



**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**

LILIAN COSTA DE ARAÚJO

**FERRAMENTAS DE GESTÃO PARA PEQUENOS NEGÓCIOS: UM
ESTUDO DE CASO NO PROJETO FOCO NO MEI: APOIAR,
SOBREVIVER E CRESCER, DO IFPB**

**João Pessoa
2025**

LILIAN COSTA DE ARAÚJO

FERRAMENTAS DE GESTÃO PARA PEQUENOS NEGÓCIOS: UM ESTUDO DE CASO NO PROJETO FOCO NO MEI: APOIAR, SOBREVIVER E CRESCER, DO IFPB



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 Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientador(a): Dra. Rebeca Cordeiro da Cunha Araújo

JOÃO PESSOA
2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP
Biblioteca Nilo Peçanha –IFPB, *Campus* João Pessoa

A663f Araújo, Lilian Costa de.
 Ferramentas de gestão para pequenos negócios : um estudo de caso no projeto Foco no MEI : apoiar, sobreviver e crescer, do IFPB / Lilian Costa de Araújo. – 2025.
 62 f. : il.

 TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) – Instituto Federal da Paraíba – IFPB / Unidade Acadêmica de Gestão - UAG.
 Orientadora: Dra. Rebeca Cordeiro da Cunha Araújo.

 1. Microempreendedor Individual. 2. Ciclo PDCA. 3. Gestão.
 4. Melhoria contínua. I. Título.

CDU 005.342



AValiação 20/2025 - CCSBA/LIAC/LIA/ODC/DG/IFP/REITORIA/IFPB

Em 20 de agosto de 2025.

FOLHA DE APROVAÇÃO

LILIAN COSTA DE ARAÚJO

Matrícula 20211460032

FERRAMENTAS DE GESTÃO PARA PEQUENOS NEGÓCIOS: UM ESTUDO DE CASO NO PROJETO FOCO NO MEI: APOIAR, SOBREVIVER E CRESCER, DO IFPB

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em 20/08/2025 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, 20 de agosto de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SIAP)

Rebeca Cordeiro da Cunha Araújo (IFPB)

Orientador(a)

Odilon Saturnino Silva Neto (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Alysson André Régis de Oliveira (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- Rebeca Cordeiro da Cunha Araújo, PROFESSOR EM NÍVEL TECNOLÓGICO, em 20/08/2025 14:21:25.
- Odilon Saturnino Silva Neto, PROFESSOR EM NÍVEL TECNOLÓGICO, em 20/08/2025 15:05:18.
- Alysson André Régis de Oliveira, CHEFE DE DEPARTAMENTO - CDA - DFPPE-IF, em 20/08/2025 15:40:50.

Este documento foi emitido pelo SIAP em 20/08/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça o teste de QRCode ao lado ou acesse https://sigap.ifpb.edu.br/autenticar_documento/ e forneça os dados abaixo:

Código: 712218
Verificador: 904182198
Código de Autenticação:



NOSSA MISSÃO: Oferecer a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Eficiência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

RESUMO

O presente trabalho analisou como ferramentas de gestão tradicionais podem contribuir para a melhoria contínua de microempreendedores individuais (MEIs), a partir da atuação no projeto de extensão Foco no MEI: Apoiar, Sobreviver e Crescer, desenvolvido no IFPB – Campus João Pessoa. O estudo parte da crescente importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social do país, especialmente entre os pequenos negócios, que enfrentam altas taxas de mortalidade devido à falta de planejamento e conhecimento em gestão. O estudo teve como metodologia a pesquisa-ação, com a participação direta da pesquisadora no acompanhamento dos MEIs participantes do projeto. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários, entrevistas individuais com os empreendedores e consultorias personalizadas. As ferramentas de gestão aplicadas aos sujeitos analisados na pesquisa incluíram o Ciclo PDCA, a Análise SWOT, o Diagrama de Ishikawa e o 5W2H, que permitiram identificar os principais desafios enfrentados por cada negócio e propor soluções adaptadas às suas realidades. Os resultados demonstraram que, quando aplicadas de forma personalizada, essas ferramentas contribuem significativamente para a organização interna, planejamento estratégico e a tomada de decisão. Observou-se melhorias na estrutura organizacional, no engajamento dos empreendedores, no direcionamento das ações. O estudo conclui que a aplicação de ferramentas de gestão adaptadas às particularidades de cada contexto representa um recurso eficaz para o fortalecimento dos microempreendedores individuais, promovendo maior autonomia, clareza nos processos e perspectivas de crescimento sustentável.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual. Ciclo PDCA. Gestão. Melhoria contínua.

ABSTRACT

This study analyzed how traditional management tools can contribute to the continuous improvement of individual microentrepreneurs (MEIs), based on the extension project Focus on MEI: Support, Survive, and Grow, developed at IFPB – João Pessoa Campus. The study is based on the growing importance of entrepreneurship for the country's economic and social development, especially among small businesses, which face high mortality rates due to a lack of planning and management knowledge. The study used action research methodology, with the researcher directly participating in monitoring the MEIs participating in the project. Data collection was carried out through questionnaires, individual interviews with entrepreneurs, and personalized consulting. The management tools applied to the subjects analyzed in the research included the PDCA Cycle, SWOT Analysis, Ishikawa Diagram, and 5W2H, which allowed us to identify the main challenges faced by each business and propose solutions tailored to their realities. The results showed that, when applied in a personalized way, these tools contribute significantly to internal organization, strategic planning, and decision-making. Improvements were observed in organizational structure, entrepreneur engagement, and action direction. The study concludes that the application of management tools adapted to the particularities of each context represents an effective resource for strengthening individual microentrepreneurs, promoting greater autonomy, clarity in processes, and prospects for sustainable growth.

Keywords: Individual Microentrepreneur. PDCA Cycle. Management. Continuous improvement.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Matriz GUT.....	21
FIGURA 2: Ciclo PDCA.....	23
FIGURA 3: Diagrama de Ishikawa.....	25
FIGURA 4: Diagrama de Ishikawa MEI 1.....	38

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Estrutura da Matriz SWOT.....	20
QUADRO 2: Modelo 5W2H.....	24
QUADRO 3: Capacitações oferecidas aos MEIs analisados.....	34
QUADRO 4: Caracterização dos MEIs assistidos e analisados nesta pesquisa.....	35
QUADRO 5: Caracterização Geral dos MEIs.....	36
QUADRO 6: Problema x Análise do problema.....	37
QUADRO 7: Análise SWOT MEI 1.....	38
QUADRO 8: Análise SWOT MEI 2.....	39
QUADRO 9: Plano de Ação - 5W2H.....	40
QUADRO 10: Execução das Atividades Propostas.....	42
QUADRO 11: Verificação - Check.....	43
QUADRO 12: Ações Implementadas.....	44

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Evolução do percentual dos empreendedores.....	16
--	----

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Percentual para NÃO obtenção do CNPJ - Brasil	17
TABELA 2: Percentual da população que descontinuou um negócio	18

LISTA DE IMAGENS

IMAGEM 1: Fluxograma do delineamento da pesquisa.....	29
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNPJ:	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
GEM:	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IFPB:	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
MEI:	Microempreendedor Individual
OECD:	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
PB:	Paraíba
SEBRAE:	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	OBJETIVOS.....	13
1.1.1	Objetivo Geral.....	13
1.1.2	Objetivos Específicos.....	13
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
2.1	EMPREENDEDORISMO.....	14
2.2	EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	15
2.3	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL.....	17
2.4	FERRAMENTAS DE GESTÃO.....	19
2.4.1	Análise SWOT.....	19
2.4.2	Matriz de Priorização de GUT.....	21
2.4.3	Ciclo PDCA.....	22
2.4.4	5W2H.....	24
2.4.5	Diagrama de Ishikawa.....	24
3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	26
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	26
3.2	DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	28
3.3	SUJEITOS DE PESQUISA.....	30
3.4	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	31
3.5	PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS.....	32
4	ANÁLISE DE DADOS	33
4.1	ANÁLISE EXPLORATÓRIA DO PERFIL EMPREENDEDOR.....	33
4.2	CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDEDORES DO PROJETO.....	35
4.3	APLICAÇÃO DE FERRAMENTAS DE GESTÃO.....	36
4.3.1	Planejamento (P).....	36
4.3.2	Execução (D).....	41
4.3.3	Verificar (C).....	43
4.3.4	Atuar Corretivamente (A).....	44
4.4	RELATO DE EXPERIÊNCIA.....	45
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
	REFERÊNCIAS.....	49
	APÊNDICE 1 - ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	52
	ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO - ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA.....	53

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se consolidado como um dos principais feitos para o desenvolvimento econômico e social em diversas nações. Essa tendência é reforçada pelo aumento do número de pessoas que enxergam no empreendedorismo uma oportunidade de sustento ou realização profissional. O empreendedorismo desempenha um papel crucial identificando oportunidades e criando soluções inovadoras, para vender o seu produto e/ou serviço, contribuindo para a inovação, elevando o nível de competitividade e aumentando o crescimento econômico do país.

O empreendedorismo teve um crescimento significativo no Brasil, especialmente entre os pequenos negócios. De acordo com Sebrae (2020), as micro e pequenas empresas são responsáveis por 30% da produção de riquezas do país. Conforme dados do IBGE (2024), em 2022 haviam 14,6 milhões de microempreendedores individuais (MEIs) no país, correspondente a 18,8% do total de ocupados formais. Esse número reflete um aumento de 1,5 milhão de MEIs em relação ao ano de 2021. No mesmo ano, a taxa de entrada de MEIs foi de 18,3%, equivalente a 2,7 milhões de novos empreendimentos, sendo quase a totalidade de nascimentos. No mesmo período, a taxa de saída foi de 8,1%, equivalente à saída de 1,2 milhão de MEIs. O resultado foi um saldo positivo de 1,5 milhão de MEIs.

Segundo dados do Sebrae (2023), os MEIs têm a maior taxa de mortalidade entre os pequenos negócios, com 29% encerrando suas atividades após cinco anos de atividade. As microempresas (MEs) apresentam uma taxa intermediária, com 21,6%, fechando no mesmo período. As empresas de pequeno porte (EPPs) têm a menor taxa de mortalidade, com 17% encerrando suas atividades após cinco anos. Esse cenário é preocupante, visto que os MEIs são responsáveis pela maior parte das empresas brasileiras, correspondendo a 75,8% do total de CNPJ ativos.

Embora o empreendimento no Brasil tenha diversas oportunidades, também apresenta desafios, especialmente para os MEIs, que muitas vezes enfrentam dificuldades na gestão do próprio negócio. A ausência de conhecimento financeiro, acesso a crédito, planejamento adequado e falta de informação referente a ferramentas de gerenciamento são alguns dos fatores que contribuem para a mortalidade desses empreendimentos.

Uma forma eficaz de minimizar os problemas relacionados à gestão do negócio é através do uso de ferramentas gerenciais. Ferramentas como a Análise SWOT, que ajudam a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, promovendo um diagnóstico mais preciso e estratégico; a Matriz GUT, que consiste na priorização de problemas ou tarefas; o

Ciclo PDCA (Plan, Do, Check, Act), que consiste na identificação de problemas para traçar um plano de ação detalhado no intuito de encontrar soluções sustentáveis, monitorando as atividades realizadas para obtenção de resultados positivos; o 5W2H (What, Why, Who, Where, When, How, How much), que consiste em 7 perguntas feitas para si mesmo, e que auxiliam em decisões mais pontuais; e o Diagrama de Ishikawa, que consiste em identificar as causas raiz dos problemas, possibilitando a elaboração de soluções eficazes. Essas ferramentas auxiliam os pequenos empreendedores a melhorar significativamente seus empreendimentos permitindo a identificação de problemas, implementando soluções eficazes e a avaliação dos resultados obtidos, aumentando suas chances de sucesso e longevidade no mercado.

Para esta pesquisa, as ferramentas de gestão foram aplicadas aos problemas identificados em sete MEIs de diferentes setores econômicos, no período de novembro de 2024 a março de 2025, como parte das atividades desenvolvidas em um projeto de extensão. A implementação das ferramentas gerenciais fora conveniente, dada a circunstância econômica e os desafios enfrentados pelos pequenos empresários, especialmente após os impactos econômicos causados pela pandemia da Covid-19.

Este estudo buscou ampliar a literatura existente sobre gestão de pequenos negócios, a partir da necessidade observada de aprimorar suas práticas de gestão para alcançar melhor desempenho. Observou-se que muitos microempreendedores individuais enfrentam desafios gerenciais devido à falta de acesso a ferramentas de gestão eficazes e de fácil implementação. A pesquisa visa preencher essa lacuna, oferecendo soluções práticas e acessíveis para pequenos negócios.

A relevância do estudo reside em proporcionar um entendimento aprofundado sobre as ferramentas de gestão aplicáveis a empresas de todos os portes, em especial aos pequenos negócios. Além de oferecer a oportunidade de contribuir significativamente para a melhoria e desempenho dos empreendimentos envolvidos no projeto.

