

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS SOCIAIS E AGRÁRIAS
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

**COMPORTAMENTO DO MEI NA UTILIZAÇÃO DE SERVIÇOS
FINANCEIROS: Identificação da percepção do empreendedor sobre
facilitadores, barreiras e os seus impactos em Solânea-PB**

EDSON COSTA NUNES

Bananeiras – PB

Abril / 2026

EDSON COSTA NUNES

**COMPORTAMENTO DO MEI NA UTILIZAÇÃO DE SERVIÇOS
FINANCEIROS: Identificação da percepção do empreendedor sobre
facilitadores, barreiras e os seus impactos em Solânea-PB**

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Docente orientador: Profa. Ma. Débora Karyne da Silva Abrantes

Bananeiras – PB

Abril / 2026

Folha de aprovação


Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluno: Edson Costa Nunes

Trabalho: COMPORTAMENTO DO MEI NA UTILIZAÇÃO DE SERVIÇOS FINANCEIROS: Identificação da percepção do empreendedor sobre facilitadores, barreiras e os seus impactos em Solânea-PB


Data de aprovação: 13 de abril de 2026

Banca examinadora:


Documento assinado digitalmente
 DEBORA KARYNE DA SILVA ABRANTES
Data: 21/04/2026 16:46:00-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Ma. Débora Karyne da Silva Abrantes (Orientadora)


Universidade Federal da Paraíba

Documento assinado digitalmente
 MURILO GABRIEL DA COSTA SILVA
Data: 23/04/2026 10:47:57-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Murilo Gabriel da Costa Silva (avaliador)

Documento assinado digitalmente
 ELISSANDRA GONCALVES DOS SANTOS
Data: 23/04/2026 12:59:45-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Elissandra Gonçalves dos Santos (avaliadora)

Documento assinado digitalmente
 STELLA PEREIRA LEITE
Data: 23/04/2026 17:34:55-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Stella Pereira Leite (avaliadora)

A todos aqueles que de alguma forma
estiveram e estão próximos de mim, fazendo
esta vida valer cada vez mais a pena,
DEDICO.

AGRADECIMENTOS

A Deus, princípio e fim de todas as coisas, por me ter concedido a vida, a saúde e a sabedoria necessárias para superar todos os obstáculos ao longo desta jornada. A Sua presença constante foi a minha maior força nos momentos de incerteza, e a Ele dedico toda a honra desta conquista. À minha família, que é o meu grande alicerce. Aos meus pais, Eunice e Edvaldo, por todo o amor, paciência e apoio incondicional. Às minhas irmãs, Emile e Eloize, que de algum jeitinho tão especial fazem parte da minha vida e ajudaram a construir quem eu sou hoje.

Aos amigos que a universidade me trouxe de presente, em especial Kleyber, Adriana e Roberta, Ana Maria, e a tantos outros com quem compartilhei desafios, noites de estudo, risadas e no meio de alguns pequenos debates engraçados por causa dos trabalhos, no fim tudo sempre dava certo! Vocês tornaram esta jornada inesquecível. Um agradecimento muito especial a Lucas, por quem tenho um carinho e uma admiração imensa. Você chegou de mansinho, bem no meio desse caminho, mas mudou toda a minha trajetória para melhor, ter você deixou a carga mais doce e leve.

Agradeço imensamente aos meus colegas de trabalho por tanto companheirismo. O destino da vida nos uniu e permitiu que pudéssemos atuar juntos quase desde o meu início na universidade, ainda como estagiário. O meu muito obrigado, em especial, a Kenya, Clara, Elayne, André e Allan, e outros por todo o apoio e aprendizado diário.

Um agradecimento especial à minha orientadora, Profa. Ma. Débora Karyne e ao Prof. Me. Murilo Gabriel da Costa Silva, por toda a paciência e direcionamento ao longo deste trabalho. Estendo os meus sinceros agradecimentos aos professores membros da banca examinadora, pela valiosa disponibilidade em contribuir para o aprimoramento desta pesquisa. A todos os docentes da UFPB que fizeram parte da minha formação profissional e humana, seja em sala de aula ou durante as monitorias, a minha profunda gratidão. Agradeço também à instituição pela excelência do curso e por ter aberto as portas para o meu futuro.

E, por fim, mas importante, agradeço a mim mesmo. Por nunca ter desistido, por tentar me superar sempre mais e por saber que sempre poderei contar comigo mesmo. Após essa experiência transformadora que é a universidade, sou outra pessoa e, com certeza, uma pessoa melhor. Espero carregar tudo isso para sempre no meu coração.

Obrigado, Universo!

“A imaginação é mais importante que o conhecimento”

Albert Einstein

RESUMO

A formalização do Microempreendedor Individual (MEI) promoveu uma expressiva inclusão produtiva no Brasil; contudo, a sustentabilidade desses pequenos negócios exige uma interação constante e eficiente com o sistema financeiro. Diante deste cenário, o presente estudo tem como objetivo geral analisar o comportamento e a percepção dos MEIs do setor comercial de Solânea-PB na utilização de serviços financeiros e o impacto dessa interação na sustentabilidade dos seus negócios. Metodologicamente, a pesquisa classifica-se como qualitativa, de natureza aplicada e caráter exploratório, realizada por meio de um estudo de campo. A coleta de dados ocorreu através de entrevistas semiestruturadas aplicadas a 18 microempreendedores locais, cujos relatos foram tratados segundo a técnica de Análise de Conteúdo de Bardin. Os resultados revelam uma dualidade na rotina financeira: enquanto as tecnologias de pagamento, como o Pix e as máquinas de cartão vinculadas a fintechs, atuam como pilares facilitadores para a "oxigenação" diária do fluxo de caixa, o acesso ao crédito esbarra em severas barreiras burocráticas e na assimetria de informações por parte dos grandes bancos tradicionais. Observou-se, ainda, um forte déficit de alfabetização financeira, o que leva o gestor a adotar uma postura reativa, utilizando os serviços bancários de forma emergencial para "apagar incêndios" em vez de planejar estrategicamente. Conclui-se que o impacto dessa dinâmica configura um paradoxo estrutural, criando um "teto de vidro" que aprisiona o comerciante na operação básica e limita o crescimento seguro a longo prazo. O estudo evidencia a necessidade de desburocratização institucional e de investimentos práticos em educação financeira para o desenvolvimento do comércio local.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual; Serviços financeiros; Economia comportamental; Gestão financeira. Solânea-PB.

ABSTRACT

The formalization of the Individual Microentrepreneur (MEI) promoted significant productive inclusion in Brazil; however, the sustainability of these small businesses requires constant and efficient interaction with the financial system. Given this scenario, the present study aims to analyze the behavior and perception of MEIs in the commercial sector of Solânea-PB regarding the use of financial services and the impacts of this interaction on the sustainability of their businesses. Methodologically, the research is classified as qualitative, of an applied nature, and exploratory, conducted through a field study. Data collection occurred through semi-structured interviews applied to 18 local microentrepreneurs, whose reports were processed using Bardin's Content Analysis technique. The results reveal a duality in the financial routine: while payment technologies, such as Pix and card machines linked to fintechs, act as facilitating pillars for the daily "oxygenation" of cash flow, access to credit faces severe bureaucratic barriers and information asymmetry from large traditional banks. Furthermore, a strong deficit in financial literacy was observed, leading the manager to adopt a reactive posture, using banking services for emergencies to "put out fires" rather than planning strategically. It is concluded that the impact of this dynamic configures a structural paradox, creating a "glass ceiling" that traps the merchant in basic operations and limits safe, long-term growth. The study highlights the need for institutional debureaucratization and practical investments in financial education for the development of local commerce.

Keywords: Individual Microentrepreneur. Financial services. Behavioral economics. Financial management. Solânea-PB.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1. O PANORAMA DO MICROEMPREENDEDORISMO.....	13
2.2. A PESSOA JURÍDICA E O ACESSO A SERVIÇOS FINANCEIROS.....	15
2.3. O DESAFIO COMPORTAMENTAL DO MICROEMPREENDEDOR.....	17
2.4. GESTÃO E COMPREENSÃO FINANCEIRA: DA PRÁTICA OPERACIONAL À TOMADA DE DECISÃO ESTRATÉGICA	19
3. METODOLOGIA.....	22
3.1. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	22
3.2. SUJEITOS DA PESQUISA.....	23
3.3. INSTRUMENTO DE COLETA DOS DADOS	25
3.4. PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	26
3.5. PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS	27
4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	29
4.1. PERFIL DOS ENTREVISTADOS E AMBIENTE DE PESQUISA	29
4.2. FACILIDADES TECNOLÓGICAS: A DICOTOMIA ENTRE A FERRAMENTA E A INSTITUIÇÃO.....	31
4.3. BARREIRAS INSTITUCIONAIS E DIFICULDADES ENFRENTADAS.....	33
4.4. PADRÕES COMPORTAMENTAIS NA SUSTENTABILIDADE DO NEGÓCIO.....	35
4.5. O IMPACTO NA SUSTENTABILIDADE ESTRATÉGICA DO NEGÓCIO.....	36
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
6. REFERÊNCIAS	41
7. APÊNDICE	43
7.1. ROTEIRO UTILIZADO PARA ENTREVISTA.....	43
7.2. TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE).....	44

1. INTRODUÇÃO

A dinâmica empresarial brasileira sofreu uma reformulação profunda com a aprovação da Lei Complementar nº 128/2008 (Brasil, 2008), responsável por instituir o Microempreendedor Individual (MEI). Esta política pública não apenas reduziu a informalidade histórica do país, mas também resgatou a cidadania de milhões de trabalhadores, visto que a formalização agrega confiabilidade, segurança e garante o acesso a benefícios previdenciários e de crédito essenciais para a manutenção do negócio (Santos; Marcelinho, 2022). Como resultado direto desse movimento, o MEI consolidou-se como a principal força em volume no país, representando atualmente mais da metade das empresas ativas no Brasil (Sebrae, 2024).

A formalização em si, no entanto, é apenas a etapa inicial da jornada empresarial. Para garantir a sobrevivência no mercado, o pequeno comerciante é forçado a interagir com o sistema bancário para assegurar o seu capital de giro e expandir as suas vendas. Essa transição exige uma segregação patrimonial rigorosa entre as finanças pessoais e as da empresa (Sebrae, 2021).

