

**RELATÓRIO DOS GRUPOS FOCAIS COM CONSULTORES
PARA O MICRO EMPREENDEDOR INFORMAL - PESQUISA
FGV/EBAPE COM APOIO SEBRAE 2018**

**Rio de Janeiro
Setembro de 2018**

Relatório de grupo focal – Consultores MEI 2018

Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas
Rua Jornalista Orlando Dantas, 30, Botafogo
Rio de Janeiro – RJ (21) 3083-2726

Coordenadora da Pesquisa:

Dra. Anna-Katharina Lenz
anna.lenz@fgvmail.br
(21) 3083- 2708

Responsável pelo grupo focal e análise:

Tuanni Borba
tuanniborba@gmail.com
(21) 99526-9660

Data e horário da realização do grupo focal:

Sexta-feira, 15 de junho de 2018 às 10h:30min: Grupo 1
Sexta-feira, 15 de junho de 2018 às 14h:30min: Grupo 2

Sumário

1	Breve perfil dos participantes:	4
2	Observações gerais:	4
3	Método:	4
4	Objetivos do grupo focal:	4
5	Códigos:	5
6	Resultados:	5
6.1	Treinamento, materiais e suporte.	5
6.1.1	<i>Sugestões.</i>	6
6.2	Materiais.	6
6.3	Suporte gerente de campo.	7
6.4	Transmissão do Conteúdo:	7
6.4.1	<i>Dificuldades</i>	7
6.4.2	<i>Abordagem e tipo de consultoria</i>	8
6.5	Reação dos empreendedores:	9
6.5.1	<i>Conteúdo da consultoria</i>	9
6.5.2	<i>Volume do conteúdo</i>	10
6.5.3	<i>O(a) consultor(a)</i>	11
6.6	Demandas dos empreendedores.	12
6.6.1	<i>Conteúdo e abordagem</i>	12
6.6.2	<i>Perfil sociodemográfico</i>	13
7	Considerações finais	13

1 Breve perfil dos participantes:

Dez consultores (três homens e sete mulheres, com idade entre 22 e 61 anos) contratados pela FGV-EBAPE para compor a Equipe dos Consultores no âmbito da pesquisa “Consultoria para o Microempreendedor Informal - FGV-EBAPE com apoio do SEBRAE 2018”. Os consultores estiveram em campo durante onze semanas em vários bairros localizados na Zona Oeste do Rio de Janeiro.

2 Observações gerais:

A atividade ocorreu em uma sala na sede da FGV-EBAPE;

Os participantes foram organizados em círculo ao redor de uma mesa;

A atividade foi gravada com o consentimento dos participantes e o áudio foi posteriormente transcrito;

Os participantes foram divididos em dois grupos compostos por cinco integrantes cada;

Cada grupo focal teve cerca de 120 minutos de duração.

3 Método:

A pesquisa utilizou a técnica qualitativa de grupos focais. Os grupos focais exploram as percepções e/ou experiências dos participantes.

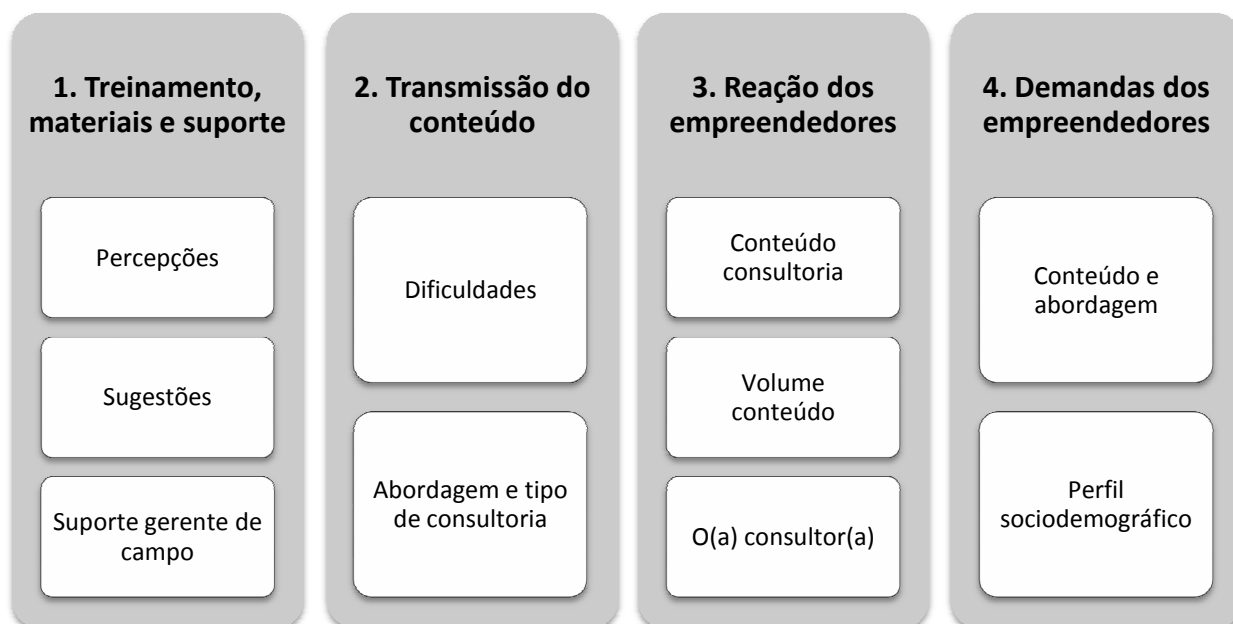
4 Objetivos do grupo focal:

A realização de dois grupos focais no âmbito da pesquisa “Consultoria para o Microempreendedor Informal - FGV-EBAPE com apoio do SEBRAE 2018” teve por objetivo:

- A. Entender as dificuldades na transmissão do conteúdo da consultoria em campo;
- B. Entender a reação dos empreendedores ao conteúdo da consultoria e ao consultor;
- C. Entender as demandas dos empreendedores no campo.

5 Códigos:

Considerando os objetivos e os temas que se desdobraram a partir das reuniões com a equipe do projeto e no grupo focal, foram definidos os seguintes códigos para subsidiar a análise:



6 Resultados:

Os resultados são apresentados considerando os códigos mencionados anteriormente e contém citações transcritas a partir dos grupos focais. A análise dos dois grupos é apresentada conjuntamente.

6.1 Treinamento, materiais e suporte.

Em relação ao treinamento, a parte prática teve destaque nas respostas dos consultores: a simulação permitiu uma boa compreensão da abordagem (*cold consulting approach*) e do tipo de consultoria (proativa). O treinamento também proporcionou aos consultores a troca de informações entre si, incluindo questões sobre o MEI, mas especialmente sobre a logística no campo (transporte e localização). Não houve consenso e nem opiniões resolutas sobre o volume de informações do treinamento. Entretanto, os consultores concordaram que no caso dos que não tinham experiência/conhecimento prévio do MEI, o volume de informações dificultou a assimilação e suprimiu (ou pouco explorou) algumas temáticas mais específicas.

“Então teve essa troca, conhecemos novas pessoas, tivemos um momento de fazer a simulação com uma atriz, porque por mais que você saiba a abordagem, o treinamento

permite esse desenvolvimento. Porque abordagem é tudo. Isso determina o jeito que a consultoria vai ser também. Acho que o treinamento ajudou muito”.

“Quando a Helenita esteve aqui, teve muitas questões como consulta prévia, de licenciamento, são questões que deveriam ter sido mais exploradas, porque no campo é a grande dúvida do pessoal... Por que se a gente não tem uma fala segura, os empreendedores ficam muito indecisos”.

“Para os consultores oriundos do SEBRAE, nós temos conhecimento, atendemos em comunidade e somos desafiados todos os dias com as perguntas mais surreais possíveis. Mas para os consultores novos é um universo muito grande, muitas questões, e se a pessoa não for incisiva na resposta ela encontra dificuldades em campo. O treinamento para mim foi o suficiente... Eu legalizo empresas há mais de 40 anos”.

6.1.1 Sugestões.

Os consultores recomendaram mais tempo de treinamento para quem não tem conhecimento prévio do MEI. Em relação ao conteúdo, sugeriram que os tipos de negócios mais comuns fossem explorados detalhadamente. Também sugeriram a realização de um dia de treinamento em campo, pois poderiam se ambientar e fazer anotações sobre pontos de referência e localização.