Para a área de Administração, a pesquisa amplia o conhecimento sobre as ferramentas de gestão para os pequenos negócios. A investigação detalhada dessas ferramentas e suas aplicações práticas oferece novas perspectivas que podem ser incorporadas aos currículos acadêmicos e à formação de administradores. Além disso, a pesquisa contribui para o desenvolvimento de metodologias mais eficazes e adaptadas às necessidades dos microempreendedores, fortalecendo o campo da administração de pequenos negócios.

Para a sociedade, a importância da pesquisa reside em seu potencial para melhorar a gestão e o desempenho de pequenos negócios, que são fundamentais para a economia local e

nacional. Pequenos negócios geram empregos, fomentam a inovação e impulsionam o desenvolvimento econômico. Ao fornecer ferramentas de gestão eficazes e acessíveis, a pesquisa ajuda a garantir que esses empreendimentos possam prosperar, contribuindo para a estabilidade econômica e a melhoria da qualidade de vida nas comunidades onde atuam.

Diante do exposto, este estudo visa responder a seguinte questão de pesquisa: Como ferramentas de gestão tradicionais podem ajudar microempreendedores individuais a identificarem e corrigirem problemas de maneira contínua?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 **Objetivo Geral**

Desenvolver uma abordagem centrada em ferramentas de gestão voltadas para melhoria contínua de empreendimentos do projeto Foco no MEI, do IFPB João Pessoa.

1.1.2 **Objetivos Específicos**

- Analisar os processos internos dos negócios para identificar pontos críticos que necessitam de melhoria;
- Desenvolver e implementar planos de ação detalhados para abordar as áreas de melhoria identificadas, garantindo a implementação eficaz das mudanças;
- Ajustar e refinar os processos com base nos resultados obtidos, garantindo que as empresas continuem a evoluir e a melhorar continuamente.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste tópico será apresentada a base conceitual que sustenta a pesquisa, fornecendo um conjunto de teorias, modelos e conceitos relevantes para a compreensão do tema. Neste contexto, é fundamental explorar as principais abordagens teóricas que servirão de alicerce para a análise e discussão do assunto em questão.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo desempenha papel fundamental na economia moderna, impulsionando inovação, crescimento e desenvolvimento. O economista austríaco Joseph A. Schumpeter (1934), define empreendedorismo como processo de inovação e “destruição criativa”, onde novas ideias e tecnologias substituem as antigas, impulsionando o desenvolvimento econômico.

Do ponto de vista social, o empreendedorismo visa resolver problemas sociais, ambientais ou culturais, buscando impacto positivo na comunidade, além do retorno financeiro. Segundo Austin *et al.* (2004), o empreendedorismo social envolve necessidades sociais, criar soluções inovadoras, garantir sustentabilidade financeira e gerar impacto social positivo.

Para Robbins (2001), empreendedorismo é o processo no qual indivíduos identificam oportunidades, organizam os recursos necessários e, através da inovação, iniciam seus próprios negócios, assumindo os riscos e as recompensas, enquanto atendem suas necessidades e desejos pessoais. Schumpeter (1934) foi quem relacionou o termo empreendedorismo à ideia de inovação, apontando o empreendedor como catalisador do desenvolvimento econômico por meio da exploração de oportunidades de negócios.

De acordo com Britto e Wever (2004), há basicamente dois tipos de empreendedores: aqueles que se aventuram por oportunidade, identificando e aproveitando lacunas no mercado para inovar e prosperar, e aqueles que se lançam ao empreendedorismo por necessidade, buscando criar uma fonte de renda em resposta a desafios econômicos ou pessoais, como a falta de emprego.

Dornelas (2005) acrescenta que o empreendedor por oportunidade sabe onde deseja chegar, é um visionário e possui um planejamento prévio do negócio, visando crescimento, geração de lucros e criação de empresas, além de possuir uma relação estreita com o desenvolvimento econômico local, regional e nacional. Por outro lado, o empreendedor por

necessidade inicia seu negócio por falta de opção, geralmente por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. Na maioria das vezes, esses empreendimentos são informais e sem planejamento prévio. Por isso, muitos negócios iniciados por necessidade não geram desenvolvimento econômico, fracassam e aumentam as estatísticas de mortalidade empresarial. Esse tipo de empreendedorismo é comum em países subdesenvolvidos.

Existem inúmeras definições para o termo empreendedor, que, de acordo com Filion (1999, p. 14) “definir o empreendedor é um desafio perpétuo, dada a ampla variedade de pontos de vista usados para estudar o fenômeno”. Essa diversidade de definições ocorre principalmente porque são propostas por pesquisadores de diversas áreas, que aplicam os princípios de seus próprios campos de interesse para conceituar o empreendedorismo.

Conforme Filion (2000), Cantillon descrevia o empreendedor como alguém que comprava matéria-prima por um preço certo e a revendia por um preço incerto. Além disso, seu interesse pelos empreendedores estava em harmonia com as ideias dos pensadores liberais da época, que defendiam liberdade total para que cada indivíduo pudesse tirar o máximo proveito de seu trabalho.

Nesse contexto, Bruyat e Julien (2000, p. 167) afirmam que, para Cantillon, "o empreendedor é alguém que assume os riscos e pode legitimamente apropriar-se de qualquer lucro". Essa visão atraiu a atenção de vários autores franceses, incluindo os fisiocratas como Turgot e Baudeau, liderados por François Quesnay (1694-1774).

2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil é um tema de grande relevância na atualidade. Segundo Drucker (1987), empreendedorismo é a prática de identificar ou criar oportunidades e transformá-las em negócios. Os empreendedores “criam algo novo, algo diferente; eles mudam ou transformam valores” (Drucker, 1987, p. 29). No Brasil, essa prática é cada vez mais comum, com pouco mais de 21 milhões de CNPJ ativos, segundo dados do Brasil (2024).

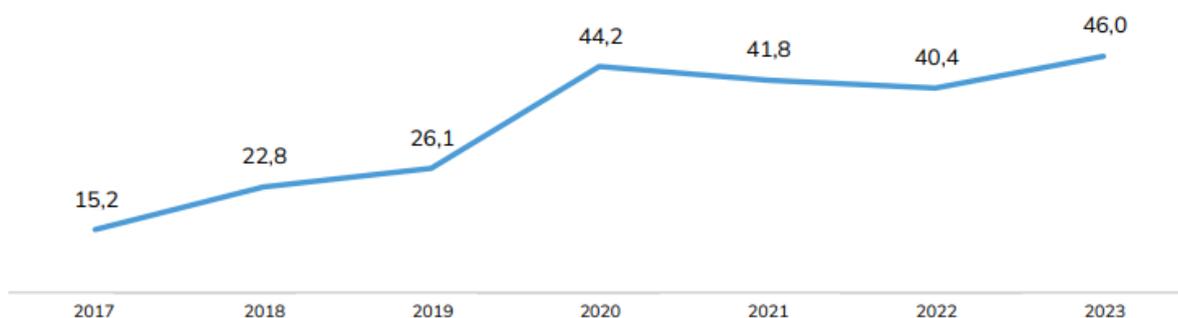
Desde 1999, uma pesquisa chamada *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM (Reynolds *et al.*, 2000), promovida pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD), analisa as complexas relações entre o crescimento econômico e o empreendedorismo nos países do G-7 e, a partir de 2000, também em países em desenvolvimento, como o Brasil. A pesquisa concluiu que a principal ação de um governo

para gerar crescimento econômico é apoiar e estimular o empreendedorismo, o que deve ser a prioridade principal das políticas públicas.

Segundo dados da GEM (2023), o Brasil pertence a economia de renda per capita nível C, que as taxas TTE e TEA, que são a proporção entre os empreendimentos iniciais (TEA) em relação aos totais (TTE), respectivamente de 30,1% que o coloca na quarta posição (4^a) entre as mais altas TTE de seu grupo de renda, abaixo do Equador, com TTE de 55%; Guatemala, com 43,4%; e Tailândia, com 35%. Já sua TEA de 18,6% o coloca na sexta posição (6^a) entre as mais altas TEA de seu grupo de renda, abaixo do Equador e da Guatemala, na faixa dos 32%; Tailândia, Colômbia e Venezuela, na faixa dos 23%.

O gráfico 1 mostra os percentuais de empreendedores totais para empreendedores que obtiveram um CNPJ, ou seja, foram devidamente formalizados.

Gráfico 1: Evolução do percentual dos empreendedores segundo a formalização - Brasil - 2017:2023



Fonte: GEM Brasil 2017 a 2023.

Percebe-se um aumento no ano de 2020, decorrente da pandemia, onde muitas pessoas ficaram desempregadas e tentaram compensar essa perda de renda com a formalização de atividades empreendedoras como MEI (GEM, 2023).

A tabela 1 mostra as razões para a não formalização dos negócios. Segundo dados do GEM (2023), existem dois motivos para isso, o fator custo para a formalização e a alegação de não ter como pagar os impostos.

Tabela 1: Percentual das principais razões para NÃO obtenção do CNPJ por estágio - Brasil - 2023

Motivo	Percentual dos empreendedores ¹ (%)			
	Iniciais			Estabelecidos
	Nascentes	Novos	Total (iniciais)	
Ainda não iniciou as atividades	42,9	10,6	25,4	2,2
Iniciou o negócio há pouco tempo, ainda irá regularizar	18,6	7,3	12,5	4,3
Não vê necessidade	11,9	27,8	20,0	38,0
Está em processo de regularização da empresa	8,5	7,7	7,8	1,8
Atividade não exige CNPJ/possui outro tipo de registro alvará, licença	5,4	11,0	8,6	15,0
Por falta de tempo	5,1	9,2	7,5	4,7
Formalização custa caro	4,1	7,1	5,8	12,3
Não sabe se vai continuar com este negócio por muito tempo	2,6	10,9	7,2	3,1
Não sabe como fazer para formalizar	2,3	0,8	1,5	8,1
Não tem como pagar impostos	2,1	4,5	3,5	7,7
Formalização é um processo demorado/burocrático	0,0	3,5	1,9	7,3
Outro motivo	6,9	7,8	7,5	12,3

Fonte: GEM Brasil 2023.

¹ Respostas múltiplas. Não totalizam 100%

Esse posicionamento reflete a ignorância e falta de informação sobre a possibilidade de formalização como MEI, dando a possibilidade de pouca burocracia e baixo custo para o empreendedor. Além disso, GEM (2023), também aponta a limitação de “falta de tempo”, ou “não saber como fazer para formalizar”. Nesse sentido, iniciativas governamentais como o *Startup* Brasil e o SEBRAE têm trabalhado para reduzir a complexidade e apoiar os empreendedores.

2.3 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

De acordo com Brasil (2023), um Microempreendedor Individual (MEI) é aquele que atua como pequeno empresário de forma autônoma. Ao se formalizar, o MEI acessa uma série de benefícios que facilitam o caminho para o sucesso. Entre as exigências para essa formalização está o limite de faturamento, que não deve ultrapassar R\$ 81 mil por ano.

O MEI é regulamentado pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, que alterou a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006). Teve como objetivo simplificar a abertura e formalização de microempresas e empresas de pequeno porte, tornando o processo mais acessível e menos oneroso, o que antes era um processo complexo e burocrático.

De acordo com o Sebrae (2023), os Microempreendedores Individuais (MEIs) representam a maior parte das empresas brasileiras. Segundo dados da Receita Federal (2024), atualmente os MEIs somam 16.144.563, correspondendo a 75,8% do total de CNPJ ativos no país (21.302.354). Esses números demonstram um crescimento significativo de pequenas empresas formalizadas.

É fato que nem todos os negócios conseguem permanecer e se estabelecer no mercado. Em concordância, (GEM, 2023, p. 17) reconhece que

os negócios falham porém, há um processo de aprendizado e de amadurecimento para o empreendedor e as demais pessoas envolvidas; assim, a partir da reflexão sobre essa experiência, é possível rever decisões, modelo de negócio, estratégias, de modo que futuras iniciativas empreendedoras sejam mais bem preparadas, para, assim, terem mais chances de obterem sucesso.

A tabela 2 mostra o percentual da população que descontinuou um negócio e as principais razões da descontinuidade. Segundo dados do GEM (2023), percebe-se que em 2020 e 2021, as causas para o encerramento de negócios estavam relacionadas a eventos decorrentes da pandemia. A partir de 2022 e 2023, a pandemia deixa de ser a principal causa de encerramento e voltam a se destacar as razões relacionadas ao negócio em si, como a lucratividade e a dificuldade de obtenção de recursos.

Tabela 2: Percentual da população que descontinuou um negócio e principais razões da descontinuidade- Brasil - 2020:2023

Proporção da população que afirma ter encerrado algum negócio no ano anterior		Ano			
		2020	2021	2022	2023
		9,4	9,1	9,8	8,0
Principais razões da descontinuidade	Negócio não lucrativo ou dificuldade para obter recursos	26,1	24,4	35,2	48,3
	Questões relacionadas à pandemia de coronavírus	41,6	47,4	26,6	14,3
	Questões pessoais ou familiares	15,5	13,5	23,4	19,2
	Outra oportunidade de trabalho ou negócio	5,8	4,9	4,6	9,4
	Outras	11,0	9,7	10,2	8,7
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2020 a 2023.

