicou alguns processos operacionais, mas no geral facilitou a gestão financeira.
- C. Não percebi uma mudança significativa nos processos operacionais com a introdução do PIX.
- D. O PIX complicou os processos operacionais e tornou mais difícil gerenciar as transações.
- E. Outros (por favor, especifique).

4. Qual foi o feedback dos clientes em relação à introdução do PIX como forma de pagamento?

- A. Os clientes estão satisfeitos com a conveniência e rapidez oferecidas pelo PIX.
- B. Alguns clientes expressaram preocupações com a segurança ou confiabilidade do PIX.
- C. A maioria dos clientes ainda preferem outras formas de pagamento em detrimento do PIX.
- D. Não coletamos feedback específico dos clientes sobre o uso do PIX.
- E. Outros (por favor, especifique).

5. Na sua opinião, o uso do PIX tornou o quiosque/restaurante mais competitivo em relação aos concorrentes?

- A. Sim, o uso do PIX aumenta nossa competitividade ao oferecer uma opção de pagamento moderna e conveniente.
- B. Não, a introdução do PIX não teve impacto significativo em nossa competitividade.
- C. Ainda não é possível determinar o impacto do PIX na competitividade do estabelecimento.
- D. O PIX tornou o quiosque/restaurante menos competitivo devido a questões relacionadas à segurança ou confiabilidade.
- E. Outros (por favor, especifique).

6. Como você enxerga a importância de adotar tecnologias inovadoras como o PIX em um ambiente empreendedor como este?

- A. A adoção de tecnologias inovadoras como o PIX é crucial para manter a competitividade e atender às expectativas dos clientes.
- B. A inovação tecnológica como o PIX pode ser útil, mas nem sempre é essencial para o sucesso do negócio.
- C. Ainda não tenho certeza sobre a importância de adotar tecnologias como o PIX em nosso estabelecimento.
- D. A adoção do PIX é desnecessária e pode até mesmo prejudicar o negócio.
- E. Outros (por favor, especifique).

7. Você acredita que a empresa está aberta a incorporar outras tecnologias inovadoras no futuro?

- A. Sim, estamos sempre procurando maneiras de melhorar e inovar nossos processos com novas tecnologias.
- B. Talvez, depende das vantagens e custos associados a cada nova tecnologia.
- C. Não, a empresa prefere manter-se fiel aos métodos tradicionais de operação.
- D. Não sei ao certo qual é a postura da empresa em relação à incorporação de novas tecnologias.
- E. Outros (por favor, especifique).

ANEXO 3: ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO

 <p>INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARAÍBA</p>	<p>INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA CAMPUS JOÃO PESSOA DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO</p>
--	--

ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO

Objetivo da Observação:

Observar o uso e impacto do PIX como tecnologia inovadora na gestão de um pequeno negócio, analisando sua incorporação nos processos operacionais e nas interações com clientes.

1. Contextualização da Observação:

- Data e hora da observação:
- Fazer uma breve descrição do ambiente e estrutura do estabelecimento.

2. Observação dos Processos Operacionais:

- Registrar como as transações financeiras são realizadas no estabelecimento, incluindo métodos de pagamento antes e depois da introdução do PIX.
- Observar a eficiência e agilidade das transações feitas por meio do PIX em comparação com outras formas de pagamento.

3. Interação com os Clientes:

- Observar como os clientes são informados sobre a opção de pagamento via PIX, se tem plaquinhas com QR code ou outro tipo de sinalização.
- Observar se os clientes expressam preferência pelo PIX ou por outras formas de pagamento e quais os motivos por trás dessas escolhas.

4. Adaptação da Equipe e Treinamento:

- Observar se a equipe demonstra familiaridade e habilidade na utilização do PIX durante as transações.
- Registrar se há alguma necessidade de orientação ou treinamento adicional por parte dos funcionários para lidar com o PIX.
- Observar como a equipe lida com eventuais dificuldades ou problemas técnicos durante as transações via PIX

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, Joao Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Restrito

ENTREGA TCC - MICHELY KLECI FARIAS TONÉ

Assunto:	ENTREGA TCC - MICHELY KLECI FARIAS TONÉ
Assinado por:	Michely Kleci
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Restrito
Hipótese Legal:	Direito Autoral (Art. 24, III, da Lei no 9.610/1998)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Michely Kleci Farias Toné, ALUNO (20202460001) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA, em 26/09/2024 11:32:42.

Este documento foi armazenado no SUAP em 26/09/2024. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1260346

Código de Autenticação: 862246c4ac