“Eu acho que pra ser mais detalhado poderia ter estudado casos detalhadamente, os mais comuns, como salão de beleza, mecânica, etc... Poderia ter selecionado alguns setores que a gente sabia que atenderia e ter estudado de ponta a ponta”.

“As etapas aqui foram muito boas. Mas seria interessante ter tido um dia de treinamento em campo mesmo. Não era pra ir em todos os clientes com a gente, mas sim apresentar o local, dar uma olhada rápida. Teve um dia que eu cansada, 19h da noite, me juntei com um empreendedor dono de uma pizzeria e pedi ajuda. Ele mapeou para mim onde era cada rua e eu fui anotando”.

6.2 Materiais.

Os consultores consideraram a mochila pequena e frágil: alguns acabaram não utilizando ou precisaram de uma bolsa adicional. O fone de ouvido também foi considerado grande e o excesso de material incomodou os consultores. Sobre o tablet, poucos tiveram dificuldade no manuseio (e relataram terem conseguido se adaptar ao longo do campo), mas houve comentários sobre o software: não havia a opção de retornar a tela anterior do questionário. A planilha com informações sobre os empreendedores foi o principal alvo de reclamações, pois continha letras pequenas, o que dificultava a leitura, e informações pouco úteis, com pontos de referência desatualizados.

“A mochila era muito pequena... Eu só levava pra dar mais credibilidade porque tinha escrito FGV nela, mas dentro dela mesmo cabia pouca coisa... A minha mochila começou a desfiar”.

“Eu sentia muita dificuldade em olhar aquele código, eu quase colocava a planilha no meu rosto... letra muito pequena”.

Os consultores sugeriram que o fone fosse um pouco menor, porém sem ser do tipo intra-auricular. A mochila poderia ser maior e seu material de melhor qualidade. A fim de reduzir a quantidade de material a ser manuseada durante a consultoria, sugeriram a disponibilização online das planilhas (via Google Drive) e o acesso à internet no tablet para facilitar o uso do GPS.

“No tablet, a internet seria essencial... Porque eu usava o GPS, com a internet do meu celular... Então eu ficava andando com dois equipamentos na mão... Então eu acho que todas as informações no tablet seria melhor”.

“Uma coisa que daria pra fazer seria colocar no Drive do tablet, tudo: fotos, GPS...”.

6.3 Suporte gerente de campo.

A gerente de campo foi avaliada muito positivamente pelos consultores. Eles destacaram a disponibilidade irrestrita, além do suporte e apoio em diversos aspectos, inclusive motivacionais. Informaram que sempre tinham um rápido retorno para as suas demandas no campo e que a gerente foi sensível aos problemas que enfrentaram. Um inconveniente destacado, no entanto, foi a sobrecarga em razão do tamanho da equipe, o que resultou em algumas falhas de organização: problemas reportados mais de uma vez sobre a mesma questão.

“Eu tive uma experiência boa, tinha contato direto com ela, me escutou quando eu quis reclamar também... Então ela foi bastante sensível em relação as minhas dificuldades no campo, foi super positivo”.

“Ela participou comigo, me deu orientação no campo... Me passou toda a orientação... O que eu posso dizer é que ela foi parceira do início ao final, mandava vídeos para estimular logo de manhã”.

“Era uma equipe muito grande, muita gente, muitas áreas, muitos problemas... Eu acho que faltou um pouco de processo nisso. Eu cheguei a passar três vezes as mesmas informações e problemas de um mesmo cliente... Ela foi comigo a campo, fizemos um checklist dos problemas, depois vieram mais versões de uma mesma planilha e eu tive que atualizar de novo”.

6.4 Transmissão do Conteúdo:

6.4.1 Dificuldades

Sobre os aspectos físicos, os consultores destacaram a questão do clima (período de forte calor e chuva, resultando em poeira e lama), o sinal ruim de internet/telefone e a numeração precária das casas. Sobre este último ponto, a dificuldade na localização dos empreendimentos foi motivo de grande insatisfação por parte dos consultores, pois gerava

cansaço físico (grandes trajetos percorridos para achar os locais) e reduzia o número de consultorias por dia. Outra dificuldade mencionada foi a quantidade de material, pois, segundo os consultores, eram muitos objetos para carregar e manejar durante a consultoria, gerando cansaço e perda de tempo.