Em concordância com GEM, Sebrae (2024), aponta que a mortalidade empresarial é um desafio significativo, sobretudo para micro e pequenos negócios. No Brasil, aproximadamente 40% das empresas fecham suas portas antes de completarem cinco anos, sendo que os MEIs apresentam a maior taxa de mortalidade.

Assim, os pequenos negócios, especialmente os MEIs, enfrentam dificuldades na administração de seus negócios, como separar as finanças pessoais das finanças dos pequenos negócios, falta de acesso a crédito, falta de planejamento estratégico e gestão de riscos, gestão de estoques, problemas logísticos, concorrência, falta de conhecimento tecnológico, falta de conhecimento específico na gestão do negócio, entre outros problemas. Isso evidencia a necessidade de implementação de um método de gerenciamento eficaz para assegurar a prosperidade da empresa, bem como de adquirir conhecimento nas áreas de finanças, controle e gestão de pequenos negócios.

2.4 FERRAMENTAS DE GESTÃO

Neste tópico, serão apresentadas as ferramentas de gestão que fundamentam a pesquisa, fornecendo uma visão detalhada de diversas metodologias e conceitos relevantes para a melhoria contínua de pequenos negócios. Serão exploradas abordagens teóricas essenciais que servirão de base para a análise e discussão das estratégias de gestão abordadas.

Serão abordadas a Análise SWOT, que avalia as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças dos negócios; a Matriz de Priorização de GUT (Gravidade, Urgência, Tendência), utilizada para a priorização de problemas; o Ciclo PDCA (Planejar, Fazer, Verificar, Agir), que promove a melhoria contínua; o 5W2H, que detalha as etapas de um plano de ação; e o Diagrama de Ishikawa, que identifica causas raiz de problemas. Essas ferramentas são essenciais para a implementação eficaz de estratégias e a obtenção de resultados.

2.4.1 Análise SWOT

A Análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats), também conhecida no Brasil como Matriz FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) é uma ferramenta clássica da administração. Segundo Sebrae (2023), a ferramenta de gestão

ajuda o empreendedor a entender o seu negócio a partir de uma análise dos ambientes interno (forças e fraquezas) e externo (oportunidades e ameaças), independente do porte da empresa.

Chiavenato e Sapiro (2023) destacam que, apesar de ser uma ferramenta simples, a Análise SWOT é extremamente poderosa quando utilizada corretamente. A simplicidade da matriz torna seu uso acessível para empresas de qualquer porte, desde microempresas até grandes corporações.

O quadro 1 mostra a Análise SWOT, traduzida para o português.

Quadro 1: Estrutura da Matriz SWOT

Fatores Internos	FORÇAS	FRAQUEZAS
	S: Quais são os pontos fortes do seu negócio?	W: Quais são os pontos fracos do seu negócio?
Fatores Externos	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	O: Quais são as oportunidades para o seu negócio?	T: Quais são as ameaças para seu negócio?

Fonte: Adaptado de Chiavenato e Sapiro (2023).

De acordo com Chiavenato e Sapiro (2023), o significado de cada uma das letras da Análise SWOT, são:

- **Forças:** As características internas da empresa lhe conferem uma vantagem competitiva.
- **Fraquezas:** Os fatores internos que prejudicam o desempenho da empresa.
- **Oportunidades:** As circunstâncias externas que a empresa pode aproveitar para melhorar seu desempenho ou expandir suas operações.
- **Ameaças:** Os fatores externos que podem impactar negativamente a empresa.

De acordo com Sebrae (2023), a avaliação dos quatro fatores que compõem a sigla SWOT é fundamental para o sucesso e crescimento de um empreendimento, pois permite traçar um diagnóstico para definir metas, estratégias e ações para o negócio.

2.4.2 Matriz de Priorização de GUT

A Matriz de Priorização de GUT (Gravidade x Urgência x Tendência) foi desenvolvida por Charles H. Kepner e Benjamin B. Tregoe, na década de 80 como uma das ferramentas utilizadas na solução de problemas. Essa ferramenta de qualidade é usada para definir prioridades, atribuindo uma pontuação de 1 a 5 entre diversas alternativas de ação. O propósito desta ferramenta é racionalizar a priorização das ações, considerando a gravidade, urgência e tendência do fenômeno, permitindo a escolha da ação menos prejudicial. A pergunta que a matriz responde é “por onde devemos começar?” ou “o que devemos fazer primeiro?” (Hékis *et al.*, 2013).

Na figura 1, observa-se os critérios de priorização da Matriz GUT e suas respectivas pontuações.

Figura 1: Matriz GUT

NOTA	GRAVIDADE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1	Sem gravidade	Pode esperar	Não mudar nada
2	Pouco grave	Pouco urgente	Piorar em longo prazo
3	Grave	O mais rápido possível	Piorar em médio prazo
4	Muito grave	É urgente	Piorar em curto prazo
5	Extremamente grave	Precisa ser resolvido já	Piorar rapidamente

PROBLEMA	GRAVIDADE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA	GRAU CRÍTICO (G x U x T)	SEQUÊNCIA DE ATIVIDADES
Atraso na entrega	4	4	3	48	2
Capacitação da equipe de vendas	3	3	1	9	4
Defeitos na produção da embalagem	5	5	5	125	1
Aumento do consumo de água	3	2	5	30	3

Fonte: Rabello (2024).

O significado de cada um dos elementos da Matriz GUT segundo Rabello (2024) são:

- **Gravidade:** Representa a importância do problema. Quanto mais grave, maior o impacto negativo se não resolvido.
- **Urgência:** Mede a necessidade de tempo. Avalie quão rápido é preciso agir para evitar maiores danos ou interrupções.

- **Tendência:** Refere-se ao potencial de piora do problema com o tempo. Se nada for feito, o problema aumenta?

Rabello (2024), explica o cálculo desta matriz atribuindo uma pontuação para cada fator, ou seja cada fator é avaliado em uma escala de 1 a 5, sendo 5 maior prioridade e 1 menor prioridade. Após a atribuição das pontuações é feito o cálculo final da matriz multiplicando cada fator. Como mostra o exemplo da figura 1, o problema de atraso na entrega obteve gravidade 4, urgência 4 e tendência 3, o resultado será $4 \times 4 \times 3 = 48$. Este resultado é comparado com o cálculo de outros problemas, permitindo a priorização e tomada de decisões eficientes.

Utilizada na priorização de problemas e na análise de riscos, a Matriz GUT foi desenvolvida para ajudar os gestores de maneira quantificável para que através dela seja possível que as decisões sejam tomadas com base no impacto real que os problemas podem ter nos resultados da empresa (Souza, 2022). Isso é especialmente útil para micro e pequenos negócios, onde os recursos são geralmente limitados e as decisões precisam ser estratégicas e rápidas.

2.4.3 Ciclo PDCA

Para Vieira Filho (2021), o Ciclo PDCA é um método de gerenciamento para a tomada de decisões utilizado para garantir o alcance das metas necessárias à sobrevivência de uma organização. Esse método é utilizado na busca pela melhoria contínua, auxiliando no sucesso dos negócios.

Conforme Deming (1990), o Ciclo PDCA, antes denominado de “Ciclo de Shewhart” ou “Ciclo de Deming”, teve origem na década de 1920 por Walter A. Shewhart, porém, só foi popularizado no Japão em 1950, por William E. Deming. O autor explica que a ferramenta de gerenciamento procura verificar como melhorar o produto do amanhã, estudando os resultados de cada mudança. Na etapa de Ação Corretiva (Act), são avaliados os resultados, decidindo-se pela melhoria ou manutenção do atual estágio. Essa ferramenta nos permite refletir sobre os resultados obtidos, indicando se alterações devem ser feitas ou não.

Na figura 2, observa-se o Ciclo PDCA em sua totalidade.

Figura 2: Ciclo PDCA



Fonte: Adaptado de Falconi (2013).

O Ciclo PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) é composto por quatro etapas, são elas: Planejar (P), Executar (D), Verificar (C) e Atuar corretivamente (A). Vieira Filho (2021), explica os termos no Ciclo PDCA da seguinte forma:

- **Planejamento (P):** Nesta etapa, são definidos os objetivos e metas a serem alcançados e os métodos para atingi-las, além de definir os procedimentos que serão adotados para obtenção das metas. Identifica-se os problemas existentes e suas causas, desenvolvendo planos e estratégias detalhadas para atingir os objetivos estabelecidos.
- **Execução (D):** Todos os envolvidos são treinados de acordo com os objetivos e metas estabelecidos, realizam atividades conforme o planejamento e colhem dados.
- **Verificar (C):** Nesta etapa, é feita a verificação do que foi executado está de acordo com as metas estabelecidas, ou seja, os resultados das ações implementadas são analisados e comparados com as metas definidas, identificando pontos que necessitam de aprimoramento.
- **Atuar Corretivamente (A):** Esta etapa consiste em implementar ações corretivas e preventivas com base na análise de dados. Caso as atividades realizadas não estejam de acordo com o planejamento, deve-se atuar corretivamente. As melhorias alcançadas

são padronizadas para garantir sua continuidade, reiniciando o ciclo com novas metas e planos, buscando sempre a melhoria contínua dos processos.

2.4.4 5W2H

Para Vieira Filho (2021), o modelo 5W2H, ou também chamado de plano de ação, é uma ferramenta de fácil utilização, bem como uma das mais importantes para planejar as ações que serão executadas. Essa ferramenta permite organizar planos de ação por meio de sete perguntas básicas, como mostra o quadro abaixo:

Quadro 2: Modelo 5W2H

What?	O que será feito?
Who?	Quem será responsável?
When?	Quando será feito?
Where?	Onde será feito?
Why?	Por que será feito?
How?	Como será feito?
How much?	Quanto vai custar?

Fonte: Adaptado de Vieira Filho (2021).

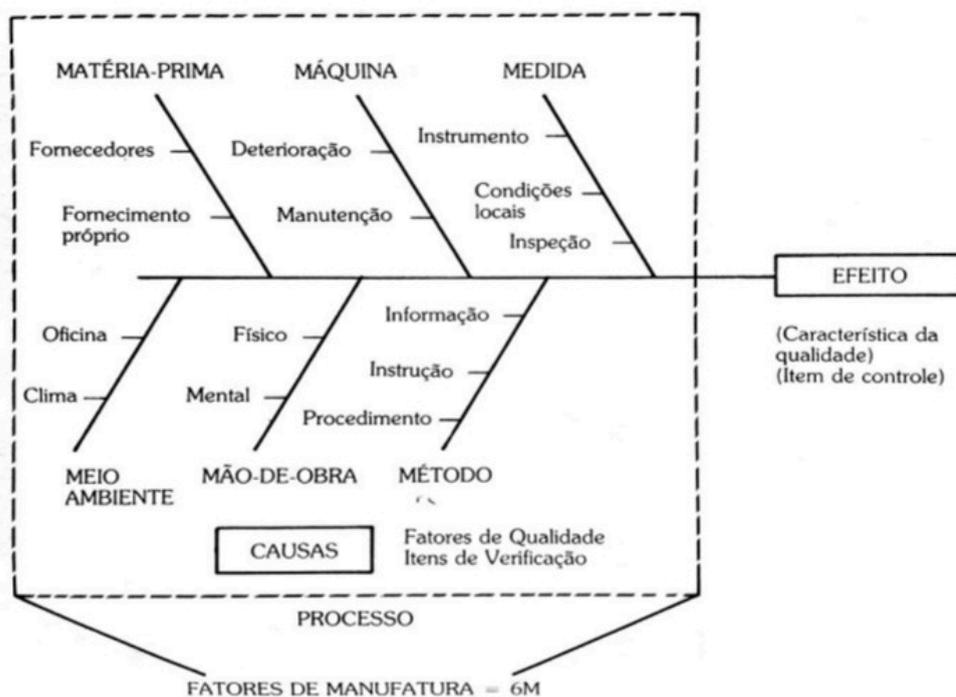
Essas sete perguntas traduzidas do inglês, asseguram que todos os aspectos de um plano de ação sejam estabelecidos antes de sua implementação, prevenindo problemas e imprevistos. Chiavenato (2014) ressalta que o 5W2H é amplamente adotado em pequenas empresas devido à sua simplicidade de aplicação e ao baixo custo, podendo ser utilizado em qualquer tipo de negócio.

2.4.5 Diagrama de Ishikawa

O Diagrama de Ishikawa, também conhecido como diagrama de causa e efeito ou espinha de peixe, foi desenvolvido por Kaoru Ishikawa, um dos pioneiros no controle de qualidade no Japão. De acordo com Vieira Filho (2021), o diagrama de causa e efeito não só resume as possíveis causas do problema, mas também serve como guia para identificar a causa raiz do problema e determinar as ações que devem ser tomadas.