Embora o mercado financeiro atual ofereça soluções inovadoras e menos burocráticas por meio das contas digitais e das fintechs, as quais atuam como importantes motores de inclusão financeira para pequenos empresários (Fernandes Junio et al., 2025), o pleno uso desses serviços esbarra frequentemente na falta de alfabetização financeira do gestor. Conforme apontam os estudos de economia comportamental (Thaler, 2019), muitos empreendedores tomam decisões financeiras enviesadas por hábitos irracionais ou pressões de curtíssimo prazo, prejudicando a saúde contábil do negócio.

Para analisar este fenômeno com precisão, o presente estudo estabelece recortes metodológicos específicos. A pesquisa delimita-se ao recorte espacial do município de Solânea, um importante polo comercial da região do Brejo Paraibano, onde os comerciantes lidam diariamente com o contraste entre a crescente necessidade de inovações de crédito e a carência de suporte técnico qualificado. O recorte grupal foca exclusivamente nos MEIs do setor comercial, englobando pequenos varejistas e lojistas que possuem dinâmicas de fluxo de caixa muito particulares. Tematicamente, o trabalho investiga a interseção entre a gestão financeira básica, a adoção de tecnologias bancárias e os fatores atitudinais desses indivíduos.

A partir desse cenário de mercado, onde a vasta oferta tecnológica esbarra em dificuldades educacionais e burocráticas, emerge o problema central que norteia esta investigação: Como se caracterizam o comportamento e a percepção dos Microempreendedores

Individuais (MEIs) do setor comercial de Solânea-PB na utilização de serviços financeiros, e qual é o impacto dessa interação na sustentabilidade dos seus negócios?

Em resposta a esse questionamento, o objetivo geral da pesquisa consiste em analisar o comportamento e a percepção dos MEIs do setor comercial de Solânea-PB na utilização de serviços financeiros e o impacto dessa interação na sustentabilidade dos seus negócios.

Para viabilizar este propósito maior e de acordo com a abordagem qualitativa do estudo, foram definidos três objetivos específicos:

- a) Identificar os principais fatores tecnológicos e os serviços que atuam como facilitadores na rotina comercial;
- b) Mapear as barreiras e os entraves institucionais enfrentados na contratação e uso de serviços de instituições financeiras;
- c) Analisar de que forma a compreensão dos serviços financeiros e os aspectos comportamentais refletem na sustentabilidade e no desenvolvimento desses pequenos negócios.

A realização deste estudo encontra forte justificativa nas esferas social, acadêmica e prática. Do ponto de vista social e econômico, o pequeno comércio atua como o principal motor de geração de renda em cidades do interior nordestino, tornando a compreensão de suas vulnerabilidades um passo vital para o desenvolvimento local. Academicamente, a pesquisa preenche uma lacuna regional ao integrar as teorias clássicas de administração financeira com os fundamentos da economia comportamental, fugindo da análise puramente exata dos números. Na vertente prática, os resultados obtidos pretendem oferecer um diagnóstico valioso para que instituições financeiras e órgãos de fomento desenhem linhas de crédito mais acessíveis e programas de educação que realmente dialoguem com a realidade do microempreendedor.

Na vertente prática corporativa, o diagnóstico gerado por esta pesquisa atua como uma ferramenta estratégica de fomento mercadológico. Ao evidenciar as reais dores e os vieses comportamentais do pequeno lojista, os resultados obtidos oferecem subsídios diretos para que instituições financeiras, fintechs e órgãos de fomento (como o Sebrae e cooperativas de crédito) possam reestruturar os seus modelos de negócios. Com estes dados, as empresas ganham a oportunidade de fomentar o setor comercial criando linhas de microcrédito mais acessíveis, simplificando a comunicação de contratos e desenvolvendo programas de educação financeira

que dialoguem de forma prática com a realidade do balcão, promovendo assim o crescimento mútuo e sustentável.

Para apresentar os caminhos e resultados desta investigação, a estrutura do trabalho foi organizada em quatro capítulos principais. O primeiro capítulo expõe o Referencial Teórico, abordando o panorama do microempreendedorismo, o acesso aos serviços bancários e os desafios comportamentais da alfabetização financeira. O segundo capítulo descreve a Metodologia, detalhando a natureza aplicada da pesquisa, os critérios de seleção dos sujeitos e os instrumentos utilizados na produção de dados. O terceiro capítulo é dedicado à Apresentação e Discussão dos Resultados alcançados no estudo de campo. O quarto e último capítulo traz as Considerações Finais, momento em que são retomadas as respostas ao problema central, pontuando as limitações do estudo e sugerindo rotas para futuras pesquisas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O PANORAMA DO MICROEMPREENDEDORISMO

O cenário econômico e empresarial brasileiro tem passado por profundas transformações nas últimas décadas, impulsionado, sobretudo, pela necessidade de formalizar milhões de trabalhadores que atuavam à margem da economia. As bases para essa mudança foram inicialmente desenhadas a partir do Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Brasil, 2006). Contudo, foi com a promulgação da legislação complementar no final de 2008 que a figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI) foi efetivamente criada e inserida no ordenamento jurídico do país (Brasil, 2008).

Em termos conceituais, o MEI consiste numa política pública de inclusão produtiva destinada a legalizar o trabalhador autônomo que atua por conta própria. Conforme destacam Santos e Marcelinho (2022), a formalização é um passo crucial que confere segurança, confiabilidade e acesso a direitos previdenciários fundamentais, tirando o trabalhador da vulnerabilidade da informalidade.

Ao optar por este regime, o empreendedor adquire um Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) e passa a ser enquadrado num sistema tributário simplificado, o SIMEI. Na prática, isto significa a substituição da tradicional complexidade burocrática por uma contribuição mensal única e de baixo custo. Este modelo confere ao pequeno empreendedor não apenas a possibilidade de emitir notas fiscais, mas sobretudo o acesso a direitos previdenciários fundamentais, tais como a aposentadoria, o auxílio-doença e o salário-maternidade.

Um dos pilares dessa desburocratização é a dispensa legal da contratação de um profissional de contabilidade. O regime foi desenhado para a autogestão, permitindo que o próprio empreendedor emita as suas guias e faça as suas declarações anuais diretamente através de plataformas digitais governamentais, como o Portal do Empreendedor. Se, por um lado, essa isenção reduz drasticamente os custos operacionais da pequena empresa, por outro, elimina a figura do contador como conselheiro financeiro, deixando o MEI totalmente responsável pelo seu próprio planejamento estratégico e gestão de caixa (Santos; Marcelinho, 2022).

Desde a sua implementação, esta modalidade não apenas cumpriu o seu propósito inicial de reduzir a informalidade, como se consolidou como a principal força em volume no país. Atualmente, o MEI representa 52% de todas as empresas ativas no Brasil, o que corresponde a um contingente expressivo de mais de 10 milhões de negócios formalizados (Sebrae 2022). No segundo quadrimestre de 2025, os MEIs representaram 75,3% de todas as novas empresas abertas, demonstrando a força e a capilaridade desse modelo (Brasil, 2025).

No entanto, a literatura acadêmica adverte que a decisão de empreender transcende a mera necessidade de subsistência ou a resposta a exigências burocráticas. A formalização e a abertura de um microempreendimento refletem, em grande medida, um despertar de atitude. Nesse sentido, o empreendedorismo envolve a proatividade de identificar oportunidades, organizar recursos e assumir riscos calculados com o objetivo de gerar valor na sociedade (Salim; Silva, 2013).

Um forte indicador dessa atitude autônoma e proativa é o fato de que a maioria dos empreendedores (60%) realizou o processo de abertura do seu MEI de forma totalmente independente, sem a procura por ajuda de terceiros (Sebrae, 2024). Contudo, se por um lado essa independência revela a democratização e a simplificação do processo de abertura, por outro, ela alerta para possíveis lacunas iniciais na orientação técnica e no planejamento estrutural necessário para a gestão diária do novo negócio.

É exatamente neste ecossistema de forte expansão e facilitação burocrática que se insere o município de Solânea, no interior da Paraíba. Como um importante polo comercial da sua microrregião, a cidade absorve diretamente os impactos desta "onda" de formalização. Os microempreendedores e comerciantes locais vivenciam, na prática, os reflexos positivos desta agilidade inicial para legalizar os seus comércios.

Entretanto, após a fase de formalização, estes mesmos comerciantes de Solânea deparam-se com a dura realidade da sobrevivência empresarial, onde a burocracia governamental é substituída pela complexidade do mercado. Para sustentar o crescimento das suas operações e manter a taxa de atividade do negócio saudável, estes empreendedores passam a necessitar de um conhecimento mais aprofundado em gestão, de um controle rigoroso de fluxo de caixa e, impreterivelmente, de um acesso facilitado a serviços financeiros e crédito bancário, fatores que frequentemente esbarram em novas barreiras estruturais e comportamentais.

2.2. A PESSOA JURÍDICA E O ACESSO A SERVIÇOS FINANCEIROS

A transição da informalidade para a formalização confere ao microempreendedor o status de Pessoa Jurídica (PJ). Esta mudança, contudo, vai muito além da mera obtenção de um documento, exigindo uma reestruturação na forma como o negócio se relaciona com o mercado e, principalmente, com o sistema financeiro. Historicamente, os pequenos empreendimentos deparam-se com o desafio imediato da segregação patrimonial, isto é, a separação rigorosa entre as finanças pessoais do empreendedor (Pessoa Física) e o caixa da empresa (Pessoa Jurídica), um passo fundamental para a saúde e análise de viabilidade do negócio (Sebrae, 2021).

Mais do que a simples abertura de uma conta PJ, a inserção do MEI no sistema financeiro deve ser analisada sob a ótica da inclusão e da "cidadania financeira". Este conceito pressupõe a criação de um ambiente que permita ao cidadão e ao pequeno empreendedor o exercício pleno de direitos e deveres, munindo-o de ferramentas para gerenciar bem os seus recursos financeiros através do aperfeiçoamento e da proteção do consumidor bancário (Sales; Alves, 2021).

No contexto operacional, as necessidades financeiras de uma microempresa diferem substancialmente das necessidades de um indivíduo. Para manter o funcionamento do negócio, o MEI comerciante necessita de um portfólio específico de serviços bancários, que inclui soluções de recebimento (máquinas de cartão, ferramentas de transação digital como o PIX PJ), opções seguras para antecipação de recebíveis e, de forma crítica, linhas de crédito adequadas. Na teoria financeira, o capital de giro atua como respiro de uma organização, permitindo a continuidade do ciclo operacional desde o momento da compra de mercadorias junto aos fornecedores até ao efetivo recebimento pelas vendas realizadas aos clientes (Gitman, 2010).