A interrupção frequente por clientes também prejudicou o andamento da consultoria, porém conseguiam contornar essa questão dependendo do horário e do tipo de empreendimento (identificavam horários de menor movimento). Outro tipo de interrupção comum foi o barulho vindo da rua e/o som alto do próprio estabelecimento.

“Quando a gente fez a dinâmica aqui parecia simples, mas na prática, na hora de preencher com um monte de coisa na mão, isso demandava muito tempo... Eu já fui pra campo com os códigos no tablet preenchidos”.

“Eu fiz todo o processo de preencher na hora, e marcava, sentia dor nas costas, tirava a caneta da mochila, perdia a caneta...”.

“O som alto atrapalhava. Mesmo sendo treinado aqui, lá era pior...”.

Em relação aos dias da semana, terça a quinta eram os melhores dias para realizar a consultoria, enquanto que os finais de semana eram mais complicados em razão do movimento. Já os horários mais apropriados para a consultoria variavam segundo o tipo de empreendimento, mas a maioria dos consultores preferia ir a campo na parte da tarde para poder visitar os negócios que só abriam à noite.

Ao iniciarem a abordagem, perceberam algumas restrições em relação à pesquisa anterior, pois muitos empreendedores achavam que ficariam novamente um longo tempo respondendo a um questionário. Os consultores, no entanto, disseram que o treinamento ajudou a contornar essa situação, fornecendo argumentos que reduziam a resistência. Outro tema que configurou uma restrição inicial para a consultoria foi a insatisfação com o governo (local e nacional) e o cenário de crise política e econômica.

“Tinha muito dessa coisa das pessoas dizerem ‘Ah, lá vem essa pesquisa de novo, são muitas perguntas’... Então pra mim, a primeira dificuldade era essa...”.

“Acho que o que dificultou foi a insatisfação com o governo, com as políticas... Era um pouco difícil, eles falavam muito sobre a crise...”.

6.4.2 Abordagem e tipo de consultoria

Os consultores destacaram que a abordagem utilizada para a consultoria (*cold consulting approach*) ajudou no trabalho de campo, pois, caso houvesse aviso prévio, a memória em relação à pesquisa anterior poderia constituir uma barreira. Essa interpretação dos consultores foi reforçada pela fase de ligações, onde tiveram uma taxa de recusa maior do que em campo (o telefonema foi mais útil para confirmar o endereço e horário de funcionamento dos empreendimentos). Nesse sentido, os consultores avaliaram positivamente a abordagem, configurando uma estratégia que surpreende o empreendedor. Além disso, acreditam que a presença física e o olho no olho são

importantes para o processo, pois ajudam na interação e os empreendedores tendem a dar mais abertura para o diálogo.

Ainda em relação à pesquisa anterior, superada a restrição inicial por parte do empreendedor, estes ficavam positivamente surpresos pela comunicação dos resultados – o que ajudava a “quebrar o gelo”. A receptividade variava também, segundo os consultores, de acordo com o grau de escolaridade e com a questão da autopercepção (“*se ver como empreendedor*”). No entanto, concordaram que a maioria recebeu bem a consultoria e a desconfiança ocorreu apenas no início da abordagem.

No geral, consideraram os empreendedores mais passíveis do que o esperado, sugerindo que eles poderiam ser mais ativos se houvesse mais de uma visita: a primeira teria um caráter introdutório e a segunda teria mais potencial para gerar interação.

“Acho positivo essa coisa de ir sem prévio aviso, porque se avisasse talvez tivesse uma resposta negativa, porque quando a gente chegava, identificava a pesquisa, o empreendedor dava uma retraída, pensando que ia responder de novo todas as perguntas... Se tivesse avisado previamente, talvez a recepção teria sido pior”.

“Ninguém esperava que a gente iria voltar nessa segunda vez... Quando você consegue passar para a pessoa os resultados, e dizer que não seria mais um monte de perguntas chatas, eles ficam surpresos e felizes. Eles mal conseguiam acreditar e fluía muito bem... Quando era por telefone era bem mais difícil de passar esse sentimento”.

“A pessoa que não se via como empreendedor dizia ‘isso aqui não é pra mim’. Agora a pessoa que se via me dava mais atenção... Eu tive poucos casos que eu via que a pessoa estava me ignorando”.