Segundo Falconi (2014), o diagrama de Ishikawa foi desenvolvido para que todos os colaboradores da empresa pudessem praticar a distinção entre os fins e os meios. O autor descreve um processo como um conjunto de causas que geram um ou mais efeitos. Na figura 3, pode-se observar o processo dividido em grupos de causas, também conhecidos como fatores de manufatura, que incluem matéria-prima, máquina, medida, meio ambiente, mão de obra e método.

Figura 3: Diagrama de Ishikawa



Fonte: Adaptado de Falconi (2013).

Para Falconi (2013), o Diagrama de Ishikawa é particularmente eficaz em pequenas empresas, pois permite que os gestores identifiquem rapidamente os gargalos que afetam o desempenho. A capacidade de visualizar as causas em um formato simplificado torna o diagrama uma ferramenta valiosa para pequenos negócios que precisam resolver problemas de forma ágil, sem a necessidade de grandes investimentos em tecnologias avançadas.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Neste tópico, será apresentada a metodologia adotada para o desenvolvimento da pesquisa, com a descrição das estratégias utilizadas para a coleta e a análise das informações. Serão abordados aspectos fundamentais, como a caracterização da pesquisa, o perfil dos sujeitos participantes, os instrumentos de coleta de dados aplicados, além da abordagem utilizada para a interpretação dos dados obtidos.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Para Bagnó (2010) entende-se por pesquisa uma investigação, um aprofundamento, uma indagação feita com cuidado, que busca respostas para as perguntas. A pesquisa é desenvolvida por um processo que compreende desde a seleção do tópico ou problema para investigação até o relatório do resultado da pesquisa.

Quanto à classificação da pesquisa será pesquisa empírica, ou também chamada de pesquisa de campo, que tem como objetivo coletar informações sobre o problema, que busca resposta, ou com propósito de descobrir novos fenômenos ou relação entre eles.

A pesquisa de campo vai além da coleta de dados,

por isso não deve ser confundida com a simples coleta de dados (este último corresponde à segunda fase de qualquer pesquisa); é algo mais que isso, pois exige contar com controles adequados e com objetivos preestabelecidos que discriminam suficientemente o que deve ser coletado (Lakatos; Marconi, 2020 p. 203).

Na pesquisa de campo, observa-se primeiramente os fatos e fenômenos da maneira como ocorrem na realidade. Em seguida, são definidas as técnicas que serão utilizadas para a coleta de dados e, por fim, são coletados os dados. Logo após coletados, serão analisados e interpretados sempre com base teórica sólida e bem fundamentada, desse modo, esse tipo de pesquisa tem como objetivo compreender e explicar os problemas do objeto de estudo da pesquisa.

Quanto à abordagem da pesquisa, foi qualitativa, que conforme Godoi, Bandeira-de-Mello e Silva (2013), busca compreender o significado e o sentido das experiências e fenômenos sociais. Além disso, esses autores destacam que “a abordagem qualitativa oferece uma perspectiva rica e detalhada sobre os fenômenos organizacionais,

permitindo uma compreensão mais profunda das dinâmicas sociais e culturais que ocorrem nos contextos organizacionais." (Godoi; Bandeira-de-Mello; Silva, 2013, p. 211).

Quanto à tipologia da pesquisa, foi pesquisa-ação que caracteriza-se como:

um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo (Thiollent, 2011, p. 20).

Quanto à organização da pesquisa-ação, Lewin (1946) identifica três fases fundamentais que se desenvolvem em um ciclo espiral: 1) Planejamento (*planning*): esta fase envolve o conhecimento e reconhecimento da situação; 2) Ação (*action*): é a execução das atividades planejadas; e 3) Encontro de fatos (*fact-finding*): coleta de dados sobre os resultados das ações, os quais devem ser incorporados na fase seguinte de planejamento e assim sucessivamente. Este ciclo contínuo permite que as ações sejam constantemente ajustadas às necessidades coletivas.

Assim como na pesquisa-ação, o Ciclo PDCA também identifica a situação, executa o plano de ação elaborado, verifica o que foi feito e ajusta as ações implementadas a fim de aperfeiçoar, fazendo com que o PDCA gire novamente e promova um ciclo de melhoria contínua.

Martelanc (2010) ressalta que, na pesquisa-ação, o autor do estudo teve envolvimento ativo no caso, geralmente tentando resolver um problema. Caracteriza-se por ter um distanciamento emocional entre o autor e o caso, fazendo com que o autor se coloque como observador neutro, compreendendo todos os lados, crítico inclusive da própria atuação.

Assim, a Pesquisa-Ação se apresenta como uma ferramenta valiosa para este estudo, permitindo uma compreensão mais profunda dos fenômenos sociais e organizacionais.

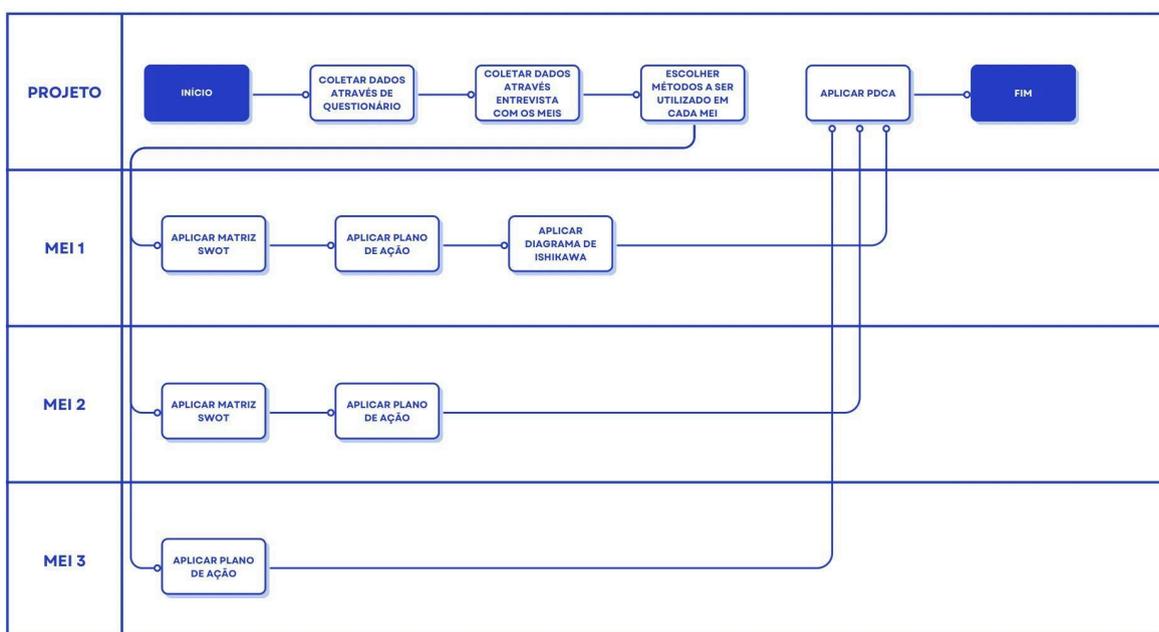
3.2 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para o delineamento da pesquisa, foi aplicado um questionário voltado para empreendedores, com o objetivo de compreender melhor seu perfil e necessidades, permitindo o planejamento de ações de forma mais direcionada e eficiente. Após a análise dos resultados obtidos por meio do questionário, foram realizadas entrevistas individuais com os MEIs participantes do projeto. Essas entrevistas tiveram como foco aprofundar a compreensão das

particularidades de seus negócios e identificar desafios específicos, além de permitir uma abordagem mais personalizada na definição das estratégias de melhoria.

Com base nas entrevistas, foram selecionadas as ferramentas de gestão mais adequadas para cada empreendedor, visando a resolução dos problemas identificados. Para isso, foi utilizado o Ciclo PDCA, para definir metas específicas para solucionar os desafios apontados. A implementação das ações foi acompanhada de um monitoramento contínuo dos resultados, permitindo ajustes sempre que necessário para assegurar a melhoria constante dos negócios.

Imagem 1: Fluxograma do delineamento da pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Observa-se na imagem 1, o Fluxograma dos processos que foram realizados no delineamento da pesquisa. O fluxograma tem início com a coleta de dados através de questionário com empreendedores, em seguida foram feitas entrevistas individuais com os MEIs, após análise, foi feita a escolha das ferramentas de gestão a ser utilizada especificamente com cada MEI detalhadas em MEI 1, MEI 2 e MEI 3. Em seguida, segue para última ação de utilizar o Ciclo PDCA para resolução e manutenção do problema, finalizando o processo.

Cada microempreendedor apresentou realidades distintas, o que exigiu um planejamento personalizado. Ficou evidente no processo que um planejamento único não

atenderia às necessidades de todos da mesma maneira. Portanto, a abordagem foi cuidadosamente adaptada a cada realidade, garantindo que as ferramentas de gestão fossem realmente eficazes. Mais do que apenas sugerir soluções, o objetivo foi construir estratégias que respeitem o momento de cada negócio, fortalecendo suas bases e ajudando os empreendedores a avançarem com mais confiança e autonomia.

3.3 SUJEITOS DE PESQUISA

O estudo teve como objeto de pesquisa 7 (sete) microempreendedores individuais inseridos dentro do projeto de extensão Foco no MEI: Apoiar, Sobreviver e Crescer que está vinculado ao Núcleo de Estudos em Gestão e Negócios (NEGN) e possui como principal parceiro social o programa Crediamigo do Banco do Nordeste. O projeto tem como objetivo apoiar e capacitar Microempreendedores Individuais na condução de suas microempresas, afetadas pela pandemia da Covid-19, por meio de conhecimentos chave de educação financeira, controle e gestão do empreendimento, com foco na construção de alicerce para sobrevivência e crescimento sustentável do negócio.

O projeto tem três principais ações direcionadas aos pequenos empreendedores, são elas: Capacitações livres; Momentos de consultoria; e aplicação da ferramenta gerencial - Ciclo PDCA. O projeto inicia com o acolhimento e apresentação de todas as atividades planejadas para o período de novembro de 2024 a março de 2025, dado que o público-alvo atua em diferentes atividades econômicas, bem como se localizam em diversos bairros/cidades da grande João Pessoa/PB. Essas atividades ocorrerão no IFPB e por meio de ambientes virtuais, como Google Classroom e Teams. Nesta atividade serão aplicados questionários que servirão de base para identificar o nível de conhecimento teórico-prático dos participantes acerca dos temas relacionados à educação financeira e a gestão do negócio.

Para a condução desta pesquisa, foi utilizado o Ciclo PDCA (*Plan-Do-Check-Act*), uma metodologia de gestão que tem como objetivo a melhoria contínua dos processos. Além dos “momentos de consultoria”, ofertados pelos participantes do projeto, consiste no acompanhamento individualizado do negócio a fim de monitorar e auxiliar os MEIs no decorrer da execução dos Planos de Ação.

Dentro do projeto, foram selecionados intencionalmente 3 (três) MEIs que serão os sujeitos analisados na pesquisa. Esses MEIs serão identificados respectivamente como: MEI

1, MEI 2 e MEI 3. Esses microempresários foram selecionados por serem de diferentes setores e por apresentarem problemas em seus negócios que mais se adequaram a este estudo.

3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para Michel (2015), as técnicas de pesquisa são definidas como ferramentas para coletar dados e informações em pesquisa de campo. Desse modo, são fundamentais para a pesquisa assegurar um bom resultado.

Conforme Lakatos e Marconi (2020, p. 219), “**questionário** é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador.”

A coleta de dados do projeto foi feita através de questionários disponibilizados pelo Núcleo de Pesquisas em Finanças de Impacto (NUPEFI) do IFPB, com objetivo de mensurar educação financeira e Desempenho Empresarial, buscando identificar conhecimentos sobre ferramentas contábil-financeiras que proporcionem um melhor desempenho nos resultados do negócio.

Para Lakatos e Marconi (2020), a **entrevista** é uma conversa entre duas pessoas, com a finalidade de obter dados, opiniões ou relatos sobre determinado tema. A entrevista é um método bastante utilizado em pesquisas sociais para coletar dados relevantes ou para contribuir na compreensão e resolução de questões sociais.

Após a aplicação dos questionários, foram conduzidas entrevistas individuais com cada MEI, de forma online pelo Google Meet, com o objetivo de compreender mais a fundo suas realidades, dificuldades e necessidades específicas. Essas conversas possibilitaram uma análise mais completa do contexto de cada empreendedor.

De acordo com Polkinghorne (1988), uma narrativa é um processo mental que organiza eventos e experiências em uma sequência temporal, que transforma-se num todo coerente e significativo. Bamberg (2012) sugere duas abordagens para incorporar a ideia de narrativa como perspectiva metodológica: a primeira é entender a narrativa como método, já a segunda é operar a partir da lógica dos métodos narrativos. Nesta perspectiva, Grollmus e Tarrés (2015) explicam que na primeira abordagem, a narrativa é vista inseparável do sujeito, que ativamente atribui sentido a outros objetos e sujeitos com os quais coexistem, de maneira interpretativa e subjetiva. Na segunda abordagem, considera-se o conjunto de métodos narrativos, ou seja, as narrativas são objetos de investigação, transformando em textos que nos permite construir uma narrativa.