Nos últimos anos, a forma de movimentar este capital sofreu uma disrupção profunda impulsionada pela inovação tecnológica, cenário no qual as *fintechs* ganham protagonismo. Sobre esse impacto estrutural e facilitador:

As entidades financeiras que utilizam a tecnologia como meio principal de acesso, comumente chamadas *fintechs*, trouxeram menos burocracia para a sociedade, pois proporcionam a abertura de contas correntes simplificadas e com baixas tarifas, melhor experiência com ambiente digital, transparência e agilidade para os clientes. Assim, a inclusão financeira global se tornou uma preocupação crescente, especialmente com o surgimento das *fintechs*, que transformaram o cenário financeiro. (Fernandes Junio *et al.*, 2025, p. 1).

Para que esse respiro, o capital de giro, seja bem administrado e o recurso bancário seja utilizado de forma eficiente, é imprescindível que o microempreendedor adote práticas internas de controle financeiro antes mesmo de buscar os serviços de uma instituição. O planejamento financeiro não é um luxo exclusivo de grandes corporações, mas uma ferramenta vital para que as pequenas empresas consigam se antecipar a cenários de risco e sazonalidades nas vendas.

Para operacionalizar esse controle na rotina comercial, a demonstração do fluxo de caixa apresenta-se como um instrumento essencial para a tomada de decisão. É através do registro rigoroso de entradas e saídas que o gestor consegue visualizar a sua real necessidade de buscar recursos de terceiros (Thirsen, 2000). Quando a necessidade de captação de recursos se confirma, o acesso ao crédito torna-se o próximo passo. O sucesso do MEI na utilização destes serviços depende diretamente da sua capacidade de contrair dívidas de forma estratégica, visando o investimento em maquinário, melhoria do espaço físico ou expansão de estoque, e não apenas como um socorro emergencial para cobrir despesas operacionais ou falhas de precificação.

Apesar da clareza destas necessidades teóricas para a sobrevivência do comércio local, o acesso a estes serviços por parte do MEI nem sempre ocorre de forma orgânica e fluida na prática. A percepção dos microempreendedores sobre o atendimento bancário revela um cenário de constantes atritos e adaptações. Segundo os dados estatísticos do Sebrae (2024), numa escala de zero a dez, a nota média atribuída pelos MEIs para a facilidade do processo de contratação de serviços financeiros é de apenas 6,8. Este índice mediano sugere que, embora a oferta de crédito exista no mercado, o processo de aquisição é percebido com ressalvas pelos empreendedores, muitas vezes associadas à burocracia documental imposta pelas instituições financeiras tradicionais e à clássica exigência de garantias reais que o microempreendedor raramente possui.

Esse espaço entre a necessidade do MEI e a rigidez do sistema bancário tradicional, surge facilitadores impulsionados pela inovação tecnológica. A literatura aponta para um novo paradigma em que a tecnologia da informação se torna o elemento central na concepção e entrega de serviços financeiros, rompendo com o modelo analógico e burocrático (Schueffel, 2016).

As chamadas *fintechs* e as modernas instituições cooperativas de crédito têm desempenhado um papel crucial na bancarização e inclusão financeira deste público empresarial. Segundo Fernandes Junio et al. (2025), estas empresas de tecnologia financeira

trouxeram menos burocracia, maior transparência e agilidade por meio de plataformas digitais, atuando como um motor vital de inclusão financeira para pequenos negócios que, historicamente, encontravam portas fechadas nos bancos tradicionais. Elas oferecem a abertura de contas correntes digitais de forma simplificada, tarifas de manutenção reduzidas e processos de concessão de microcrédito muito mais ágeis.

Desta forma, a utilização de serviços financeiros pelo MEI deixa de ser apenas uma questão de oferta de mercado, passando a envolver de forma próxima a percepção do próprio comerciante. A sua decisão de utilizar ou rejeitar um serviço bancário dependerá de como ele pesa as barreiras percebidas (como a linguagem complexa dos gerentes e os altos custos das taxas) contra os fatores facilitadores (como a agilidade tecnológica dos aplicativos e a clareza no atendimento), elementos que ajudam a sua capacidade de gerir, inovar e expandir o seu negócio na cidade de Solânea.

2.3. O DESAFIO COMPORTAMENTAL DO MICROEMPREENDEDOR

Embora o avanço tecnológico e a desburocratização institucional tenham promovido uma inclusão financeira para os pequenos negócios no Brasil, o simples acesso a produtos bancários não garante o sucesso da gestão empresarial. Existe uma diferença fundamental entre possuir uma ferramenta financeira (como uma máquina de cartão ou uma conta jurídica) e saber utilizá-la em prol do crescimento econômico sustentável. É neste ponto que a literatura acadêmica estabelece uma linha divisória rigorosa entre a "inclusão financeira" (o acesso ao sistema) e a "alfabetização financeira" (a capacidade de utilizar o sistema de forma inteligente e estratégica).

Neste contexto, é vital distinguir a educação financeira da alfabetização financeira. Enquanto a educação financeira refere-se à transmissão teórica de conhecimentos sobre o dinheiro, a alfabetização financeira diz respeito à aplicação prática desse conhecimento na tomada de decisão (Souza, 2023).

A alfabetização é definida internacionalmente como a capacidade do indivíduo de processar informações econômicas e tomar decisões embasadas sobre planejamento financeiro, acumulação de riqueza, gestão de dívidas e proteção contra riscos (Lusardi; Mitchell, 2014). Para o microempreendedor, ser alfabetizado financeiramente significa compreender as nuances de taxas de juros, calcular o custo real de uma antecipação de recebíveis e ter a capacidade

crítica de não comprometer o capital de giro da empresa com dívidas que não geram retorno operacional.

Na prática, a realidade dos microempreendedores brasileiros revela um abismo profundo de desconhecimento técnico. Dados recentes demonstram que 60% dos MEIs afirmam não saber quais são as consequências legais e financeiras do não pagamento do boleto mensal de arrecadação (DAS). Mais alarmante é o fato de que um terço dos entrevistados sequer sabe qual é o limite de faturamento anual permitido para a sua própria categoria tributária (Sebrae, 2024). Essa desinformação estrutural atua como uma barreira invisível, porém altamente destrutiva, impedindo que o empreendedor acesse linhas de crédito adequadas por puro desconhecimento das regras básicas do jogo comercial.

Além do domínio técnico, o uso eficiente dos serviços financeiros requer o que a literatura classifica como "capacidade financeira". Este conceito vai além do conhecimento (saber o que fazer) e engloba o comportamento e a atitude (ter disciplina para fazer). A capacidade financeira de um indivíduo é fortemente influenciada por seus antecedentes socioeconômicos, experiências prévias e pelo ambiente em que está inserido, fatores que impactam diretamente a forma como ele interage com o crédito e a poupança na gestão do seu empreendimento (Ferrari, 2021).

Para aprofundar a compreensão dessas barreiras atitudinais, é necessário recorrer à economia comportamental, disciplina que une a psicologia à tomada de decisão financeira. A teoria econômica tradicional pressupõe que os agentes são totalmente racionais, mas os estudos comportamentais demonstram que os seres humanos frequentemente agem de maneira irracional quando o assunto é dinheiro. As decisões são constantemente enviesadas pela impulsividade, pelo excesso de confiança ou pelo comodismo, levando indivíduos a ignorarem o planejamento de longo prazo em favor de recompensas imediatas (Thaler, 2019).

Um dos conceitos centrais de Richard Thaler (2019) que explica perfeitamente a realidade do MEI é o da "contabilidade mental". O empreendedor frequentemente cria "caixas mentais" equivocadas para o seu dinheiro, o que explica a dificuldade crônica em separar as finanças pessoais (Pessoa Física) das finanças do negócio (Pessoa Jurídica). Quando o comerciante retira dinheiro do caixa da empresa para pagar uma conta de luz residencial, ele não está apenas cometendo um erro contábil; ele está sendo vítima de um viés comportamental onde o dinheiro perde a sua função empresarial e passa a ser visto como um recurso único de sobrevivência imediata.

No contexto do pequeno comércio, esse viés do presente é acentuado pela urgência do dia a dia. O MEI atua, frequentemente, sob intensa pressão para garantir o fluxo de caixa semanal. Conseqüentemente, a sua tomada de decisão financeira tende a focar-se exclusivamente no curto prazo. A escolha por contrair um empréstimo com taxas abusivas via cartão de crédito pessoal, em vez de buscar uma linha de microcrédito subsidiada para a empresa, muitas vezes não decorre da falta de opções no mercado, mas sim de uma limitação comportamental que prioriza a conveniência e o alívio imediato em detrimento da saúde financeira futura da organização.

Ao analisar a realidade dos microempreendedores individuais, compreende-se que as barreiras para o uso pleno e eficiente dos serviços financeiros não fica apenas nos balcões dos bancos, nas exigências de garantias ou na interface dos aplicativos. As maiores travas ao desenvolvimento comercial do MEI estão muitas vezes instaladas no próprio comportamento do gestor e na sua falta de alfabetização financeira. A verdadeira inclusão, aquela que gera cidadania e permanência empresarial, exigirá destes comerciantes um esforço duplo: vencer a complexidade do sistema financeiro externo e, paralelamente, reeducar as suas próprias dificuldades comportamentais internas.

2.4. GESTÃO E COMPREENSÃO FINANCEIRA: DA PRÁTICA OPERACIONAL À TOMADA DE DECISÃO ESTRATÉGICA

A superação das barreiras comportamentais e o acesso aos serviços bancários convergem para um único propósito dentro da realidade de um pequeno negócio: a eficiência da gestão financeira. A literatura define a administração financeira como a arte e a ciência de gerir fundos, exigindo do administrador não apenas a intuição comercial, mas a aplicação de técnicas rigorosas para maximizar a riqueza e garantir a continuidade das operações (Gitman, 2010). No universo do Microempreendedor Individual, essa "ciência" traduz-se em rotinas práticas de controle que determinam o fracasso ou o sucesso do comércio local.

A gestão financeira eficaz em microempresas não requer sistemas complexos, mas baseia-se na coleta e no monitoramento constante de dados básicos. Conforme aponta Marion (2009), a contabilidade gerencial atua como o principal instrumento que fornece informações úteis e tempestivas para a tomada de decisões empresariais. Para o MEI comerciante, essa gestão materializa-se na elaboração de controles elementares, tais como o registro diário de

contas a pagar e a receber, a gestão de estoques e, fundamentalmente, a formação correta do preço de venda de seus produtos ou serviços.