“Eu acho que precisaria de mais uma visita, pelo menos... Eu senti isso... Que a gente estava introduzindo um assunto com a pessoa, mas pra chegar num nível de debate a pessoa precisaria de um tempo para absorver todas as informações... Se a gente voltasse, ia ser mais pró-ativo”.

6.5 Reação dos empreendedores:

6.5.1 Conteúdo da consultoria

Dentro do conteúdo da consultoria, o tópico de mais fácil compreensão na visão dos consultores foi o INSS, pois os empreendedores o consideraram um benefício útil dentro da sua realidade e possuem algum conhecimento prévio sobre o tema. Outro ponto de fácil compreensão foi o CNPJ, pois identificavam a vantagem de comprar produtos/insumos com preços e condições melhores. Por fim, a Nota Fiscal foi um ponto de fácil compreensão para os empreendedores que tinham mais experiência com o negócio (não eram iniciantes).

O tópico mais difícil de explicar na consultoria foi o alvará, pois é algo distante da realidade do empreendedor – ele acha que não é possível e nem necessário legalizar um espaço em área irregular ou de favela. Outros temas difíceis foram: a Nota Fiscal (os empreendedores geralmente não achavam importante para o negócio) e a Declaração Anual do Simples Nacional (confundiam com o imposto de renda de pessoa física).

Não houve consenso sobre o que mais despertou dúvida nos empreendedores, pois alguns consultores relacionavam com o tópico de mais fácil compreensão (INSS), onde a motivação para perguntas estava baseada no interesse em adquirir o benefício e no conhecimento prévio para embasar as dúvidas, e outro relacionavam com o tópico mais difícil de explicar (alvará), onde as perguntas foram motivadas pela dificuldade de compreensão e pouca aderência do tema à realidade do empreendedor.

“O INSS, contribuição para INSS... Só entrava isso no ouvido deles. É porque é uma coisa que eles têm acesso”.

“A nota fiscal já era de fácil entendimento pra quem não estava no nível de introdução do negócio, que já era mais evoluído”.

“Alvará era um ponto difícil porque para muitos eles pensam que como é área de favela, não teria por que e nem como legalizar”.

“Teve essa questão do imposto de renda, que eles achavam que por não ter bens no nome deles não tinha a necessidade de declarar imposto de renda. E eu expliquei que, mesmo não tendo, a pessoa deveria justificar o seu faturamento”.

Para facilitar a transmissão do conteúdo da consultoria, uma estratégia bem sucedida, segundo os consultores, foi utilizar exemplos, geralmente relacionados com o negócio/realidade do empreendedor. Outras estratégias envolviam utilizar uma folha de papel e desenhar, assim como gesticular bastante. Houve a sugestão, por parte de uma consultora, de utilizar uma metodologia mais lúdica.

“Por exemplo, sabem essas bolinhas de estimular a circulação? Poderia ter alguma coisa assim: uma bolinha amarela, representando o INSS. A gente perguntaria pra pessoa se ela achava que seria bom pra ela. Se ela dissesse sim, ficava segurando a bolinha... Então trazer coisas físicas e coloridas, seria uma estratégia para atingir melhor a memorização deles”.

6.5.2 Volume do conteúdo

Todos os consultores concordaram que o volume de informações na consultoria é grande e gera dificuldade de assimilação. No entanto, ressaltaram que seria difícil eliminar algum tópico e o ideal seria uma segunda visita para tirar dúvidas e complementar o conteúdo. Uma estratégia utilizada por muitos consultores foi reduzir a apresentação dos resultados da pesquisa anterior, porém alguns ressaltaram que essa parte funcionou bem para “quebrar o gelo”. O grande volume de informações também foi responsável, segundo os consultores, por dificultar a aplicação da consultoria proativa, pois a dificuldade de assimilar o conteúdo poderia constranger o empreendedor no momento de pedir que explicasse algum tópico apresentado. Ademais, diante do volume de informações e do tempo de consultoria, foi difícil mobilizar a atenção do empreendedor durante toda a visita, pois muitas vezes tinham que atender algum cliente ou se distraíam com outras coisas.

Uma consultora sugeriu o envio prévio da cartilha do MEI (via *Whatsapp*, por exemplo), assim, quando o consultor realizasse a visita, o empreendedor teria alguma informação de

base. Os demais consultores, no entanto, manifestaram ceticismo quanto a essa leitura prévia.