Para Grollmus e Tarrés (2015) entende-se por **relato de experiência** uma forma de narrativa desenvolvida através da escrita com o objetivo de expressar um acontecimento ou experiência vivida, de forma explicativa e pessoal.

A metodologia adotada neste estudo caracteriza-se como uma **pesquisa-ação**, na qual o pesquisador participa ativamente do processo de intervenção junto aos microempreendedores individuais. Além disso, foi elaborado um relato de experiência com base na vivência prática durante o desenvolvimento do projeto. Essa abordagem permite não apenas observar e analisar a realidade dos MEIs, mas também atuar diretamente na construção de soluções, promovendo melhorias contínuas nos negócios acompanhados. O relato busca registrar de forma reflexiva os desafios enfrentados, as estratégias aplicadas e os aprendizados obtidos ao longo da atuação.

3.5 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS

A análise exploratória dos resultados obtidos foi feita por meio de questionários, utilizando técnicas de estatística descritiva, cujos resultados evidenciaram o perfil financeiro dos empreendedores de Jaguaribe, possibilitou traçar um panorama geral do perfil financeiro dos empreendedores da região. No entanto, como essa amostra não corresponde diretamente aos microempreendedores que participaram efetivamente do projeto de extensão, optou-se por não apresentar graficamente esses resultados neste trabalho.

Os dados referentes à atuação com os MEIs acompanhados ao longo do projeto foram tratados com base em uma abordagem qualitativa. Para tanto, adotou-se a técnica de análise de conteúdo, que, segundo Bardin (2011), é um conjunto de instrumentos metodológicos em constante aprimoramento, aplicáveis a discursos amplamente diversos, tanto em conteúdo quanto em forma. Essa metodologia permitiu interpretar, categorizar e compreender as informações extraídas das entrevistas individuais, das observações realizadas e dos momentos de consultoria. A análise buscou identificar padrões, significados, dificuldades e estratégias relatadas pelos microempreendedores, promovendo uma leitura aprofundada de suas experiências e relacionando-as com os objetivos da pesquisa.

A partir dessa análise, foi possível organizar os dados em categorias temáticas que orientaram a elaboração dos planos de ação e a escolha das ferramentas de gestão mais adequadas para cada caso. Os resultados encontram-se organizados e apresentados nos quadros e figura da Seção 4 deste trabalho.

4 ANÁLISE DE DADOS

Esta seção apresenta a análise dos dados coletados por meio da aplicação de questionários, entrevistas e momentos de consultoria realizadas com os microempreendedores participantes do projeto. O objetivo é interpretar e compreender, com base em evidências concretas, o perfil, as necessidades, os desafios e as expectativas desses empreendedores. A partir desses dados, foi possível construir um panorama detalhado da realidade enfrentada por esse público, permitindo direcionar as ações do projeto de forma mais eficaz. Além disso, a análise contempla o uso de ferramentas de apoio à gestão, como o Ciclo PDCA, que serão apresentadas nos tópicos seguintes.

4.1 ANÁLISE EXPLORATÓRIA DO PERFIL EMPREENDEDOR

Para compreender melhor o perfil e as necessidades dos empreendedores que participariam do projeto Foco no MEI, foi realizada uma pesquisa exploratória na Feira de Jaguaribe e com outros negócios nas proximidades do IFPB. Foi realizada a divulgação do projeto diretamente na feira, disponibilizando um link para participação de voluntários para responder a um questionário que serviu de base para identificar o nível de conhecimento teórico-prático acerca dos temas relacionados à educação financeira e a gestão do negócio. Como resultado, obteve-se 25 respostas que permitiram coletar informações essenciais para planejar as ações do Projeto FOCO no MEI de forma mais direcionada e eficaz.

Durante as entrevistas, foram explorados diversos aspectos da trajetória dos empreendedores, incluindo o tempo de atuação no mercado, o tipo de negócio (comércio, indústria ou serviço), o nível de escolaridade e os principais desafios enfrentados no dia a dia empresarial. Além disso, buscou-se compreender suas necessidades em relação ao apoio educacional e à orientação empresarial, bem como suas preferências quanto ao formato de recebimento dessas orientações, seja presencial ou online. Também levantamos informações sobre o acesso a crédito e a contas bancárias, a fim de entender o perfil financeiro desses microempreendedores.

A faixa etária dos entrevistados variou entre 25 e 45 anos ou mais, sendo que a maioria se encontrava na faixa dos 45 anos ou mais. Todos os participantes possuíam mais de dois anos de experiência como empreendedores, e a maioria atuava no setor comercial. Quanto à escolaridade, a maior parte dos entrevistados concluiu o ensino médio. Sobre o apoio educacional e a orientação empresarial, a maioria expressou interesse em receber esse suporte,

preferindo o formato online. No aspecto financeiro, verificamos que a maioria dos empreendedores possui conta bancária, mas poucos têm acesso a crédito nessas instituições. Entre as principais dificuldades apontadas, destacam-se a falta de crédito e a baixa demanda de clientes, fatores que impactam diretamente a sustentabilidade e o crescimento de seus negócios.

Com base nas respostas obtidas através da aplicação dos questionários, foi possível compreender melhor as principais demandas e desafios enfrentados por esses empreendedores, contribuindo significativamente para a definição das próximas etapas do projeto.

A partir dessa análise, foram planejadas e desenvolvidas capacitações específicas, alinhadas às necessidades identificadas, com o objetivo de oferecer suporte prático e direcionado à realidade dos microempreendedores.

Quadro 3 - Capacitações oferecidas aos MEIs analisados

Data	Tema	Local
07/12/2024	Educação Financeira na Comunidade Quilombola Ipiranga	Comunidade Quilombola, Conde - PB
11/12/2024	Alfabetização Financeira Gerencial	IFPB, campus João Pessoa - PB
11/12/2024	Precificação para Pequenos Negócios	IFPB, campus João Pessoa - PB
11/12/2024	Tecnologias Aplicadas aos Negócios	IFPB, campus João Pessoa - PB

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

Nesse sentido, as capacitações foram estruturadas com base nas principais dificuldades apontadas, como a baixa demanda de clientes e a falta de crédito, buscando oferecer ferramentas que pudessem gerar impacto direto na rotina dos microempreendedores.

As capacitações aconteceram em dias estratégicos, visando a viabilidade para seu público e para os participantes do projeto, garantindo maior adesão. Os questionários aplicados também possibilitaram o ajuste do conteúdo às realidades locais, fortalecendo o vínculo com os participantes e ampliando a efetividade do processo educativo.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDEDORES DO PROJETO

A presente pesquisa contou com a participação de três microempreendedores individuais (MEIs), atuantes em diferentes segmentos do mercado, o que evidencia a diversidade de atividades econômicas que compõem o universo do empreendedorismo local. Cada um traz consigo uma trajetória única, marcada por desafios, reinvenções e estratégias distintas para manter seus negócios ativos e sustentáveis.

Os microempreendedores individuais (MEIs) analisados nesta pesquisa são residentes da cidade de João Pessoa, no Estado da Paraíba, e foram acompanhados ao longo do período de novembro de 2024 a março de 2025, por meio de encontros e interações remotas.

Quadro 4 - Caracterização dos MEIs assistidos e analisados nesta pesquisa

Identificação	Área de atuação conforme CNAE apresentado no CCMEI*	Produtos/Serviços ofertados	Mês e ano de abertura
MEI 1	Comerciante independente de artigos de bebê	Artigos de cartongem com revestimento em tecido	03/2018
MEI 2	Manicure/pedicure independente	Manicure e pedicure	03/2018
MEI 3	Restaurantes e similares	Eventos	02/2024

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

*Certificado da Condição de Microempreendedor Individual (CCMEI)

O Quadro 4 apresenta a área de atuação dos MEIs assistidos, conforme a Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE), assim como seus produtos e ou serviços ofertados. Esse levantamento destaca a diversidade de ramos de atuação entre os participantes, evidenciando a variedade de atividades econômicas presentes no universo do microempreendedorismo local. Além disso, o quadro permite observar o nível de maturidade dos negócios, considerando o tempo de formalização e a experiência de cada MEI em sua respectiva área de atuação.

O Quadro 5 apresenta um panorama geral com algumas das principais características dos empreendedores acompanhados ao longo do projeto. São destacadas informações relacionadas a gênero, raça, faixa etária, classe social, área de atuação, além dos produtos/serviços mais procurados em cada empreendimento. Esses dados contribuem para uma compreensão mais ampla do perfil socioeconômico dos microempreendedores

envolvidos, permitindo visualizar tanto a diversidade quanto as especificidades de cada trajetória empreendedora.

Quadro 5 - Caracterização Geral dos MEIs

Identificação	Gênero	Raça	Idade	Classe	Área de Atuação	Produtos/Serviços mais procurados
MEI 1	Feminino	Parda	44	C	Artesanato	Confecção de bíblias em cartonagem
MEI 2	Feminino	Branca	41	C	Serviços de Beleza	Serviços de podologia, manicure e pedicure
MEI 3	Masculino	Preto	37	C	Eventos	Locação de brinquedos, serviço de garçom, ornamentação do espaço.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

A MEI 1, atua como artesã confeccionando produtos em cartonagem e revestimento em tecido, desempenhando suas atividades no seu próprio estúdio de sua casa. A MEI 2 atua no ramo de serviços de beleza, oferecendo podologia, manicure e pedicure, e desempenha suas atividades em sua esmalteria, localizada no bairro Portal do Sol, em João Pessoa. O MEI 3 é do setor de eventos, realiza locação de brinquedos, locação de máquinas como pipoqueira e algodão doce, além de serviços como garçom e ornamentação de festas, tornando seu trabalho totalmente personalizado para o cliente. Apesar das diferenças nas áreas de atuação, os três micro empresários demonstraram iniciativa, versatilidade e uma busca constante pela geração de renda e autonomia financeira por meio do trabalho autônomo.

4.3 APLICAÇÃO DE FERRAMENTAS DE GESTÃO

Neste tópico, será apresentada a estrutura do ciclo PDCA, bem como sua relevância prática na gestão e no desenvolvimento de ações corretivas e preventivas. Sua aplicação permite uma abordagem sistemática para identificar problemas, implementar soluções e garantir que os resultados estejam alinhados aos objetivos definidos.

4.3.1 Planejamento (P)

Para dar início ao planejamento com base no Ciclo PDCA (Planejar, Executar, Verificar, Agir), foi realizada uma entrevista individual no formato online marcada de acordo com a disponibilidade de cada microempreendedor. O objetivo dessa conversa foi compreender de

forma mais aprofundada as dificuldades enfrentadas por cada MEI em seu cotidiano e identificar as áreas em que desejavam apoio e desenvolvimento.

A entrevista inicial foi fundamental para compreender os desafios reais enfrentados pelos microempreendedores no dia a dia de seus negócios. Questões como gestão financeira, precificação, organização interna, controle de estoque e formalização de vínculos emergiram como pontos-chave para o desenvolvimento sustentável de cada empreendimento.

Quadro 6: Problema x Análise do problema

Identificação	Descrição do problema	Análise do histórico do problema
MEI 1	Não consegue gerenciar seu tempo e fica dividida entre vida pessoal e profissional, não tem presença nas redes sociais o que dificulta nas vendas e falta de autonomia para produção de novos produtos.	Apesar de amar empreender e dedicar-se à arte, precisa de dar atenção ao núcleo familiar em tempo integral, pois é a responsável por todas as atividades do lar, trabalhos escolares dos filhos, acompanhar a mãe nas consultas médicas, e entre outras atividades que impedem sua concentração na criação e produção de seus produtos, bem como a sua divulgação.
MEI 2	Não possui contratos de prestação de serviço, o que dificulta e amedronta a MEI quanto às questões trabalhistas.	Trabalhou como celetista por muito tempo, mas cansou da monotonia e quis empreender. Com o dinheiro da rescisão decidiu investir em cursos na área de beleza e trabalhar como <i>freelancer</i> . A MEI chegou a fazer sociedade com outra pessoa, mas a parceria durou apenas um ano. Posteriormente decidiu abrir sua esmalteria e tocar seu próprio negócio, porém vem enfrentando problemas com as prestadoras de serviço por não possuir nenhum contrato que garanta esse vínculo.
MEI 3	Não possui gestão financeira do negócio, tem dificuldade na formação de preços e possui falta de uma rotina empresarial definida.	Possui o MEI de eventos desde 2016, porém na época não era o seu maior foco, pois investiu suas economias para abrir um restaurante, que infelizmente precisou declarar falência e vender alguns equipamentos que utilizava para fazer as locações dos eventos contratados. Com o fechamento do restaurante, os eventos tomaram vez novamente e algumas dificuldades vem tomando conta como a formação de preços, e gestão financeira.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

O quadro 6 evidencia as dificuldades enfrentadas pelos microempreendedores e os fatores que alimentam esses desafios no dia a dia dos negócios. Essa etapa é essencial dentro da metodologia PDCA, pois permite compreender não apenas o que precisa ser melhorado,

mas por que os problemas existem, orientando a definição de ações corretivas mais eficazes nas etapas seguintes do ciclo.