Possuir as ferramentas de gestão (como planilhas ou aplicativos de controle) não é suficiente sem a devida *compreensão financeira* dos indicadores que elas geram. Compreensão financeira significa a capacidade do empreendedor de interpretar os números do seu próprio negócio para intervir de forma precisa na sua operação. Um exemplo clássico dessa deficiência ocorre na precificação: muitos microempreendedores determinam o preço de seus produtos baseando-se exclusivamente no valor cobrado pela concorrência, ignorando a necessidade de compreender a sua própria estrutura de custos fixos, custos variáveis e a margem de contribuição (Thirsen, 2000). O resultado prático dessa falha de compreensão é o fenômeno da empresa que "vende muito, mas não vê a cor do dinheiro", culminando em problemas de liquidez e rápido endividamento.

A relação entre a compreensão financeira e a utilização de serviços bancários é direta e inseparável. Quando o MEI possui alta compreensão sobre o funcionamento das suas finanças, ele utiliza os produtos oferecidos pelos bancos ou *fintechs* de forma estratégica. Uma antecipação de recebíveis de cartão de crédito ou a contratação de um microcrédito tornam-se alavancas de crescimento, utilizadas para negociar descontos em compras à vista com fornecedores ou para expandir a capacidade produtiva.

Em contrapartida, quando há um déficit de compreensão financeira e falhas na gestão básica, o comportamento do microempreendedor frente aos serviços financeiros torna-se reativo. A ausência de um fluxo de caixa projetado faz com que o comerciante seja constantemente surpreendido por obrigações financeiras de curto prazo. Nessas situações de estresse, os serviços bancários (especialmente o limite do cheque especial ou o crédito rotativo) deixam de ser ferramentas de gestão e passam a atuar como recursos de socorro emergencial. Este ciclo reativo não resolve o problema estrutural do negócio, atuando apenas como um paliativo que agrava o custo da operação através da incidência de altos encargos financeiros (Ferrari, 2021).

Para verificar como os fatores facilitadores e as barreiras influenciam a tomada de decisão financeira dos MEIs em Solânea, escopo central desta pesquisa, é importante analisar não apenas o ambiente externo (o que as instituições financeiras oferecem e como oferecem), mas também o ambiente interno do negócio (como o empreendedor compreende os serviços oferecidos por instituições financeiras). A verdadeira autonomia financeira do

microempreendedor só é atingida quando a facilidade de acesso à tecnologia bancária encontra respaldo em uma sólida compreensão gerencial, permitindo que a tomada de decisão deixe de ser empírica e passe a ser fundamentada em dados concretos do próprio negócio.

3. METODOLOGIA

Este capítulo detalha os caminhos metodológicos adotados para a realização desta pesquisa, descrevendo a classificação do estudo, a definição do público-alvo, a concepção do instrumento de coleta de dados e os procedimentos práticos de abordagem e análise das informações, de modo a garantir o rigor científico necessário para o alcance dos objetivos propostos.

3.1. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa classifica-se como pesquisa aplicada. Segundo Lakatos e Marconi (2003), a pesquisa aplicada caracteriza-se pelo seu interesse prático, procurando gerar conhecimentos para aplicações diretas e dirigidos à solução de problemas específicos. Neste caso, o estudo visa gerar um diagnóstico aplicável à realidade do Microempreendedor Individual (MEI) na cidade de Solânea-PB, compreendendo as suas realidades e o impacto dos serviços financeiros na sustentabilidade do comércio local.

Quanto à abordagem do problema, o estudo adotou o método estritamente qualitativo, caracterizando-se de forma específica como uma pesquisa qualitativa aplicada. Segundo Merriam (2009), a pesquisa qualitativa é a forma mais comum e essencial deste campo. A escolha deste método justifica-se pela necessidade de compreender a fundo a realidade humana por trás dos balcões. Sobre a essência deste método, Minayo destaca que:

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. (MINAYO, 2017, p. 21).

Essa abordagem alinhou-se perfeitamente ao propósito deste trabalho, que buscou capturar não estatísticas absolutas, mas as percepções, os comportamentos e as narrativas dos microempreendedores diante das facilidades e dificuldades de utilização dos serviços bancários e tecnológicos.

Em relação aos objetivos, a pesquisa caracterizou-se como exploratória. Os estudos exploratórios têm como principal finalidade proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito e auxiliando na construção de hipóteses (Gil, 2002). Considerando a

lacuna de estudos qualitativos sobre o comportamento financeiro do MEI no interior da Paraíba, esta etapa exploratória foi fundamental.

Quanto aos procedimentos técnicos, a investigação configurou-se como um estudo de campo. A produção dos dados ocorreu *in loco*, ou seja, diretamente no ambiente natural onde o fenômeno acontece: o balcão dos próprios estabelecimentos do polo comercial do município de Solânea. O contexto desta pesquisa justificou-se pela forte vocação comercial da cidade na microrregião do Brejo Paraibano e pela necessidade de observar a realidade crua e não filtrada do pequeno comerciante em pleno horário de funcionamento, lidando simultaneamente com clientes e com a gestão financeira do negócio.

3.2. SUJEITOS DA PESQUISA

O público-alvo desta pesquisa foi composto por Microempreendedores Individuais (MEIs) com registro ativo no município de Solânea, Estado da Paraíba. Para delimitar o escopo e garantir a precisão e a profundidade dos dados, foram estabelecidos os seguintes critérios de inclusão: atuar especificamente no setor comercial e estar formalizado como MEI, com o negócio em plena atividade.

A seleção dos participantes ocorreu por conveniência e acessibilidade, adotando-se uma abordagem de campo totalmente presencial e seleção intencional. Para alcançar os comerciantes, o pesquisador percorreu as ruas e avenidas do polo comercial de Solânea de forma aleatória, caminhando de porta em porta nos estabelecimentos. A abordagem inicial consistia em uma triagem rápida: ao entrar na loja, o pesquisador perguntava ao responsável se o negócio era formalizado como MEI. Em caso positivo, e havendo disponibilidade de tempo do gestor, o convite para a entrevista era formalizado.

O grupo de participante, foi definido pelo critério de saturação teórica (Minayo, 2017) (momento em que as respostas começam a se repetir sem acrescentar novos dados ao estudo), foi composta por 18 microempreendedores locais. O perfil dos entrevistados revelou uma diversidade significativa de segmentos comerciais, garantindo uma representatividade abrangente da dinâmica comercial do município.

Diante desse compromisso ético, os nomes reais dos participantes e das fachadas das suas lojas foram ocultadas nessa pesquisa. Para efeitos de apresentação dos resultados, os

participantes foram codificados sequencialmente no formato "Entrevistado 1", "Entrevistada 2", e assim sucessivamente até o "Entrevistado 18".

Para ilustrar o perfil dos sujeitos que compuseram esta pesquisa, o Quadro 1 apresenta a caracterização do grupo participante com foco no tempo de mercado, segmento de atuação e gênero dos gestores.

Quadro 1 – Dados dos Empreendedores

Código	Tempo de atividade	Ramo de atuação	Gênero
Entrevistado 1	3 anos	Loja de vestuário	Masculino
Entrevistado 2	5 anos	Variedades do lar	Feminino
Entrevistado 3	8 meses	Acessórios eletrônicos	Feminino
Entrevistado 4	2 anos	Hamburgueria	Masculino
Entrevistado 5	10 anos	Mercadinho	Feminino
Entrevistado 6	20 anos	Loja de vestuário	Masculino
Entrevistado 7	4 anos	Floricultura	Feminino
Entrevistado 8	1 ano	Sorveteria	Masculino
Entrevistado 9	6 anos	Bebidas	Masculino
Entrevistado 10	17 anos	Loja de cosméticos	Feminino
Entrevistado 11	2 anos	Variedades	Masculino
Entrevistado 12	5 anos	Acessórios eletrônicos	Masculino
Entrevistado 13	3 anos	Loja de vestuário	Masculino
Entrevistado 14	8 anos	Loja de cosméticos	Feminino
Entrevistado 15	1 ano e 5 meses	Hamburgueria	Masculino
Entrevistado 16	12 anos	Mercadinho	Feminino
Entrevistado 17	4 anos	Comidas típicas	Masculino
Entrevistado 18	7 anos	Loja de vestuário	Feminino

Fonte: **Elaboração do autor (2026).**

Conforme se observa no Quadro 1, o grupo participante apresenta uma diversidade bastante enriquecedora para o estudo. No que tange à composição por gênero, o grupo demonstra um notável equilíbrio, sendo formado por 10 empreendedores do sexo masculino (55,5%) e 8 do sexo feminino (44,5%). Essa distribuição paritária reflete a forte presença e o protagonismo de homens e mulheres à frente do comércio local, permitindo que a pesquisa capture abordagens diversificadas na gestão diária dos negócios.

O tempo de atividade no comércio varia desde empreendimentos recém-inaugurados, com apenas 8 meses de funcionamento, até estabelecimentos tradicionais com 20 anos de presença no mercado local. A média de tempo de atividade do grupo participante é de

aproximadamente 6,2 anos, demonstrando um nível de maturidade empresarial que enriquece os relatos captados.

No que diz respeito ao ramo de atuação, os sujeitos da pesquisa contemplam os setores mais representativos e dinâmicos do polo comercial de Solânea, tais como lojas de vestuário, mercadinhos, estabelecimentos de alimentação (hamburguerias e sorveterias), produtos de estética (lojas de produtos de beleza), além de comércios de nicho, como floriculturas e venda de produtos regionais nordestinos. O setor de Vestuário lidera com 22,2% das lojas, seguido por Acessórios Eletrônicos (11,1%), Hamburguerias (11,1%), Mercadinhos (11,1%) e Lojas de Cosméticos (11,1%). Os restantes 33,4% estão distribuídos em comércios de nicho ou serviços específicos (Variedades, Variedades do lar, Floricultura, Sorveteria, Bebidas e Comidas Típicas, representando aproximadamente 5,6% cada).

3.3. INSTRUMENTO DE COLETA DOS DADOS

Para atender à natureza qualitativa do estudo e ao ambiente agitado do comércio local, o instrumento de pesquisa foi o Roteiro de Entrevista Semiestruturada (apresentado em Apêndice). Este formato permitiu que o pesquisador tivesse um guia de perguntas curtas e fundamentadas para manter o foco nos objetivos do trabalho, oferecendo simultaneamente ao entrevistado a liberdade para falar abertamente e discorrer sobre as suas experiências de balcão.