“Eu achei muito inadequado [o volume de informações]. Uma hora para explicar os principais resultados e jogar a informação era pouco. Acho que seria interessante fazer um segundo retorno para conversar mais um pouco e perguntar se ainda ficou alguma dúvida”.

“Porque no treinamento era pra gente fazer isso no momento da consultoria proativa, perguntar ‘Você entendeu o que é um alvará? Conseguiria explicar para um amigo?’. Até ele processar tudo isso na minha frente, ele podia mentir e eu dizer ‘Então repete pra mim’, e ele pensar ‘Nossa, mas porque você está me fazendo passar por isso? Está achando que eu sou um bocó?’”.

“Eu acho que poderia manter todas as informações, mas não com a expectativa inicial que no primeiro eles trouxessem alguma coisa de volta. A gente passa um dia, dá as informações menos detalhadas, e sugere ‘Você quer saber mais? Vamos marcar um dia para tomarmos um café e conversar sobre todas as dúvidas que você tem’”.

“Talvez se a gente usasse alguma outra forma de mandar a cartilha do MEI antes, virtualmente, Whatsapp... E aí quando a gente chegasse lá de surpresa, o empreendedor ia dizer: ‘Ah, eu recebi alguma coisa’”.

6.5.3 O(a) consultor(a)

Em relação aos aspectos que favoreceram, os consultores destacaram a simpatia, o sorriso, o aperto de mão, além da postura humilde e da atenção à fala do empreendedor. Não perceberem fatores que desfavoreceram a consultoria, porém as consultoras ficaram mais expostas a situações relacionadas ao gênero: uma consultora relatou que enfrentou o ciúme da companheira de um empreendedor e não pode concluir a consultoria, e outra relatou ter sofrido assédio em um bar, o que a deixou desconfortável.

“Acho que a simpatia, sempre sorrindo, sempre atenta ao que ele falava... Acho que isso favoreceu muito, foi super positivo”.

“Tendo em vista a desconfiança, eu buscava adotar uma postura mais humilde, quase que submissa... Sorriso grande, postura não muito empinada”.

“Eu fiquei explicando e o rapaz me olhava com um jeito estranho, passava a língua nos lábios toda hora... Eu estava no bar sozinha, olhava pra fora... Mas só foi um caso que me aconteceu isso... Foi totalmente desconfortável, fiquei um pouco tensa e com receio de entrar em bar depois disso”.

6.6 Demandas dos empreendedores.

6.6.1 Conteúdo e abordagem

Em relação aos tópicos que despertaram interesse dos empreendedores, os consultores destacaram, além do INSS, o CNPJ, pois permite menores taxas na máquina de cartão e também desconto em determinados serviços, como plano de saúde. Já os tópicos que menos interessaram aos empreendedores foram contratação de funcionários, alvará e Nota Fiscal, pois tendem a ter pouca aderência à realidade do empreendimento.

Sobre conteúdo que não foi contemplado no material, os consultores comentaram que as informações sobre Imposto de Renda de Pessoa Física eram pouco didáticas, demandando explicações adicionais. Sobre a Declaração Anual Simplificada (DANS), poderiam constar no material os campos que o empreendedor deve preencher, pois permitiria a visualização e facilitaria a explicação. Outro ponto destacado foi a ausência de informações na cartilha sobre desvantagens/restrições relacionadas ao MEI, como a perda de benefícios sociais, e o faturamento mensal limite do MEI (na cartilha estava apenas o anual).

“Porque na verdade se você hoje é empreendedor e utiliza a maquininha de cartão com o seu CPF, as taxas são muito maiores... Quando você mostra pra ele que ele se formalizando ele vai ter acesso a serviços bancários e redução de taxas, ele começa a entender que vai ganhar mais dinheiro”.

“Aqueles que estavam interessados em nota fiscal eu tinha que anotar o portal... Porque no folheto só está o link da nota carioca, mas quem é comércio, que foram a maioria dos casos que eu peguei, não tinha o endereço do link”.

“O imposto de renda pessoa física acho que podia ser mais didático. Quando tinha questionamento sobre isso em campo, eu perguntava pro empreendedor se ele tinha outra forma de renda fora o seu comércio ali”.

“Agora, eu não sei se é a intenção da pesquisa, mas na cartilha não eram apontadas algumas desvantagens, atenções que o empreendedor tinha que ter, como: perda de benefícios sociais, declaração de imposto de renda, não ter seguro desemprego... Todas essas questões sociais”.