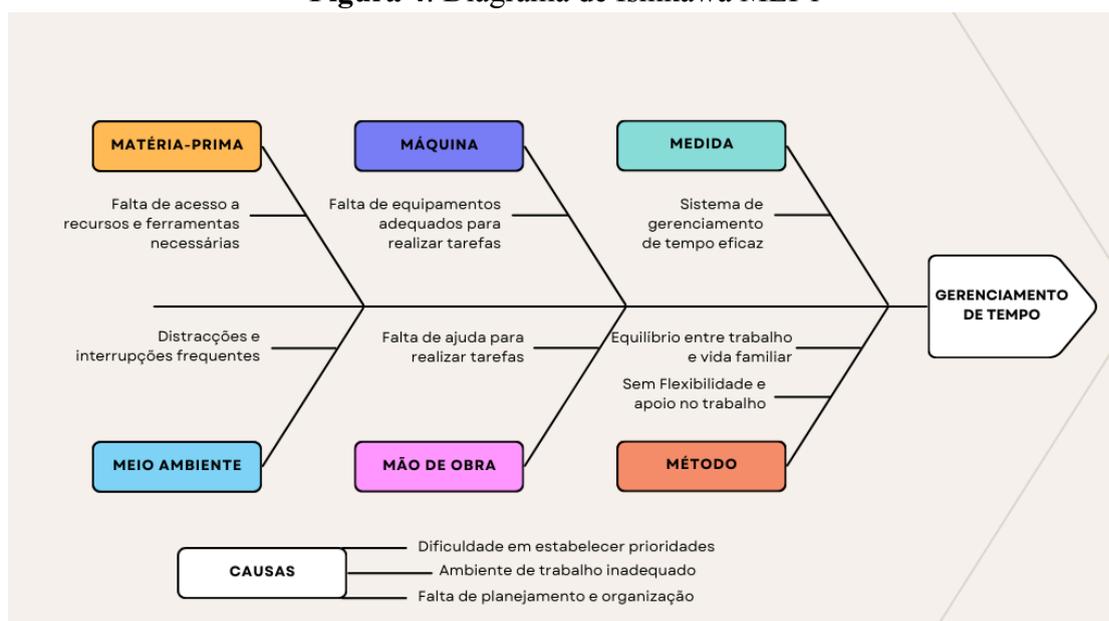
Levando em conta as particularidades de cada microempreendedor, foram adotadas ferramentas de gestão que ajudaram a compreender melhor os desafios e oportunidades de cada negócio. Entre as ferramentas aplicadas, destacam-se a Análise SWOT (quadro 7) e o Diagrama de Ishikawa (figura 4), os quais referem-se à MEI 1.

Quadro 7: Análise SWOT MEI 1

Fatores Internos	FORÇAS	FRAQUEZAS
	Possui habilidades e experiência em cartonagem e revestimento em tecido, além de criatividade e inovação, sempre procurando novas ideias e técnicas.	Limitações de recursos financeiros e humanos para expandir seu negócio.
Fatores Externos	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	A venda online oferece uma oportunidade para expandir a clientela e aumentar as vendas.	Problemas de fornecimento de materiais ou componentes podem afetar a produção e a entrega de produtos.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

Figura 4: Diagrama de Ishikawa MEI 1



Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

A análise SWOT e o Diagrama de Ishikawa aplicado à MEI 1 mostra que ela possui boas habilidades técnicas e criatividade, mas enfrenta limitações financeiras e operacionais. Esses fatores reforçam a importância da gestão do tempo e organização no seu plano de ação.

O quadro 8, refere-se à análise SWOT da MEI 2, evidencia pontos fortes como a boa localização e a experiência técnica da empreendedora, o que favorece a atração de clientes. No entanto, a alta rotatividade de prestadoras de serviço compromete a estabilidade do negócio e diante disso, torna-se relevante inserir em seu plano de ação a formalização de contratos de prestação de serviço.

Quadro 8: Análise SWOT MEI 2

Fatores	FORÇAS	FRAQUEZAS
Internos	A esmalteria está localizada em uma área de grande fluxo de pessoas. A MEI possui experiência em podologia e unhas em gel.	MEI 2 enfrenta dificuldades pela rotatividade de prestadoras de serviço.
Fatores	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Externos	A esmalteria pode fazer parcerias com outros negócios de beleza para oferecer serviços conjuntos.	A concorrência pode oferecer preços mais baixos e serviços mais variados.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

Cada microempreendedor possui uma realidade diferente, o que exige um planejamento adaptado às suas necessidades. No caso do MEI 3, a limitação do tempo disponível por parte do empreendedor, aliada ao curto período de contato até a finalização do projeto, dificultou a aplicação de outras ferramentas de gestão. Considerando esses fatores, o foco foi direcionado para a elaboração do plano de ação e para as consultorias de acompanhamento, garantindo um apoio mais eficaz e realista.

A partir desses dados, foi possível estruturar um plano de ação sob medida para cada negócio, o qual foi aplicado de forma individualizada, respeitando as particularidades de cada empreendedor e promovendo melhorias contínuas nos aspectos mais críticos de suas atividades.

Quadro 9: Plano de Ação - 5W2H

Identificação	MEI 1 (gerenciamento de tempo)	MEI 2 (formalizar contratos de serviço)	MEI 3 (formação de preços)
O que será feito?	Gerenciar melhor o tempo para aumentar a produtividade e reduzir o estresse.	Elaborar e formalizar contratos de prestação de serviço com as profissionais que atuam na esmalteria.	Estabelecer uma metodologia clara de formação de preços para os serviços de eventos e compreender a gestão financeira.
Quem será o responsável?	MEI 1, proprietária e única funcionária da empresa.	MEI 2, proprietária da esmalteria com apoio de um advogado.	MEI 3, proprietário da empresa de eventos.
Quando será feito?	Agora, precisa urgentemente de uma solução para gerenciar melhor seu tempo.	O mais rápido possível, para evitar problemas com as profissionais.	Início imediato, priorizando a organização financeira básica antes dos próximos eventos contratados.
Onde será feito?	No estúdio onde trabalha e produz seus produtos.	Na esmalteria, com apoio de um profissional ou consultoria jurídica, podendo utilizar modelos personalizados.	No local de trabalho do empreendedor (<i>home office</i> ou espaço de atendimento).
Por que será feito?	Porque a MEI está tendo dificuldade em gerenciar seu tempo, que impacta em sua capacidade de produzir e entregar produtos de qualidade.	Para garantir segurança jurídica, definir responsabilidades, proteger o negócio de riscos trabalhistas e organizar os vínculos de forma clara.	Para garantir a sustentabilidade do negócio, evitar prejuízos por precificação incorreta e permitir o controle das finanças e lucros reais.
Como vai ser feito?	Utilizando ferramentas de gerenciamento de tempo, como calendários, listas de tarefas e aplicativos de produtividade.	Pesquisar modelos de contrato compatíveis com o setor de beleza, adaptar à realidade do negócio, revisar com especialista e apresentar às prestadoras de forma clara.	Levantar todos os custos fixos e variáveis do serviço de eventos e fazer pesquisas de mercado para entender e reproduzi-los em seu negócio.
Quanto vai custar?	Inicialmente, 2 horas por dia, para implementar e ajustar o sistema de gerenciamento de tempo.	Inicialmente, 1 mês, para redigir os contratos e apresentá-los aos profissionais de beleza.	Inicialmente, 2 semanas, para levantar dados e colocá-los em prática.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

Observa-se, no quadro 9, os Planos de Ação elaborados para os MEIs acompanhados, trazendo estratégias práticas e metas bem definidas para cada etapa do processo. Esses planos foram construídos a partir das dificuldades identificadas no quadro 6, seguindo a abordagem do Ciclo PDCA. O intuito é proporcionar um direcionamento estratégico acessível e eficaz, permitindo que cada MEI aplique melhorias contínuas na gestão do seu negócio e fortaleça sua trajetória de forma sustentável.

4.3.2 Execução (D)

Com a elaboração dos planos de ação individualizados, foram realizadas consultorias com cada microempreendedor, com o objetivo de validar e ajustar as propostas de intervenção antes do início da execução. Esses momentos consultorias foram realizados de maneira online e foram fundamentais para garantir que as ações planejadas estivessem alinhadas à realidade de cada negócio e quem fossem inteiramente compreendidas e aceitas pelos MEIs do Projeto.

As consultorias atuaram como apoio técnico e motivacional, garantindo o esclarecimento de dúvidas e a superação de possíveis dificuldades durante a execução das atividades. Acredita-se que esse acompanhamento foi essencial para consolidar os planos de ação e permitiu acompanhar cada empreendedor em suas atividades e impulsionar a aplicação prática das estratégias planejadas.

Quadro 10: Execução das Atividades Propostas

Identificação	Atividades realizadas pelo MEI	Atividades NÃO realizadas pelo MEI
MEI 1	Participou ativamente nos momentos de consultoria, sempre disposta a receber orientações. Fez a utilização de ferramentas de gestão de tempo como Google Agenda e Calendário semanal de atividades fixado no estúdio para organizar a produção dos produtos artesanais. Apresentou também um ótimo desenvolvimento nas publicações das produções em suas redes sociais, assim como maior frequência.	Não se aplica.
MEI 2	Participou dos momentos de consultoria, apesar de não seguir o plano de ação elaborado.	Não procurou profissional de Direito para realizar contratos para as prestadoras de serviço e preferiu adiar as atividades.
MEI 3	Participou das capacitações fornecidas no projeto e mostrou-se disposto nas consultorias. Fez uma pesquisa de mercado para comparar os preços ofertados e verificar pontos de melhoria no negócio, assim como definiu missão, visão e valores para seu negócio.	Não trouxe material necessário nas consultorias para aprofundar a pesquisa e sanar todas as dúvidas.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

Observa-se, no quadro 10, que o nível de engajamento dos MEIs nas ações propostas variou conforme suas realidades, motivações e disponibilidade. A MEI 1, artesã, mostrou grande comprometimento, participando ativamente das consultorias e aplicando de forma eficaz as ações recomendadas. A MEI 2, proprietária de uma esmalteria, embora tenha comparecido nos momentos de consultoria, optou por não seguir integralmente o plano de ação, preferiu não formalizar os contratos com as prestadoras de serviço, alegando ter custos indesejados com advogado. Já o MEI 3, do ramo de eventos, participou das capacitações apresentadas no quadro 3, e mostrou interesse em trazer melhorias ao seu negócio de eventos. Contudo, enfrentou limitações para realizar a pesquisa de mercado e aprofundar sua análise financeira, pois exclamou sua falta de tempo no dia-a-dia, o que impediu de dar uma boa continuidade nas ações propostas.

4.3.3 Verificar (C)

A terceira etapa do Ciclo PDCA, conhecida como Check, é a verificação da execução das ações planejadas. Tem como objetivo analisar os resultados obtidos e identificar os avanços, dificuldades e pontos de melhoria no processo de implementação das estratégias. Essa etapa permitiu avaliar o grau de aderência às propostas apresentadas nas consultorias e mensurar o impacto das intervenções no cotidiano de cada MEI.

Quadro 11: Verificação - Check

Identificação	Verificação da Execução
MEI 1	Executou integralmente o plano de ação proposto, o que resultou em uma evolução significativa no gerenciamento de tempo e aumento da produtividade. Demonstrou maior aderência às postagens em redes sociais, como também despertou maior interesse na produção de novos produtos, buscando diversificar seu portfólio e participar de feiras de artesanato como estratégia para ampliar a visibilidade da marca.
MEI 2	Participou das consultorias, mas optou por não seguir com o plano de ação proposto, nem de adaptá-lo. Como consequência, uma de suas prestadoras de serviço decidiu deixar a esmalteria, o que gerou impactos negativos para o negócio, tanto pela perda de mão de obra quanto pelos riscos relacionados às complicações jurídicas da informalidade. Essa situação evidenciou a necessidade de formalizar vínculos com as demais profissionais, a fim de evitar novas instabilidades e garantir maior segurança para gestão do empreendimento.
MEI 3	Mostrou avanços parciais quanto ao plano de ação. Realizou uma pesquisa de mercado, buscando comparações com empresas de alto padrão, uma vez que costumava se espelhar nesse perfil. Após levantamento, passou a ter clareza sobre os preços praticados e outras visões como portfólio bem definido padronizado para todos os clientes. A ausência de empenho por falta de tempo do empresário limitou uma análise mais aprofundada.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

Observa-se que a MEI 1 conseguiu executar as ações propostas nas fases anteriores do Ciclo PDCA de forma eficaz, o que contribuiu diretamente para a resolução dos problemas previamente identificados, além de melhorar significativamente o engajamento nas redes sociais e conseguir novas encomendas.

É possível notar que a MEI 2 teve resistência para a execução das atividades propostas, optando por não seguir o plano de ação nem buscar adaptações viáveis. Essa postura impediu avanços na resolução do problema identificado.