Na elaboração do roteiro, houve um cuidado com a linguagem. As perguntas foram construídas utilizando termos cotidianos e acessíveis do vocabulário comercial, evitando propositalmente jargões financeiros complexos (como liquidez, juros compostos ou amortização) que pudessem gerar desconforto, inibir as respostas.

Para garantir que as informações colhidas respondessem diretamente ao problema da pesquisa, o roteiro foi estruturado e dividido em quatro blocos narrativos, em que cada conjunto de perguntas foi desenhado para fornecer dados específicos para a posterior discussão dos resultados:

- Bloco 1: Perfil e Contexto do Negócio (Perguntas 1 a 4): Funcionou estrategicamente como uma etapa de "quebra-gelo". Visou extrair o tempo de experiência do gestor, o nível básico de bancarização (quais as instituições e os serviços utilizados) e a sua autoavaliação de conhecimento financeiro. Esta etapa inicial foi essencial para deixar o comerciante confortável ao falar da sua própria trajetória, além de permitir traçar o perfil

do grupo participante e compreender o "ponto de partida" de cada entrevistado, servindo como base direta para a seção de resultados referente ao Perfil dos Entrevistados (Capítulo 4.1).

- Bloco 2: Facilidades Tecnológicas (Perguntas 5 e 6): Teve como objetivo identificar quais as inovações (como Pix e *fintechs*) que os MEIs encaram como aliadas. As respostas a estas perguntas forneceram as informações necessárias para avaliar como a tecnologia otimiza as vendas e garante a sobrevivência diária do negócio, alimentando a discussão teórica sobre a desburocratização transacional (Capítulo 4.2).
- Bloco 3: Dificuldades e Barreiras Institucionais (Perguntas 7 e 8): Foi estruturado propositalmente para incentivar o comerciante a relatar os atritos e as suas frustrações com os bancos. As narrativas extraídas permitiram mapear os gargalos de crédito, a burocracia excessiva e as assimetrias de informação na contratação de máquinas de cartão (base empírica para o Capítulo 4.3).
- Bloco 4: Padrões Comportamentais, Gestão e Sustentabilidade (Perguntas 9 a 10): Buscou investigar os vieses comportamentais do gestor. A pergunta sobre a mistura de dinheiro permitiu identificar o fenômeno da "contabilidade mental", enquanto as perguntas sobre a perda de oportunidades e o impacto futuro avaliaram o déficit de alfabetização financeira e a presença (ou ausência) de visão estratégica. Estes dados foram cruciais para fundamentar os capítulos finais da análise (4.4 e 4.5).

3.4. PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

A pesquisa de campo e a respectiva coleta de dados foram realizadas de forma totalmente presencial, no período compreendido entre os dias 10 e 15 de março de 2026, no polo comercial do município de Solânea-PB. A pesquisa ocorreu diretamente no interior dos estabelecimentos comerciais dos empreendedores, o que permitiu ao pesquisador absorver não apenas as informações orais provenientes das entrevistas, mas também valiosas informações visuais sobre a dinâmica de atendimento, as ferramentas dispostas no balcão e a própria infraestrutura do negócio.

Uma característica fundamental na coleta de dados foi o tempo planejado. As entrevistas duraram, em média, cerca de 8 minutos cada. Esta duração foi estrategicamente pensada e executada para respeitar o tempo do microempreendedor, não prejudicando as suas vendas e o

atendimento aos clientes que chegavam à loja durante a conversa. Este respeito à rotina local facilitou imensamente a aceitação para participar na pesquisa: caso houvesse a necessidade de o entrevistado atender algum cliente, a entrevista era imediatamente pausada e retomada de forma natural assim que o atendimento fosse finalizado.

Para garantir a organização e o rigor metodológico num ambiente comercial dinâmico, o processo de coleta foi estruturado em três etapas fundamentais:

1ª Etapa: Abordagem e Triagem Inicial: A incursão no campo deu-se de forma ativa, através de visitas "porta a porta" aos estabelecimentos comerciais. Ao entrar na loja, o pesquisador realizava uma triagem rápida para confirmar se o negócio operava formalmente sob o regime de MEI. Confirmado o enquadramento e verificada a disponibilidade de tempo do gestor (de forma a não interromper as vendas), o convite para a pesquisa era formalizado.

2ª Etapa: Procedimentos Éticos: Ao receber o aceite do comerciante, o pesquisador iniciava o protocolo ético. Antes de proceder a qualquer gravação, o respondente era instruído de forma clara sobre as premissas do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Neste momento, foi assegurado o absoluto anonimato e o sigilo das informações financeiras partilhadas. Em virtude deste compromisso, os nomes reais dos participantes e as identidades (fachadas) das respectivas lojas foram suprimidos.

3ª Etapa: Execução e Gravação da Entrevista: Com o consentimento garantido, a entrevista semiestruturada era iniciada. Para assegurar a fidedignidade máxima das narrativas e captar o tom de voz e as hesitações sem intimidar o entrevistado, a gravação de áudio foi realizada de forma discreta, utilizando a funcionalidade de gravação de um smartphone posicionado no balcão.

O diálogo fluiu de maneira natural; contudo, o pesquisador adotou uma postura ativa e investigativa. Sempre que o comerciante fornecia respostas curtas, superficiais ou evasivas, o entrevistador intervinha prontamente, solicitando exemplos práticos ou fazendo perguntas de aprofundamento. Esta flexibilidade e intervenção ativa foram cruciais para extrair narrativas ricas e detalhadas, preservando a dinâmica fluida do atendimento ao cliente na loja.

3.5. PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS

Após o término da pesquisa de campo, partiu-se para a fase de processamento das informações gravadas. O primeiro passo consistiu na transcrição dos áudios. Para garantir a

agilidade e a fidedignidade dos relatos, a conversão dos áudios para texto foi realizada de forma digital, utilizando a ferramenta nativa de transcrição do Microsoft Word Online, programa do pacote Microsoft 365.

Os textos gerados pela plataforma foram posteriormente revisados de forma manual pelo pesquisador para corrigir eventuais erros de transcrição gerados pelo barulho das ruas de Solânea, mantendo preservados as expressões dos comerciantes.

Com as transcrições finalizadas, partiu-se para a Análise de Conteúdo estruturada por Laurence Bardin (2011). O tratamento dos dados seguiu os três polos cronológicos da autora:

1. Pré-análise: Realizou-se a leitura flutuante de todas as 18 entrevistas, permitindo a familiarização profunda com o material e as "realidades" relatadas pelos participantes.
2. Exploração do material: Nesta fase ocorreu a codificação das falas e o agrupamento por semelhanças temáticas.
3. Tratamento dos resultados e interpretação: Os achados foram cruzados e interpretados à luz das teorias da economia comportamental.

Um detalhe metodológico de suma importância ocorreu na formação das categorias de análise durante a fase de exploração do material. A categorização dos dados foi gerada de forma híbrida. Inicialmente, o estudo partiu de categorias geradas a priori, fundamentadas no Referencial Teórico (separando as falas em "Facilidades Tecnológicas", "Barreiras de Mercado" e "Comportamento").

Porém, à medida que a análise avançava, novas categorias emergiram dos próprios dados coletados de forma a posteriori, como foi o caso da categoria "Normalização das dificuldades", que nasceu diretamente do relato dos comerciantes que se mostraram conformados com o mau atendimento bancário. Por fim, estas categorias foram cruzadas e interpretadas sob a ótica da economia comportamental, permitindo responder ao problema central desta investigação.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, são apresentados os resultados obtidos a partir das entrevistas e das observações diretas realizadas no polo comercial do município de Solânea-PB. Os dados gerados foram categorizados e confrontados com a literatura existente, permitindo compreender a percepção dos microempreendedores sobre as facilidades, dificuldades e o impacto comportamental do uso de serviços financeiros no seu dia a dia.

4.1. PERFIL DOS ENTREVISTADOS E AMBIENTE DE PESQUISA

A realização da pesquisa no campo não se limitou apenas à gravação das entrevistas, mas também à observação do ambiente de negócios, das dinâmicas de atendimento e das ferramentas visíveis das lojas. O grupo participante revelou uma diversidade significativa tanto no tempo de atuação quanto nos segmentos de mercado, garantindo uma visão ampla do fenômeno estudado. Foram entrevistados gestores de lojas de diversos segmentos, com predominância nos setores de vestuário e alimentação.

Vale ressaltar que as visitas também revelaram desafios característicos da pesquisa qualitativa primária. Durante o processo de abordagem, houve casos de recusa de participação. Os motivos para a não adesão variaram desde a franca falta de tempo, justificada pelo fluxo de clientes e pela dinâmica acelerada de quem atende sozinho ao balcão, ou até à indisposição por motivos pessoais e ao desconforto em falar sobre a gestão do próprio negócio.

Este comportamento de esquiva mostra, por si só, um dado observacional de enorme relevância: ele reforça o quão sensível e, por vezes, considerado um "tabu", é o tema das finanças para o pequeno empreendedor, que frequentemente encara a sua movimentação bancária como uma esfera estritamente sensível.

O tempo de atuação no comércio variou de negócios recém-abertos, com apenas oito meses de funcionamento, até estabelecimentos tradicionais fundado há 20 anos. Em relação à bancarização, observou-se uma adesão híbrida: a maioria dos comerciantes utiliza simultaneamente instituições bancárias tradicionais (como Banco do Nordeste, Caixa Econômica Federal e Bradesco) e bancos digitais ou *fintechs* (como Nubank, Inter, Ton e InfinityPay).

O quadro 2 detalha as instituições bancárias que estes microempreendedores utilizam para movimentar o dinheiro da empresa, bem como os serviços com maior incidência nas suas rotinas diárias.