Os consultores destacaram que para obter sucesso na consultoria é necessário sempre pautar o conteúdo a partir da realidade do empreendimento, trazendo os tópicos para a prática e cotidiano do empreendedor. Nesse sentido, ter informações prévias sobre o negócio e a realidade do empreendedor permitiria que a consultoria fosse mais exitosa em seus objetivos.

“Saber do negócio aprimora muito a nossa abordagem... Utilizar a experiência dele, o cotidiano dele como exemplo”.

“Acho que sempre trazer para a realidade do negócio... Isso é muito importante. Acho que conhecer mais o negócio ajudaria, a atividade de cada empreendedor”.

6.6.2 Perfil sociodemográfico

Quando questionados sobre diferenças na consultoria em razão do perfil sociodemográfico, como idade e sexo, os consultores comentaram que idosos tinham mais dificuldades na assimilação do conteúdo e geralmente encerravam a consultoria informando que iriam consultar o(a) filho(a). Essa dificuldade de assimilação também foi percebida no atendimento aos empreendedores com baixa escolaridade. Já em relação ao sexo, não perceberam diferença na compreensão do conteúdo, mas destacaram que as mulheres tendem a ser mais participativas que os homens.

Sobre as estratégias que poderiam ser adotadas em razão do perfil sociodemográfico, os consultores sugeriram o uso da tecnologia combinado com a consultoria presencial no caso de pessoas mais jovens. Destacaram que no Whatsapp as informações compartilhadas devem ser pontuais e a utilização de grupos deve considerar as relações sociais prévias do empreendedor, juntando pessoas com as quais ele já tenha algum tipo de relacionamento. Já o uso de ligações telefônicas contém especificidades, como o tempo reduzido e o conteúdo resumido, que funciona dependendo mais da personalidade do empreendedor do que seu perfil sociodemográfico.

7 Considerações finais

Diante dos objetivos do grupo focal em tela e das colocações dos consultores, seguem-se algumas considerações e recomendações.

Em relação ao treinamento, a parte prática se destacou enquanto estratégia didática bem sucedida para atender ao perfil dos consultores, especialmente os que já têm conhecimento do conteúdo acerca do programa MEI. Na simulação, os consultores puderam ter uma boa compreensão da abordagem (*cold consulting approach*) e do tipo de consultoria (proativa) que aplicariam em campo, podendo absorver estratégias que consideraram úteis na execução do trabalho. O treinamento precisaria considerar, no entanto, os consultores que não possuem conhecimento prévio sobre o MEI, incorporando mais tempo para a absorção do conteúdo teórico sobre o tema. Ademais, também seria proveitoso levantar os tipos de empreendimentos mais comuns em campo a fim de explorar alguns casos em profundidade.

Na parte dos materiais, os consultores demonstraram incômodo com o excesso de objetos a serem carregados e manuseados durante a consultoria. Alguns materiais poderiam ser adaptados para o formato digital, concentrando-se o conteúdo no tablet – para o uso de algumas funcionalidades, como o GPS, seria necessário acesso à internet. A dificuldade de leitura da planilha, reportada pelos consultores, poderia ser contornada com esse formato digital, pois seria possível recorrer ao zoom para melhorar a visualização. Além disso, uma mochila grande e resistente permitiria que os consultores carregassem os objetos mais confortavelmente, evitando também a descaracterização institucional.

Ao chegarem a campo, a maior dificuldade dos consultores foi a localização dos empreendimentos, o que gerou desgaste físico e desperdício de tempo. Essa dificuldade poderia ser contornada com a confirmação prévia dos endereços, podendo-se contratar uma pessoa (preferencialmente que tenha familiaridade com a região) para realizar a

validação do mapeamento. O acesso à internet também seria útil ao permitir o uso do GPS viatabela, facilitando a localização dos endereços. Adicionalmente, um dia do treinamento poderia ser em campo, possibilitando assim que os consultores se ambientassem com a região e organizassem melhores estratégias de logística.