O MEI 3 demonstrou iniciativa ao colocar em prática parte das ações propostas, porém, devido à limitação de tempo de disponibilidade do empreendedor e com a proximidade do encerramento do projeto, não foi possível realizar uma análise mais detalhada nem aprofundar as discussões nas consultorias.

4.3.4 Atuar Corretivamente (A)

A fase Atuar Corretivamente tem como objetivo consolidar os aprendizados adquiridos ao longo do ciclo e aplicar melhorias contínuas com base nas observações feitas na etapa de verificação. Nesse sentido, foram identificadas oportunidades relevantes para otimizar os processos, corrigir falhas observadas e reforçar as práticas bem-sucedidas.

Quadro 12: Ações Implementadas

Identificação	Ações Implementadas
MEI 1	A MEI 1 realizou integralmente todas as atividades propostas, melhorando sua gestão de tempo e seu desempenho nas redes sociais, o que possibilitou o aumento de sua clientela. Começou a produção de produtos com o objetivo de participar de feiras de artesanato em João Pessoa.
MEI 2	Foi recomendada a retomada das atividades com foco na formalização dos contratos, de forma gradual e com orientação adequada, para garantir segurança jurídica e organização interna.
MEI 3	Foi recomendado, ao empreendedor, a continuidade no processo de levantamento dos custos e estruturação de preços com auxílio de planilhas simples disponibilizadas na consultoria do projeto, além de organizar uma rotina mínima de gestão financeira.

Fonte: Dados da Pesquisa (2025).

Ao longo do projeto, as capacitações oferecidas, somadas às consultorias realizadas pela equipe, contribuíram significativamente para ampliar o repertório dos empreendedores e despertar a necessidade de organizar e profissionalizar seus negócios.

Mesmo com níveis distintos de maturidade, todos os participantes apresentaram avanços e receberam direcionamentos para a continuidade da melhoria dos seus empreendimentos. A fase final do ciclo reforça a importância do acompanhamento técnico e do comprometimento dos empreendedores para que as transformações propostas se consolidem de forma efetiva.

A aplicação do Ciclo PDCA permitiu que os MEIs colocassem em prática ações planejadas na fase inicial (Planejar), o que possibilitou avanços na resolução dos problemas

identificados. Ao reiniciar o ciclo, abre-se a oportunidade de ampliar os resultados, promovendo melhorias contínuas em outras áreas do negócio que ainda não haviam sido contempladas nas etapas anteriores.

4.4 RELATO DE EXPERIÊNCIA

Participar do Projeto Foco no MEI: Apoiar, Sobreviver e Crescer, proporcionou grande aprendizado não apenas para os microempreendedores envolvidos, mas também para os integrantes do projeto e a sociedade como um todo. Através de abordagens práticas e interações diretas, foi possível compreender a fundo as particularidades de cada negócio, enxergar os desafios enfrentados no cotidiano e, sobretudo, contribuir de forma significativa para o crescimento sustentável das pequenas empresas.

O uso de ferramentas de gestão como o Ciclo PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) foi essencial para acompanhar cada etapa do processo, desde a identificação do problema até a implementação da solução. O desafio foi adaptar a metodologia às reais necessidades dos participantes, garantindo que cada ajuste fosse feito pensando na realidade de cada negócio. Todo o ciclo teve como foco o desenvolvimento de soluções concretas, pensando no crescimento dos microempreendedores.

As consultorias foram fundamentais para criar vínculos, esclarecer dúvidas e promover um ambiente de confiança e desenvolvimento. Esses momentos permitiram entender a realidade de cada participante, garantindo que as ferramentas de gestão fossem aplicadas e alinhadas ao seu contexto.

Participar do projeto foi uma experiência extremamente enriquecedora e proporcionou grande aprendizado para todos os envolvidos. Ao longo do processo, notou-se grandes desafios, e foi evidente que, embora haja interesse dos MEIs em melhorias em seus negócios, existe também o fator humano. Esse relato se confirma quando uma das MEIs demonstrou resistência às mudanças e adaptações sugeridas, seja por insegurança, falta de recursos, receio de sair da zona de conforto ou mesmo pela falta de tempo em implementar novas estratégias.

Além da resistência, o fator tempo também foi um elemento crítico, já que o projeto tinha um prazo determinado para sua finalização e exigiu um equilíbrio que respeitasse o ritmo dos empreendedores com as ações a serem executadas de forma eficaz dentro do período definido.

Apesar das dificuldades, o projeto teve um impacto positivo significativo para todos os envolvidos, permitindo que os empreendedores conquistassem mais autonomia e segurança na

gestão de seus negócios. Além de fortalecer o posicionamento da marca, a iniciativa evidenciou a importância do acompanhamento constante do negócio e do planejamento contínuo das atividades para a evolução do negócio.

A experiência de participar do projeto reforçou a importância do acompanhamento próximo, da escuta ativa e do diálogo constante como ferramentas essenciais para promover mudanças reais e sustentáveis no contexto do microempreendedorismo. O projeto não apenas ofereceu suporte técnico, mas também fortaleceu a confiança dos empreendedores em suas próprias capacidades, incentivando uma transformação gradual e duradoura em cada negócio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo desenvolver uma abordagem centrada em ferramentas de gestão voltadas para melhoria contínua de empreendimentos atendidos pelo projeto Foco no MEI: Apoiar, Sobreviver e Crescer, do IFPB - Campus João Pessoa. A partir da aplicação do Ciclo PDCA e de ferramentas de gestão como a Análise SWOT, o Diagrama de Ishikawa e o 5W2H, adaptada às necessidades específicas de cada negócio foi possível acompanhar os microempreendedores na identificação de problemas, no planejamento e na execução de intervenções voltadas para a melhoria de seus negócios.

Diante disso, a coleta de dados realizou-se por meio de questionários que permitiram identificar a percepção sobre gestão e comportamento financeiro. Com base nos resultados obtidos, foi possível compreender as principais necessidades desses microempreendedores e, a partir disso, desenvolver capacitações voltadas à gestão de pequenos negócios. Após essas ações, foram realizadas entrevistas com participantes do projeto foco no MEI, com o objetivo de identificar os principais gargalos e propor melhorias adequadas às realidades de seus negócios.

Após a identificação dos problemas de cada MEI, foram elaborados planos de ação personalizados, considerando as necessidades e realidades individuais de cada empreendimento. Esses planos foram apresentados em reuniões online, possibilitando o alinhamento com os empreendedores e validação das ações propostas, dando início à aplicação do Ciclo PDCA. A partir desse ponto, foram realizados momentos de consultoria que atuaram tanto no acompanhamento da execução das atividades quanto na coleta dos resultados alcançados, permitindo avaliar o progresso e ajustar as estratégias conforme necessário.

Quanto ao primeiro objetivo específico, que buscou analisar os processos internos dos negócios para identificar pontos críticos que necessitam de melhoria foi possível mapear as principais dificuldades enfrentadas pelos MEIs, como dificuldades na gestão de tempo, ausência de formalização contratual e falhas na precificação dos serviços prestados.

Com relação ao segundo objetivo específico, que consistia em desenvolver e implementar planos de ação detalhados para abordar as áreas de melhoria identificadas, cada plano de ação foi elaborado a partir das necessidades dos empresários, e alinhado às suas realidades, cuja aplicação contou com o apoio de consultorias e ferramentas de gestão. Essa abordagem possibilitou a implementação eficaz, promovendo resultados na organização e sustentabilidade dos empreendimentos acompanhados.

Quanto ao terceiro objetivo, que visava ajustar e refinar os processos com base nos resultados obtidos, garantindo que as empresas continuem a evoluir e a melhorar continuamente. Apesar de serem observados resultados satisfatórios, a limitação de tempo para execução das atividades e a sobrecarga enfrentada por parte dos empreendedores dificultaram a continuidade das ações e a implementação completa dos ajustes propostos. Esses fatores comprometeram o acompanhamento necessário para consolidar as melhorias de forma mais efetiva e sustentável.

Os resultados demonstraram que cada MEI apresentou contextos específicos, o que exigiu soluções individualizadas e quando bem orientados, os empreendedores tendem a compreender melhor os processos internos e tomar decisões mais assertivas, ainda que fatores como resistência e falta de tempo tenham limitado algumas implementações.

Na pesquisa realizada, algumas limitações foram identificadas, como o tempo reduzido de acompanhamento dos MEIs e o número restrito de participantes. Ressalta-se que essas limitações não estão associadas à eficácia das ferramentas de gestão aplicadas, mas sim a fatores externos, como questões de execução e o comprometimento dos MEIs com os planos de ação propostos. Esses fatores evidenciam a importância de considerar o fator humano e o contexto individual de cada negócio.

Faz-se-á como sugestão para trabalhos futuros, o aprofundamento da abordagem com um número maior de empreendedores e por um período mais longo, de forma a acompanhar os resultados com mais precisão. Faz-se necessário, a inclusão de indicadores de desempenho para mensurar os avanços e desafios enfrentados ao longo do processo de melhoria contínua.

REFERÊNCIAS

- AUSTIN, J. E; STEVENSON, H; WEI-SKILLERN, J. **Social Entrepreneurship and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?** “Entrepreneurship Theory and Practice”, v.30, n.1, 2004.
- BAGNO, M. **Pesquisa na escola: o que é, como se faz.** 10. ed. São Paulo: Loyola, 2010.
- BAMBERG, M. **Narrative analysis.** En Harris Cooper (Ed.), APA handbook of research methods in psychology. Washington DC: APA Press, 2012.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.
- BRASIL. **Como funciona a Matriz GUT.** Disponível em: <https://www.gov.br/transportes/pt-br/assuntos/portal-da-estrategia/artigos-gestao-estrategica/como-fun-ciona-a-matriz-gut#:~:text=Matriz%20de%20Prioriza%C3%A7%C3%A3o%20de%20GUT,as%20div ersas%20alternativas%20de%20a%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 01 dez. 2024.
- BRASIL. **Lei Complementar nº 128/2008.** Altera a Lei Complementar nº 123/06. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm. Acesso em: 16 nov. 2024.
- BRASIL. **MEI.** Portal do Empreendedor. Disponível em: <https://mei.receita.economia.gov.br/certificado/consulta>. Acesso em: 12 mai. 2025.
- BRASIL. **O que é MEI: microempreendedor individual? quem pode ser mei?.** Microempreendedor Individual? Quem pode ser MEI? 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/perguntas-frequentes/o-que-e-o-microem preendedor-individual-mei/o-que-e-mei>. Acesso em: 16 nov. 2024.
- BRASIL. **Painéis do Mapa de Empresas.** Painel de dados de Registro de Empresas. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>. Acesso em: 16 nov. 2024.
- BRASIL. **Total de Empresas Optantes no SIMEI do Brasil, por Nacionalidade.** Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemei/private/pages/relatorios/relatorioNacionalidade.jsf>. Acesso em: 16 nov. 2024.
- BRITTO, F.; WEVER, L. **Empreendedores brasileiros II: a experiência e as lições de quem faz acontecer.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- BRUYAT, C.; JULIAN, P. **Defining the field of research in entrepreneurship.** Journal of business venturing, v. 16, p. 165-180, 2000.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: O Novo Papel dos Recursos Humanos nas Organizações.** 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2023.
- DEMING, W. E. **Qualidade: a revolução da administração.** Rio de Janeiro: Marques-Saraiva, 1990.
- DORNELAS, J. C. A. **Transformando idéias em negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios.** São Paulo: Pioneira, 1987.

FALCONI, V. **Gerenciamento da Rotina do Trabalho do Dia a Dia**. 9. ed. Nova Lima: Falconi Editora, 2013.

FALCONI, V. **TQC Controle da Qualidade Total** (no estilo japonês). 9. ed. Nova Lima: Falconi Editora, 2014.

FILION, L. J. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários - gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 3, n.2, p. 05-28, abril/junho, 1999.

FILION, L. J. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores**. In: *Empreendedorismo: ciência, técnica e arte*. Brasília. CNI/IEL, 2000. p. 13-42, 2000.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2023**. ANEGEPE; SEBRAE, 2024.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GODOI, C. K., BANDEIRA-DE-MELLO, R., & SILVA, A. B. **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: Paradigmas, Estratégias e Métodos**. Atlas, 2013.

GROLLMUS, N. S.; TARRÉS, J. P. Relatos metodológicos: difractando experiencias narrativas de investigación. *Forum Qualitative Social Research*, v. 16, n. 2, art 24, mai. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.17169/FQS-16.2.2207>.

HÉKIS, H. R.; SILVA, A. C.; OLIVEIRA, I. M. P.; ARAÚJO, J. P. F. Análise GUT e a gestão da informação para tomada de decisão em uma empresa de produtos orgânicos do Rio Grande do Norte. *Revista Tecnologia Fortaleza*, Fortaleza, v. 34, n. 1 e 2, p. 20-32, dez. 2013. Fortaleza.