Quadro 2 – Instituições e Serviços utilizados pelos Empreendedores

Entrevistado	Instituição(ões) Usada(s)	Serviço(s) Mais Utilizado(s)
Entrevistado 1	Inter e Sicredi.	Pix e pagamento via boleto.
Entrevistada 2	Banco do Brasil, Caixa Econômica e Banco do Nordeste.	Maquininha, Pix, cartão e empréstimo (Crediamigo).
Entrevistada 3	Inter.	Pix, maquininha e crédito.
Entrevistado 4	Banco do Nordeste.	Pix, maquininha e empréstimos.
Entrevistada 5	Bradesco.	Cartão, Pix e maquininha.
Entrevistado 6	Bradesco.	Pix e cartão de débito.
Entrevistada 7	Ton (banco virtual).	Cartão de crédito, Pix e maquininha.
Entrevistado 8	Banco do Nordeste, Caixa e outra não especificada.	Pix, maquininha e empréstimo.
Entrevistada 9	Bradesco, Crediamigo e Banco do Nordeste.	Maquininha e Pix.
Entrevistada 10	Santander e Banco do Nordeste.	Maquininha, cartão, Pix e empréstimo.
Entrevistado 11	Bradesco, Itaú e Sicredi.	Pix, cartão, cheque e empréstimo.
Entrevistado 12	Itaú e Nubank.	Pix e empréstimo.
Entrevistado 13	Sicredi e InfinityPay.	Pix, maquininha, link de pagamento e empréstimo.
Entrevistado 14	Nubank e Caixa Econômica.	Pix, link de pagamento e cartão de crédito.
Entrevistado 15	Banco do Brasil e PagBank.	Pix, maquininha e antecipação de recebíveis.
Entrevistado 16	Mercado Pago.	Pix, maquininha e crédito de capital de giro.

Entrevistado 17	Sicredi e Bradesco.	Pix, cartão, conta corrente e empréstimo.
Entrevistado 18	Inter e Caixa Econômica.	Pix, emissão de boletos e cartão de débito.

Fonte: **Elaboração do autor (2026).**

A análise do Quadro 2 permite extrair informações fundamentais sobre o comportamento do MEI em Solânea. Primeiramente, mostra um perfil de bancarização estritamente híbrido. A grande maioria dos entrevistados não centraliza as suas operações numa única instituição. Observa-se uma forte presença combinada de bancos tradicionais (com destaque para o Banco do Nordeste, Caixa Econômica e Bradesco), instituições de modelo cooperativo (como o Sicredi) e uma adesão expressiva aos bancos digitais e fintechs (Inter, Nubank, Ton, PagBank e Mercado Pago).

Em relação aos serviços mais utilizados, o Pix apresenta-se de forma quase unânime nos sujeitos da pesquisa, consolidando-se como a ferramenta de recebimento indispensável na rotina comercial, acompanhado pelas máquinas de cartão. Além disso, a presença recorrente do termo "empréstimo", "crédito" ou "Crediamigo" entre os serviços mais utilizados evidencia que a busca por capital de giro é uma necessidade constante e estrutural para a manutenção destes estabelecimentos.

Estes dados preliminares validam a heterogeneidade do grupo participante e preparam o terreno para a discussão aprofundada dos resultados, demonstrando que o comerciante local está ativamente inserido no sistema financeiro através de múltiplas frentes.

4.2. FACILIDADES TECNOLÓGICAS: A DICOTOMIA ENTRE A FERRAMENTA E A INSTITUIÇÃO

Ao investigar os principais fatores tecnológicos que atuam como facilitadores na rotina dos MEIs, o Pix e as máquinas de cartão emergiram como ferramentas vitais e unânimes. Para os comerciantes locais, a tecnologia deixou de ser apenas um diferencial competitivo para se tornar uma condição básica de sobrevivência empresarial. A transição do dinheiro em espécie para os pagamentos instantâneos trouxe agilidade e garantiu que o pequeno comerciante não perdesse vendas. Esta dependência tecnológica na rotina de recebimentos é resumida de forma contundente pela Entrevistada 5:

"Sem banco você morre, né? Porque hoje em dia quem não receber cartão, quem não movimentar também um Pix, uma coisa, tá morto. O comércio, até picolé hoje é no cartão." (Entrevistada 5).

Esses relatos convergem fortemente com a literatura contemporânea de finanças. Conforme mostram Fernandes Junio et al. (2025) e Carvalho (2023), as *fintechs* e plataformas digitais romperam a burocracia bancária clássica e consolidaram-se como a principal opção de inclusão financeira para pequenos empreendedores, que historicamente operavam à margem do sistema.

Contudo, a pesquisa revelou uma sutil divergência comportamental importante em relação ao que a teoria muitas vezes pressupõe. Enquanto a literatura sugere uma migração maciça e substitutiva para o ambiente totalmente digital (Schueffel, 2016), o comportamento do MEI solanense é híbrido e fragmentado.

Foi notado fisicamente, nos balcões dos estabelecimentos, a presença de equipamentos de pagamento pertencentes a *fintechs* e instituições de pagamento independentes (como Ton, PagSeguro, InfinityPay, Mercado Pago, etc). Porém, ao serem questionados sobre "quais instituições financeiras utilizavam", grande parte dos entrevistados não citou essas empresas inicialmente, focando as suas respostas quase que exclusivamente nos bancos tradicionais.

Essa fragmentação fica evidente na fala do Entrevistado 8, que ao ser questionado sobre os serviços de maquininha e os bancos que utiliza (Caixa e Banco do Nordeste), respondeu fazendo uma clara separação mental:

"Pronto, eu trabalho muito com Pix e na maquininha também trabalho muito. Só que a maquininha é outra, não é o mesmo banco da Caixa..." (Entrevistado 8).

Esse comportamento revela uma dicotomia na percepção do MEI: a *fintech* provedora da máquina de cartão muitas vezes não é vista por ele como o seu "banco", mas sim como uma mera "ferramenta operacional de balcão", como uma prateleira ou uma calculadora. Eles confiam na agilidade das *fintechs* para capturar a venda, confirmando que estas plataformas atuam como a principal opção de inclusão financeira para pequenos empresários que historicamente estavam à margem do sistema (Carvalho, 2023; Fernandes Junio et al., 2025).

Contudo, mantêm o lastro psicológico e a conta principal nas instituições tradicionais, demonstrando que essa inclusão é forte na parte transacional, mas ainda enfrenta barreiras na construção de um relacionamento bancário completo na visão do comerciante.

Apesar dessa divisão, as facilidades proporcionadas por essas tecnologias auxiliam na organização primária do fluxo de caixa. O Entrevistado 1 destacou que a inteligência dos aplicativos bancários substitui, em parte, a necessidade de processos manuais exaustivos, o que otimiza o tempo do gestor:

"Na minha rotina, a facilidade é estar detalhado. Literalmente tudo que eu produzi, que eu ganhei... por exemplo, em 30 dias eu tenho todos os extratos, inclusive detalhado onde foi o dinheiro. [...] já facilita por não precisar anotar tanto, né? Porque se não tivesse isso, eu teria que estar detalhando todo santo dia." (Entrevistado 1).

Além dos aplicativos, o contato e relacionamento estreito oferecido por instituições de modelo cooperativo, foram apontados como um diferencial competitivo e um grande facilitador. O Entrevistado 17 destacou que o contato direto com a sua gerente de conta atua como um benefício essencial na sua rotina, relatando que consegue resolver diversas pendências "por telefone" e com "menos burocracia" graças a esse canal direto.

Esse relato evidencia que, apesar do avanço e da dependência tecnológica, o MEI ainda valoriza profundamente a construção de um relacionamento de confiança humanizado e a personalização do suporte financeiro, fatores que são decisivos para a sua fidelização a uma instituição e que as ferramentas unicamente digitais ainda lutam para substituir.

4.3. BARREIRAS INSTITUCIONAIS E DIFICULDADES ENFRENTADAS

Embora as facilidades nos recebimentos diários sejam evidentes, o cenário altera-se drasticamente quando a necessidade do microempreendedor passa de uma simples transação para a tomada de crédito (capital de giro ou investimento). Ao mapear as barreiras institucionais, um fenômeno analítico marcante veio à tona logo nas primeiras respostas: a normalização das dificuldades.

Quando questionados de forma direta se enfrentavam problemas ou "dores de cabeça" com os serviços financeiros, grande parte dos comerciantes respondeu inicialmente de forma negativa. Contudo, no decorrer da própria conversa, ao abordarem outros temas, esses mesmos empreendedores acabavam "soltando" relatos profundos sobre obstáculos burocráticos, falhas de sistema ou custos abusivos. A transcrição do Entrevistado 13 ilustra perfeitamente essa contradição. Ao ser indagado se tinha alguma dor de cabeça com o banco, afirmou inicialmente: *"Boa pergunta se eu tenho alguma dor de cabeça... É, que eu me recorde, não tenho nenhuma não"*. Logo na frase seguinte, instigado a aprofundar, admitiu:

"Assim, a dificuldade que a gente percebe é mais questão pra conseguir crédito. É uma dor que eu sinto assim, que é uma dificuldade maior que as plataformas elas não oferecem, principalmente a gente que trabalha ainda na categoria MEI." (Entrevistado 13).

A Entrevistada 2 apresentou o mesmo comportamento: respondeu inicialmente que *"até agora não tive nenhuma [dificuldade]"*, mas nas perguntas seguintes revelou que deixava de usar serviços devido às *"taxas muito altas"* e à obrigação de se deslocar à agência: *"para você fazer um pagamento, é difícil. Você tem que ir direto na agência. Fica meio complicado"*. Esse padrão sugere que os MEIs vivenciam dificuldades diariamente, mas não as identificam de imediato como um "problema" perante terceiros, pois já normalizaram essas barreiras como sendo a regra natural de funcionamento do mercado para quem é um pequeno negócio.

Quando as barreiras são exteriorizadas, o acesso ao crédito desponta como o maior gargalo. Os comerciantes descrevem esse obstáculo como uma barreira de credibilidade. O Entrevistado 17 ilustra perfeitamente o atrito gerado pela desproporção entre a realidade de um pequeno comércio de bairro e as exigências burocráticas de um grande banco:

"Depois de tanta luta, porque é a parte complicada de ser pequeno: é a questão do olhar um pouco 'julgativo', sabe? Tipo assim, uma coisa é eu dar números de um comercio grande e eles terem certeza que aquilo pode se transformar em maior ainda. Outra coisa é eu estar pequeno e pedir a alguém para apostar em mim." (Entrevistado 17).

Esta percepção de marginalização converge integralmente com as constatações de Carvalho (2023), que alerta que microempresas são historicamente ignoradas pelas instituições bancárias tradicionais devido à rigidez e à exigência desproporcional de garantias reais. Da mesma forma, os dados alinham-se à pesquisa do Sebrae (2024), reafirmando que o pequeno empreendedor enfrenta exigências desenhadas para grandes corporações, o que gera um sentimento de desamparo ("olhar julgativo"). O Entrevistado 11 reforça este entrave ao afirmar que "as instituições só querem emprestar se você tiver faturamento garantido, mas às vezes você não tem a contabilidade que eles esperam e isso fica chato".