Durante a realização da consultoria, as maiores fontes de interrupção foram os clientes e o barulho advindo da rua e/ou do próprio empreendimento. Em relação ao primeiro ponto, uma estratégia utilizada pelos consultores foi identificar horários de menor movimento para realizar a visita (o que variava segundo o tipo de empreendimento), além do dia da semana (terça, quarta e quinta eram mais proveitosos). Essa estratégia poderia ser reforçada no treinamento, utilizando-se do conhecimento dos consultores para mapear os melhores horários e dias por tipo de empreendimento. Em relação ao segundo ponto, os consultores relataram que no treinamento praticaram a consultoria com barulho alto, porém no campo a intensidade foi maior. Quando o barulho era decorrente do som ambiente do empreendimento, pediam para o empreendedor baixar o volume ou falavam mais baixo para forçá-lo a fazer isso espontaneamente. No treinamento, essas e outras estratégias devem ser abordadas para aprimorar a experiência da consultoria.

A abordagem adotada (*cold consulting approach*) foi considerada positiva pelos consultores, pois o fator surpresa tende a evitar que o empreendedor rejeite o atendimento – essa rejeição estava geralmente vinculada à experiência da pesquisa anterior. A consultoria presencial tem também uma importante eficácia, pois a presença física do consultor favorece o estabelecimento da comunicação, incluindo aspectos gestuais que facilitam o vínculo. Como conclusão, os consultores compartilham da percepção que os empreendedores, no geral, foram receptivos à abordagem da consultoria. Destacam, entretanto, que em relação ao tipo de consultoria (proativa) os empreendedores foram mais passivos do que o esperado e essa dificuldade de interação está relacionada com o volume de informações. Para contornar essa situação foi sugerida a realização de mais uma visita aos empreendimentos, ao invés de eliminar informações (todas são, na visão dos consultores, importantes e complementares).

Sobre a reação dos empreendedores diante do conteúdo da consultoria, houve maior interesse pelos tópicos que impactam diretamente o empreendedor seja qual for sua área de atuação ou tempo de atividade: o INSS e o CNPJ. Sobre o primeiro, os empreendedores têm muito interesse nos benefícios previdenciários que podem ser obtidos através do MEI. Já o CNPJ permite ao empreendedor economizar em determinados serviços (como máquina de cartão e também plano de saúde) e na aquisição de produtos/insumos para o seu negócio. Em contrapartida, a questão do alvará despertou pouco interesse nos empreendedores, pois é visto como algo que não se relaciona com a sua realidade (muitos negócios em áreas informais ou de favela). Por fim, a Nota Fiscal despertou mais a atenção dos empreendedores veteranos, possivelmente porque em algum momento da experiência empreendedora precisaram desse documento.

Para melhor transmitir o conteúdo, os consultores utilizaram muitos exemplos práticos, desenhos e outros registros de informações no papel. Ainda assim, o grande volume de informações dificultou a assimilação do conteúdo, prejudicando também a aplicação da consultoria proativa, pois os empreendedores nem sempre conseguiam articular perguntas ou explicar alguns temas diante do que era apresentado. Nesse ponto, os consultores reforçaram a sugestão de incluir mais uma visita para aprimorar a consultoria. Além disso, os consultores ressaltaram que é necessário sempre pautar o conteúdo a partir da prática do empreendimento, relacionando os tópicos com a realidade e o cotidiano do

empreendedor – ter informações prévias (sobre o negócio, a região, e etc.) permitiria que a consultoria fosse mais exitosa em seus objetivos.

Em relação ao perfil sociodemográfico dos empreendedores, a faixa etária e a escolaridade foram considerados fatores importantes para a compreensão do conteúdo – idosos e pessoas com baixa escolaridade demonstravam maior insegurança e dificuldade de assimilação. Ainda sobre o perfil sociodemográfico, os consultores acreditam que a tecnologia poderia ser utilizada de forma complementar a consultoria presencial no caso de pessoas jovens. Entretanto, no caso de estratégias que envolvam algum tipo de grupo/rede, é preciso considerar as relações sociais prévias, tornando mais fácil a mobilização entre pessoas que já se conhecem.

Sobre a reação dos empreendedores diante do(a) consultor(a), os aspectos que mais favoreceram foram a simpatia e a humildade. Abordar com um sorriso, o aperto de mão, a atenção diante fala do outro, contribuíram para uma reação positiva do empreendedor. Ressalta-se, no entanto, que questões de gênero deixaram as consultoras mais expostas a situações desfavoráveis, como o assédio – uma questão importante a ser abordada no treinamento.