IBGE. **Em 2022, Brasil tinha 14,6 milhões de microempreendedores individuais**. 2024. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41046-em-2022-brasil-tinha-14-6-milhoes-de-microempreendedores-individuais>. Acesso em: 24 nov. 2024.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

LEWIN, K. **Action research and minority problems**. *Journal of Social Issues*, Malden, v. 2, n. 2, p. 34-36, 1946.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MARTELANC, R. **Contribuição Metodológica para Elaboração de Artigos em Finanças**. *Revista de Finanças Aplicadas*, 2010.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 3. ed. São Paulo: GEN|Atlas, 2015.

POLKINGHORNE, D. E. **Narrative knowing and the human sciences**. Albany: State University of New York Press, 1988.

RABELLO, G. **Como utilizar a matriz GUT ou matriz de priorização de processos**. Siteware, 09 abr. 2024. Disponível em: <https://www.siteware.com.br/blog/metodologias/matriz-gut/>. Acesso em: 01 dez. 2024.

REYNOLDS, P. D. et al. **Global Entrepreneurship Monitor: 2000 Executive Report**. London: London Business School, 2000.

RICHARDSON, R. J. et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ROBBINS, S. P. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2001.

SCHUMPETER, J. **The Theory of Economic Development**. Harvard University Press, Cambridge Massachusetts, 1934.

SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 24 nov. 2024.

SEBRAE. **Atualização de estudo sobre participação de micro e pequenas empresas na economia nacional**. Brasília: FGVPROJETOS, 2020. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/biblioteca-estudos-pesquisas/#ambiente>. Acesso em: 24 nov. 2024

SEBRAE. **Brasil tem quase 15 milhões de microempreendedores individuais**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/brasil-tem-quase-15-milhoes-de-microempreendedores-individuais,e538151eea156810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 16 nov. 2024.

SEBRAE. **Conheça a Análise SWOT**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conheca-a-analise-swot,202f64e8feb67810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 01 dez. 2024.

SEBRAE. **Mortalidade empresarial: o que fazer para prevenir**. 2024. Disponível em: <https://digital.sebraers.com.br/blog/mercado/mortalidade-empresarial-o-que-fazer-para-prevenir/#:~:text=No%20Brasil%2C%20cerca%20de%2040,contribuem%20significativamente%20para%20esse%20cen%C3%A1rio>. Acesso em: 16 nov. 2024.

SOUZA, J. O. L. **Matriz G.U.T: Descubra como tomar melhores decisões**. eBook Kindle. Parte de: Ferramentas de Gestão. 1. ed. São Paulo: Amazon, 2022.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-Ação**. 18. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

VIEIRA FILHO, G. **Gestão da Qualidade Total: uma abordagem prática**. 6. ed. Campinas: Alínea, 2021.

APÊNDICE 1 - ROTEIRO DE ENTREVISTA

Identificação: nome, razão social, tempo de atuação, área de atuação.

Situação Atual:

Como está a rotina do seu negócio hoje?

Você tem controle financeiro? Como faz?

Tem dificuldades na formação de preços?

Principais Desafios:

Quais são as maiores dificuldades que enfrenta no seu negócio?

Apoio Desejado

Em quais áreas você gostaria de melhorar ou receber orientação?

ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO - ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA EMPRESARIAL

1. E-mail: _____

Parte 1 - Perfil Socioeconômico

2. Gênero

- Mulher Cis (Identifi ca-se como mulher, gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Mulher Trans (Identifica-se como mulher, diferente do gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Homem Cis (Identifi ca-se como homem, gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Homem Trans (Identifica-se como homem, diferente do gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Não binário (Pessoa que não se identifica com o binarismo Homem ou Mulher)
- Travesti
- Prefere não declarar

3. Quanto à sua COR/RAÇA/ETNIA, você se considera:

- Branca(o)
- Preta(o)
- Parda(o)
- Amarela(o)
- Indígena
- Outro: _____

4. Ano de Nascimento: _____

5. Estado Civil

- Solteiro(a)
- Casado(a)/União Estável
- Separado(a)/divorciado(a)
- Viúvo(a)
- Outro: _____

6. Grau de instrução

- Sem Instrução
- Fundamental Incompleto
- Fundamental Completo
- Médio Incompleto
- Médio Completo
- Superior Incompleto
- Superior Completo
- Pós-Graduação Lato Sensu
- Mestrado
- Doutorado
- Outro: _____

7. Qual a sua RENDA FAMILIAR MENSAL?

- Até 1 salário mínimo (até R\$ 1.412)
- Mais de 1 a 2 salários mínimos (Mais de R\$ 1.412 a R\$ 2.824)
- Mais de 2 a 3 salários mínimos (Mais de R\$ 2.824 a R\$ 4.236)
- Mais de 3 a 5 salários mínimos (Mais de R\$ 4.236 a R\$ 7.060)
- Mais de 5 a 7 salários mínimos (Mais de R\$ 7.060 a R\$ 9.884)
- Mais de 7 a 10 salários mínimos (Mais de R\$ 9.884 a R\$ 14.120)
- Mais de 10 a 15 salários mínimos (Mais de R\$ 14.120 a R\$ 21.180)
- Mais de 15 a 20 salários mínimos (Mais de R\$ 21.180 a R\$ 28.240)
- Mais de 20 salários mínimos (Mais de R\$ 28.240)

Parte 2 - Perfil do Empreendimento/Negócio

8. Dessa Empresa, você é

- Proprietário(a)
- Sócio(a)-Gerente
- Gerente
- Gerente da Loja
- Outro: _____

9. Há quanto tempo (anos) este empreendimento está funcionando(aproximadamente)?

10. Qual o PORTE deste empreendimento?

- Informal
- Microempreendedor Individual (MEI)
- Microempresa
- Empresa de Pequeno Porte
- Médio Porte
- Outro: _____

11. CNPJ ativo: _____

12. A empresa tem Missão, Visão e Valores definidos?

- Sim
- Não
- Não sei do que se trata

13. As contas bancárias da empresa já estão separadas da conta pessoal?

- Sim
- Não
- Não sei do que se trata

14. Quantos clientes são atendidos por dia? _____

15. Quantas vendas no mínimo sua empresa precisa fazer no mês para pagar os custos?

16. Qual o produto mais barato e mais vendido? _____

17. Qual o produto mais caro e mais vendido? _____

18. Realiza controle de entradas e saídas do caixa da empresa?

- Semanalmente
- Mensalmente

- Ainda não
- Outro: _____

19. Você sabe qual é o custo de produção dos produtos oferecidos na empresa?

- Sim
- Não

20. Qual o NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS do empreendimento (aproximadamente)?

21. Qual é o SEGMENTO ECONÔMICO da empresa?

Marque a alternativa com base na ATIVIDADE PRINCIPAL registrada na Receita Federal do Brasil.

- Alimentos e bebidas
- Agronegócio
- Artesanato
- Beleza
- Comércio varejista
- Construção civil
- Economia criativa
- Educação
- Energia
- Indústria de Base Tecnológica (IBT)
- Indústria (outros)
- Logística e transporte
- Moda
- Oficinas e peças
- Pet shops e serviços veterinários
- Serviços empresariais
- Serviços (gestão de pessoas)
- Serviços (outros)
- Turismo
- Outro: _____

22. De qual ou quais tipos de financiamentos você se utiliza para investir em seu negócio?

- Não utilizo nenhum tipo de financiamento (Pular para a pergunta 24)
- Antecipação de vendas a prazo, como desconto de duplicatas ou factoring.
- Bancos comerciais
- Bancos de desenvolvimento (ex.: BNB, BNDES ou outro)
- Bancos de investimentos ou sociedades financeiras
- Cooperativa de crédito
- Fintech
- Programas de fomento ao Empreendedorismo (ex.: Empreender PB ou outro)
- Outro: _____

23. Com qual ou quais finalidades você recorre a financiamentos para o seu negócio?

- Abertura da Empresa e/ou sua Formalização
- Antecipação de recebimentos a prazo
- Aquisição de máquinas e/ou equipamentos
- Capital de Giro
- Compra de matéria-prima ou insumos
- Compra de Veículos (automóveis, caminhões...)
- Pagamento de Fornecedores
- Reforma ou Ampliação
- Sala comercial (aquisição)
- Outro: _____

24. Quais destes instrumentos de crédito são utilizados pela empresa em suas vendas a prazo?

Marque todas que se aplicam.

- Boleto bancário
- Carnê
- Cartão de crédito
- Cheque pré-datado
- Nota promissória
- Notinhas
- A empresa não vende a prazo
- Outro: _____

25. Como a informação financeira é processada na empresa?

- () Por mim mesmo, intuitivamente, sem muita organização.
- () Por mim mesmo, manualmente de forma mais organizada.
- () Por mim mesmo, com a ajuda do computador.
- () Sem computador e com a ajuda de um profissional externo.
- () Com computador e com a ajuda de um profissional externo.
- () Pelo(a) contador(a).
- () Outro: _____

26. Qual a VALOR MENSAL APURADO DAS VENDAS (aproximado) do empreendimento (R\$)?

27. Qual o RESULTADO MENSAL DEPOIS DE PAGAR AS DESPESAS (aproximado)do empreendimento (R\$)?

28. Qual o CAPITAL DE GIRO (valor disponível para atender às necessidades antes de receber pelas vendas) da sua empresa?

29. Quais são os problemas enfrentados pela empresa hoje?

30. Que importância você atribui às seguintes informações financeiras e sua aplicação na empresa? Para o que se aplica em seu negócio, responda na escala de 1 (Sem importância) a 5 (Muito importante). OBS: Caso responda pelo CELULAR, utilize-o NA HORIZONTAL para ver todas as opções.

	0 (Não se aplica)	1 (Sem Importância)	2	3	4	5 (Muito Importante)
Controle do saldo e do extrato bancário						
Controles do pagamento dos empréstimos						
Folha de pagamento dos funcionários						
Cálculo dos impostos e encargos sociais						
Formação do preço de venda						
Relatórios sobre o que está vendendo mais						
Controle de contas a receber						
Controle de contas a pagar						
Cálculo do lucro gerado no mês						
Cálculo do caixa gerado no mês						
Indicadores para saber como está o negócio						
Plano de negócios e de expansão						

31. Qual o seu nível de CONCORDÂNCIA com as seguintes afirmações? Use a escala:
 (1) Discordo Totalmente; (2) Discordo Parcialmente; (3) Indiferente; (4) Concordo Parcialmente; (5) Concordo Totalmente.

	1	2	3	4	5
É importante a formalização da empresa para seu bom funcionamento.					
A empresa formalizada é mais respeitada no mercado.					
A empresa formalizada tem mais crédito em bancos.					
Costumo separar o lucro da empresa do que ganho (Pró-labore).					
Costumo fazer reinvestimento na empresa para seu crescimento.					
Guardo uma determinada quantia para tempos em que a demanda diminui.					
Controlo meus gastos pessoais frequentemente com alguma ferramenta (planilhas, cadernos, aplicativos).					
Controlo os gastos da empresa com alguma ferramenta frequentemente (planilhas, cadernos, aplicativos).					
Quando a empresa vai tomar empréstimo ou financiamento, sei exatamente quais serão os custos com os juros.					
Pelo extrato bancário consigo visualizar o dinheiro arrecadado pela empresa					
Não acompanho os gastos da empresa. Passarei a					

fazer isso quando ela acumular mais patrimônio.					
Sei exatamente o quanto a empresa ganha mensalmente e o quanto gasta, por isso dificilmente perco o controle.					
A poupança é o melhor investimento					
Não acho necessário acompanhar gastos pessoais, menos ainda planejar o futuro.					
Todo o lucro que a empresa gera fica para o gestor.					

Parte 3 - Educação Financeira

32. Diante do termo Educação Financeira, como você se posiciona?

- () Nunca ouvi falar
 () Já li algo. Porém, desconheço o assunto.
 () Sei do que se trata, mas não aplico.
 () Sei do que se trata e aplico no meu dia-a-dia

33. A respeito do seu conhecimento sobre finanças pessoais, você se sente:

- () Nada seguro – gostaria de ter um melhor nível
 () Não muito seguro – gostaria de saber um pouco mais
 () Razoavelmente seguro – conheço a maioria das coisas
 () Muito seguro – Possuo conhecimento amplo

34. A respeito de sua Educação Financeira, responda:

	Sim	Não
Já participou de algum curso, palestra, congresso ou seminário sobre educação financeira?		
Já teve contato com algum material (livro, revista, Internet) sobre Educação Financeira?		

35. Possui o hábito de poupar/investir?

() Sim

() Não

36. Com que frequência você utiliza as seguintes ferramentas de CONTROLE de gastos?

Responda na escala: (1) Nunca; (2) Raramente; (3) Algumas vezes; (4) Frequentemente; (5) Sempre

	1	2	3	4	5
Caderno de Anotações					
Extrato Bancário					
Fatura do Cartão de Crédito					
Planilhas Eletrônicas					
Aplicativos					

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

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC Lilian

Assunto:	TCC Lilian
Assinado por:	Lilian Araujo
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Lilian Costa de Araujo, DISCENTE (20211460032) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA**, em 02/09/2025 21:43:55.

Este documento foi armazenado no SUAP em 02/09/2025. 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: 1595171

Código de Autenticação: c2e1dba2ef