Outra barreira severa identificada no estudo refere-se à assimetria de informações e à falta de transparência nas taxas cobradas, especialmente pelas empresas de meios de pagamento que oferecem as maquininhas. Enquanto a literatura aponta que as inovações financeiras trouxeram "transparência" (Fernandes Junio et al., 2025), o campo demonstrou que a divergência de informação ainda existe. A Entrevistada 7 relatou uma experiência de forte quebra de confiança que resultou no abandono de um equipamento, revelando o custo oculto de contratos mal explicados:

"A menina veio aqui me oferecer uma maquininha, quando eu fui usar é outro tipo, outra taxa, tudo diferente do que ela me explicou. [...] Fui falar com ela, ela disse: 'não, é porque você tem que atingir um certo grau de venda'. Eu disse: 'mas você não explicou isso.'" (Entrevistada 7).

Por fim, o contraste entre a agilidade digital das vendas e a lentidão do atendimento bancário físico também se mostrou como um ponto de dor constante. O Entrevistado 6 destacou o prejuízo direto que o mau atendimento presencial, geralmente demorado, causa ao pequeno comerciante, que frequentemente trabalha sozinho e não pode fechar a loja: "Você tem suas tarefas, tem sua loja para tomar conta e aí você vai perder meio dia lá esperando numa fila para tirar uma dúvida". (Entrevistado 6)

4.4. PADRÕES COMPORTAMENTAIS NA SUSTENTABILIDADE DO NEGÓCIO

O terceiro eixo desta análise focou-se em verificar de que forma a compreensão financeira e o comportamento atitudinal refletem na sustentabilidade e no desenvolvimento dos pequenos negócios em Solânea. Os dados confirmam a premissa de Lusardi e Mitchell (2014) sobre o abismo entre estar incluído no sistema financeiro e ser de fato "alfabetizado financeiramente". A maioria dos entrevistados autoavaliou o seu conhecimento sobre serviços bancários utilizados de forma modesta, como "pouco", "básico" ou "intermediário".

Esse desconhecimento técnico gera impactos reais e quantificáveis no desenvolvimento comercial, fazendo com que os MEIs percam oportunidades valiosas de expansão. O receio do desconhecido ou a dificuldade de interpretação dos serviços bancários geram um comportamento de abstenção e dependência. A Entrevistada 5, por exemplo, revela o medo de cometer erros com a tecnologia e delega a sua gestão financeira a terceiros: "Eu já peço ajuda a uma pessoa mais esclarecida, que é meu sobrinho [...] a gente já tem uma idade que não crescemos com a evolução da tecnologia. Aí tem medo de dar um erro".

A falta de compreensão mais profunda também age como um bloqueio direto ao crescimento, impedindo o acesso a linhas de crédito com algum tipo de benefício, como os créditos subsidiados pelo governo. Quando questionados se já deixaram de aproveitar alguma oportunidade por falta de conhecimento, os relatos mostraram perdas importantes para a sustentabilidade do negócio:

"Sim, sim, sim. É, eu acho que foi o Pronampe. Mas isso foi logo no início. Saiu umas... tipo uma promoção aí, tal... Mas aí eu não entendi e deixei passar." (Entrevistada 14).

"Eu acredito que eu já possa ter perdido alguma oportunidade por falta de não conhecer o produto a fundo. [...] Deixo de utilizar porque tem muita coisa que às vezes ele oferece e a gente por não conhecer acaba não fazendo." (Entrevistado 13).

Esses relatos coincidem com as perspectivas da economia comportamental abordadas por Thaler (2019) e validadas por Souza (2023), demonstrando que a tomada de decisão financeira é frequentemente paralisada pela complexidade excessiva das informações, ou enviesada pela aversão ao risco e pelo comodismo de se manter em soluções conhecidas, ainda que menos vantajosas.

Além disso, a forma como lidam com o crédito evidencia o conceito de "contabilidade mental". O Entrevistado 11, por exemplo, demonstra como produtos de crédito fácil (mas caros) acabam mascarando falhas de fluxo de caixa: "O limite especial é bom e é ruim. Quando você está desprotegido, ele serve como uma válvula de escape, um suporte ou reserva que ajuda em momentos difíceis".

O uso do cheque especial ("limite") como reserva de emergência é um comportamento de alto risco que compromete a saúde contábil da empresa. Essa atitude vai exatamente ao encontro dos alertas de Costa et al. (2025), que classificam a falta de separação entre as contas como o principal gargalo na gestão do microempreendedor.

4.5. O IMPACTO NA SUSTENTABILIDADE ESTRATÉGICA DO NEGÓCIO

A ausência de um pensamento estratégico na utilização dos serviços financeiros é uma lacuna profunda exposta pelo comportamento reativo dos microempreendedores. Por atuar em regime de autogestão contábil (sem a obrigatoriedade de um contador), o microempreendedor não enxerga a instituição financeira como uma parceira de negócios capaz de alavancar o seu crescimento. A relação é estritamente transacional e operacional, usa-se o banco porque é obrigatório para receber via Pix ou cartão, e não porque se planeja um crescimento conjunto estruturado.

Essa visão unilateral e distante fica evidente nas falas de comerciantes mais experientes, como o Entrevistado 6, que afirma que *"a relação com o banco é só de conta mesmo [...] empréstimo eu tento evitar"*, ou da Entrevistada 5, que classifica o impacto do banco na sua loja como meramente *"neutro"*.

O microempreendedor, portanto, não utiliza frequentemente os serviços bancários para projetar e sustentar o futuro do comércio; ele os utiliza apenas para garantir a sobrevivência do

dia presente. Essa postura rompe com a noção de que apenas grandes empresas utilizam instituições de forma estratégica, mostrando que esse recurso é fundamental para que o MEI se prepare para riscos e mantenha sua continuidade no longo prazo.

Esse comportamento reativo diverge diretamente do modelo ideal proposto pela literatura de finanças corporativas. Autores clássicos como Gitman (2010) e pesquisadores voltados às pequenas empresas, como Costa et al. (2025), mostram que o planejamento financeiro e o capital de giro devem atuar de forma proativa para antecipar cenários de risco.

A pesquisa também revelou que, quando o microempreendedor consegue romper essa barreira reativa, estabelecendo um vínculo de longo prazo e segurança nos serviços, a relação de atrito dá lugar a uma extrema satisfação. É o caso da Entrevistada 10, atuante no ramo de beleza há 17 anos. Mantendo um relacionamento bancário de mais de uma década com a mesma instituição tradicional, ela autoavaliou a sua compreensão financeira com "nota dez" e não hesitou em recorrer ao crédito de forma estratégica para expandir a sua loja. Ao relatar que o processo de empréstimo foi "superfácil", a comerciante demonstra uma visão apurada:

"Eu acho que tem uma facilidade, porque quando o comércio não está bem, você pega, amplia e tem um resultado melhor. [...] [Ajuda] por eu atender mais e conseguir chegar em um dia certo e pagar a fatura sem preocupação." (Entrevistada 10).

Este relato pontual, mas extremamente relevante, evidencia que a longevidade da conta e a percepção de domínio sobre as regras financeiras mitigam a barreira da burocracia, transformando o banco num pilar verdadeiramente estratégico e positivo para o crescimento empresarial.

Apesar das limitações impostas pelas barreiras institucionais e pelas lacunas de educação financeira evidenciadas pela maioria, a pesquisa demonstrou de forma clara que a interação com os serviços financeiros é o alicerce da sustentabilidade destes negócios. Como teorizado por Gitman (2010), o acesso ao capital de giro e aos meios de recebimento atua como o oxigênio da organização. A percepção de que o comércio não tem futuro sem as facilidades financeiras é unânime:

"Com certeza seria bem menor sem esse suporte." (Entrevistado 11).

"Eu sinto que prejudicaria muito se eu não tivesse essa parte com os bancos. Perderia em torno de 40%, até 50% das vendas por falta de vendas em cartão." (Entrevistado 13).

Esse relato prova a tese de Costa et al. (2025) de que a inteligência e o planejamento financeiro garantem não apenas a sobrevivência, mas a competitividade a longo prazo.

Portanto, o MEI comerciante de Solânea vivencia um paradoxo limitante: ele domina com excelência as ferramentas transacionais básicas (Pix, conta corrente e cartões), o que garante a oxigenação diária do seu caixa; porém, a falta de alfabetização financeira profunda, atrelada à ausência de planejamento estratégico, ao olhar de desconfiança e à burocracia dos grandes bancos, atua como um "teto de vidro".

Como alertam Lusardi e Mitchell (2014), o simples acesso ao sistema financeiro não é suficiente sem a capacidade crítica de processar essas informações. Na prática, essa barreira impede que os pequenos comerciantes acessem investimentos verdadeiramente sustentáveis. Dessa forma, o negócio fica refém do curto prazo, sobrevivendo ao estresse diário, mas freando o seu verdadeiro potencial de desenvolvimento e competitividade no mercado, cenário que só pode ser revertido por meio da reeducação comportamental e do planejamento defendido por Costa et al. (2025).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como propósito analisar o comportamento e a percepção dos MEIs do setor comercial de Solânea-PB na utilização de serviços financeiros e o impacto dessa interação na sustentabilidade dos seus negócios. Ao final desta investigação, após o cruzamento dos achados de campo com a literatura teórica, foi possível constatar que a relação do pequeno comerciante com o sistema financeiro é marcada por uma profunda dualidade entre a eficiência transacional diária e a precariedade do planejamento estratégico a longo prazo.

Em relação ao primeiro objetivo específico, focado na identificação dos facilitadores tecnológicos, a pesquisa revelou que ferramentas como o Pix e as máquinas de cartão deixaram de ser meras diferenciais para se tornarem os pilares da sobrevivência comercial. As fintechs são as principais provedoras dessa agilidade no balcão, garantindo o fluxo de caixa imediato. Contudo, observou-se um comportamento de fragmentação: o MEI confia na tecnologia digital para capturar a venda, mas mantém o seu lastro de segurança nas instituições bancárias tradicionais ou cooperativas, valorizando o atendimento humanizado como um diferencial de confiança.

No que aborda ao segundo objetivo, o mapeamento das barreiras institucionais, o estudo encontrou um preocupante fenômeno de "normalização das dificuldades". Muitos comerciantes não identificam os atritos bancários de imediato, por já estarem habituados a um sistema hostil aos pequenos negócios. Quando exteriorizadas, as barreiras concentram-se fortemente no acesso restrito ao crédito (devido à desproporção de garantias exigidas pelos grandes bancos), na assimetria de informações (com destaque para as taxas ocultas das máquinas de cartão) e na ineficiência do atendimento presencial. Tais entraves geram um sentimento de desamparo, limitando o potencial de expansão das lojas.

Ao abordar o terceiro objetivo, a relação entre a compreensão financeira, o comportamento e a sustentabilidade, os achados de campo mostraram uma expressiva falta de alfabetização financeira. Por atuarem em um regime de autogestão contábil e não ter suporte técnico, a maioria dos entrevistados adota uma postura reativa. A instituição financeira raramente é vista como uma parceira estratégica; o banco é utilizado, na maioria das vezes, para "apagar incêndios" cotidianos, configurando um risco severo de "contabilidade mental" e confusão patrimonial.

No entanto, os raros casos de comerciantes que demonstraram domínio financeiro e um relacionamento de longo prazo com as instituições provaram que o uso planejado do crédito atua como uma alavanca direta para a expansão e prosperidade do negócio.

Assim, responde-se ao problema central desta pesquisa concluindo que o impacto da utilização dos serviços financeiros na sustentabilidade do MEI em Solânea-PB ocorre de uma forma paradoxo estrutural. Por um lado, as facilidades tecnológicas garantem a "oxigenação" diária e a sobrevivência imediata do comércio. Por outro lado, as severas barreiras burocráticas somadas à ausência de comportamento estratégico por parte do gestor formam um "teto de vidro" que aprisiona o microempreendedor na operação básica, impedindo-o de projetar um crescimento sustentável e seguro a longo prazo.

Embora esta pesquisa tenha atingido os seus propósitos, vale reconhecer as suas limitações. Por se tratar de um estudo de natureza qualitativa, realizado em um município específico e com um grupo participante intencional, os resultados aqui expressos refletem as percepções daquele grupo, não podendo ser generalizados estatisticamente para todo o universo de MEIs do país.

Este trabalho entrega contribuições significativas sobre o comportamento financeiro dos microempreendedores no Brejo Paraibano, fornecendo sinais práticos para que instituições financeiras melhorem a transparência de seus contratos e para que órgãos locais de fomento invistam em educação financeira aplicada e na desburocratização do crédito.

Como sugestão para o aprofundamento desta temática em estudos futuros, recomenda-se a aplicação de pesquisas de natureza quantitativa e com amostras mais amplas que abranjam outros municípios do Brejo Paraibano, permitindo a validação estatística dos comportamentos aqui identificados. Além disso, seria de grande relevância científica promover estudos comparativos entre MEIs do setor comercial e do setor de serviços, a fim de identificar se as barreiras de crédito e os vieses comportamentais divergem entre esses segmentos.

Afinal, resgatando as premissas de Lusardi e Mitchell (2014) e os fundamentos da economia comportamental de Thaler (2019), este estudo evidencia que a verdadeira cidadania financeira não se constrói apenas com a distribuição de máquinas de cartão ou com a abertura de contas digitais. Ela só é alcançada quando o empreendedor desenvolve a capacidade crítica de compreender essas ferramentas, superando as suas próprias barreiras comportamentais para tomar decisões que garantam não apenas a sobrevivência diária, mas a prosperidade e a continuidade do seu negócio a longo prazo.

6. REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS (ASN). **Metade das empresas brasileiras são MEL**. Brasília, DF: Sebrae, 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/metade-das-empresas-brasileiras-sao-mei/>. Acesso em: 22 de fevereiro de 2026.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL. **Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte**. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 dez. 2006.

BRASIL. **Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 [...]. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 22 dez. 2008.

BRASIL. Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Mapa de Empresas: Relatório do 2º Quadrimestre de 2025**. Brasília, DF: Diretoria Nacional de Registro Empresarial e Integração, 12 set. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>. Acesso em: 25 de fevereiro de 2026.

CARVALHO, Heitor Schaper. **Inclusão financeira por meio das FINTECHS: uma análise do impacto das soluções tecnológicas no acesso aos serviços financeiros em comunidades de baixa renda**. Projeto de Pesquisa (Graduação) – Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG, 2023.

COSTA, Anuza Carla da *et al.* **A importância do planejamento financeiro para os microempreendedores individuais**. ETEC Sapopemba, São Paulo, 2025.

FERNANDES JUNIO, Cláudio Moreira *et al.* **Tecnologia e inclusão financeira: uma análise sobre o papel das fintechs no acesso aos serviços financeiros**. Revista GeTeC, v. 23, 2025.

FERRARI, Felipe Weissheimer. **Capacidade Financeira: uma abordagem do uso de serviços financeiros e seus antecedentes**. 2021. 107 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade Meridional (IMED), Passo Fundo, RS, 2021.

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

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LUSARDI, Annamaria; MITCHELL, Olivia S. The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. **Journal of Economic Literature**, v. 52, n. 1, p. 5-44, 2014.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MERRIAM, Sharan B. **Qualitative research: a guide to design and implementation**. San Francisco: Jossey-Bass, 2009.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 34. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

SALES, Maria Inez Simões; ALVES, Maria Odete. Microempreendimentos individuais e acesso ao crédito: a intervenção do BNB no contexto da cidadania financeira. **Artigos ETENE**, Fortaleza, ano 2, n. 1, fev. 2021.

SALIM, Cesar; SILVA, Nelson. **Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2013.

SANTOS, Jéssica Thais Oliveira; MARCELINHO, José Antônio. A importância da contabilidade para o microempreendedor individual. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, São Paulo, v. 8, n. 11, p. 495-512, nov. 2022.

SCHUEFFEL, Patrick. Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech. **Journal of Innovation Management**, v. 4, n. 4, p. 32-54, 2016.

SEBRAE. **Atlas dos Pequenos Negócios**. v. 8. Brasília, DF: Sebrae, 2022.

SEBRAE. **Pesquisa Perfil MEI: Julho de 2024**. Relatório Executivo. Brasília, DF: Unidade de Gestão Estratégica e Inteligência do Sebrae Nacional, 2024.

SEBRAE. **Separar as finanças pessoais da empresa: por onde começar**. Brasília: Sebrae, 2021.

SOUZA, Aline Oliveira de. Análise das publicações sobre educação financeira e alfabetização financeira entre 2015-2019. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, DF, ano 52, n. 260, p. 95-107, mar./abr. 2023.

THALER, Richard H. **Misbehaving: A construção da economia comportamental**. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.

THIRSEN, João Arno de Oliveira. A demonstração do Fluxo de Caixa nas organizações e sua importância como instrumento da Tomada de Decisão. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, n. 100, p. 8-13, maio 2000.

7. APÊNDICE

7.1. ROTEIRO UTILIZADO PARA ENTREVISTA

Contexto do Negócio

1. Conte-me um pouco sobre a sua loja: qual o ramo e há quanto tempo você trabalha no comércio?
2. Em quais instituições financeiras você costuma movimentar o dinheiro do negócio?
3. Pensando na sua necessidade, quais são os serviços financeiros que você mais utiliza hoje em dia? (*Ex: Pix, crédito, maquininhas, cartões, etc.*)
4. Você já utilizou algum empréstimo para o negócio? Como foi?

Facilidades Tecnológicas

5. Como você avalia o seu próprio conhecimento sobre os serviços que a sua instituição financeira oferece?
6. Na sua rotina, qual é a parte boa ou a vantagem desses serviços financeiros que você utiliza?

Dificuldades e Barreiras

7. Quais são as maiores dificuldades ou dores de cabeça que você enfrenta com sua instituição financeira hoje?
8. Você já deixou de usar algum serviço ou evitou pegar um empréstimo para a loja por achar muito burocrático ou complexo? Como foi essa experiência?

Comportamento

9. Você sente que acaba deixando de aproveitar certas opções que a sua instituição financeira oferece simplesmente por não entender direito como elas funcionam?
10. De que forma o seu relacionamento com os bancos (seja pelas facilidades ou pelas dificuldades) impacta a sobrevivência e/ou o crescimento do seu negócio?

7.2. TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Título da Pesquisa: COMPORTAMENTO DO MEI NA UTILIZAÇÃO DE SERVIÇOS

FINANCEIROS: Identificando a percepção do empreendedor sobre facilitadores, barreiras e os seus impactos em Solânea-PB

Pesquisador Responsável: Edson Costa Nunes.

Instituição: Universidade Federal da Paraíba (UFPB) – Centro De Ciências Humanas Sociais E Agrárias (CCHSA).

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), de uma pesquisa acadêmica que compõe o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Administração da UFPB.

1. OBJETIVO E PROCEDIMENTOS

Este estudo busca analisar como os Microempreendedores Individuais (MEIs) de Solânea utilizam os produtos e serviços financeiros em seus negócios. Sua participação consistirá em responder a uma entrevista com duração estimada de 10 minutos. As perguntas abordam sua experiência com instituições financeiras e gestão de crédito.

2. RISCOS E BENEFÍCIOS

Riscos: Os riscos são considerados mínimos, limitando-se ao tempo dedicado e a um eventual desconforto ao tratar de questões de gestão financeira. Você tem total liberdade para não responder a qualquer pergunta ou interromper a participação a qualquer momento, sem qualquer penalidade ou prejuízo.

Benefícios: Não haverá remuneração ou benefício financeiro direto. Contudo, sua contribuição ajudará a gerar dados que podem auxiliar no entendimento das necessidades dos pequenos empreendedores da nossa região.

3. CONFIDENCIALIDADE E SIGILO

Garante-se o **anonimato absoluto** do participante. Os dados coletados serão analisados de forma conjunta e acadêmica. Nomes de pessoas ou de empresas jamais serão revelados no relatório final do TCC ou em qualquer publicação posterior.

4. CONSENTIMENTO E CIÊNCIA

Ao assinar este termo, declaro que fui devidamente informado(a) sobre os objetivos e procedimentos da pesquisa, recebi respostas para minhas dúvidas e concordo voluntariamente em participar do estudo. Estou ciente de que este é um trabalho de cunho estritamente acadêmico da UFPB.

Solânea/PB, março de 2026.

Assinatura do Participante

Edson Costa Nunes

Pesquisador Responsável (Discente UFPB)

Contato: (83)99188-6741