

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN
RIO DE JANEIRO – 2018

PAGAMEI

UM APLICATIVO PARA DIGITALIZAR O MICRO-EMPREENDEDOR BRASILEIRO.

Monografia para Trabalho de Conclusão de Curso e obtenção do grau de bacharel em Comunicação Visual Design na Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Rio de Janeiro, 2018.

Orientador: Carlos Azambuja

Aluno: Sérgio Henrique Amarante da Silva Junior

DRE 109028030 – sergiohjunior@gmail.com

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe por sempre me incentivar a pensar grande, e ao meu pai por me ensinar que a vida é feita de riscos e que você nunca deve ficar parado.

Agradeço a meus amigos da UFRJ, Vinicius, Renato e Igor, que me acompanharam bem de perto nessa jornada da graduação que começou em 2009.

Agradeço especialmente ao Igor Arume, que me marcou em 2011 em um post no Facebook de uma vaga para designer na Sparkit, onde eu prontamente atendi e fui contratado. Lá foi o primeiro passo para toda uma vida de experiências profissionais incríveis que mudaram minha vida e me fizeram evoluir como Designer.

Agradeço ao Victor e Thiago, sócios da Sparkit, que me formaram como profissional e me prepararam para os desafios que viria a encontrar nos anos seguintes.

Agradeço à Stone, empresa que trabalho, e todas as pessoas que lá conheci, por me mostrar uma nova forma de trabalhar e por me inserir em um desafio tão pertinente para a sociedade que me inspirou a fazer este trabalho.

Agradeço a meus amigos Lucas, Matheus, Alessandra, Ferre, Rachel, Vinícius e Rafael, que de alguma forma me ajudaram na construção deste trabalho.

Agradeço ao meu orientador e professor Carlos Azambuja, o qual eu já sabia que seria meu orientador no primeiro período que tive aulas com ele, em 2010, após conhece-lo, e começar a nutrir uma forte admiração que mantenho até hoje.

Mais uma vez, muito obrigado por fazerem parte deste momento da minha vida.

SUMÁRIO

Resumo:	4
1) Panorama do mercado	6
1.1 – Cartões de Crédito	8
2) Contextualizando o MEI.....	12
3) O problema	23
3.1) Estudo de caso: Whatsapp	23
3.2) Estudo de caso: Blockchain.....	25
4) A Proposta – App PagaMEI.....	27
4.1) Justificativa:.....	29
4.2) Vantagens:.....	30
5) Processo criativo e decisões de Design	32
5.1) Pesquisa	32
5.2) Planejamento e Concepção.....	33
5.3) Prototipação	36
5.4) Definição de Nome, Cores e Tipografia.....	40
5.5) Resultado Final	41
6) Conclusão	42
Bibliografia:	44

Resumo:

Este trabalho gira em torno da construção de um aplicativo para smartphones, voltados para o público de Micro-empresendedores individuais (conhecidos como MEIs). A função deste aplicativo é ajudar este pequeno comerciante a receber pagamentos, fazer seu controle financeiro, de estoque e carteira de clientes, além de possibilitá-lo a fazer pagamentos e transferências pelo aplicativo, ou compras no débito através do cartão pré-pago.

Foi feito um extenso estudo que tem por objetivo explicar a relação de causalidade entre os vínculos bancários existentes tradicionalmente no Brasil e os empresenedores com a falta de confiança dos MEI no sistema bancário.

Foi necessário traçar um panorama histórico do sistema bancário no Brasil, tendo o foco principalmente na formação bancária primordial do Brasil com a chegada da Corte portuguesa no Brasil em 1808 e a criação do primeiro Banco do Brasil. Em seguida passamos rapidamente pela política do Encilhamento de Rui Barbosa e pulamos diretamente para a década de 1990, isso para compreendermos que existe uma relação intrínseca entre o governo central brasileiro e as instituições bancárias.

Depois que essa relação foi mostrada, passamos para discutir o crescimento acelerado dos cartões de crédito no Brasil, sendo esse a atual forma de pagamento que mais se espalha pelo país. Nesta parte do trabalho, discutimos também a história do duopólio que se formou no Brasil a partir dos anos 1990 com as duas maiores empresas de adquirência (entidades autorizadas a processar pagamentos eletrônicos, ou seja, pagamentos com cartão) que possuíam exclusividade não só com as bandeiras, mas também com as transações. Todo esse histórico culmina na abertura proposta pelo Banco Central em 2010 e o surgimento de outras empresas e o fim dos contratos de exclusividade — no entanto, essas entidades novas formadas, em sua grande maioria possuem ligação com os bancos e entidades financeiras estabelecidas.

Em seguida, temos um “raio x” do microempresendedor individual. Entendemos quem são, quais suas principais características, o que desejam aprender, quais os ramos de atividade que mais estão presentes e como estão presentes na economia brasileira. Utilizando um estudo publicado pelo Sebrae,

foi possível identificar a grande desconfiança por parte desses profissionais com as instituições bancárias e que 77% dos MEIs do Brasil não buscou empréstimos em 2015.

Após ser compreendido o histórico brasileiro dos bancos e meios de pagamento e quem é o alvo da proposta, passamos para o problema: como atender um público que, em sua grande maioria, está endividado e não confia em bancos a ponto de 30% da população brasileira sequer possuir contas bancárias?

O **aplicativo PagaMEI**, objeto deste trabalho, surge como proposta disruptiva para atender aos microempreendedores individuais e ser, da mesma forma que o WhatsApp foi para as empresas de telefonia, ou seja, um meio de comunicação sem o envolvimento de uma terceira parte, sendo direto entre as duas partes que se comunicam, uma forma de controlar seus recebíveis e fazer pagamentos sem depender dos bancos.

1) Panorama do mercado

O histórico do mercado de pagamentos e financeiro no Brasil é histórica e tradicionalmente ligado aos grandes bancos. De acordo um estudo liberado pelo Banco Central do Brasil, intitulado “Bancos oficiais do Brasil: origem e aspectos do seu desenvolvimento” (2004), a proximidade do Estado com o sistema financeiro, começou com a chegada da Corte portuguesa ao Rio de Janeiro em 1808. Neste mesmo ano, o Rei D. João VI, através de um Ato Real, criou o primeiro banco oficial, o Banco do Brasil, sendo controlado por pessoas ligadas ao rei.

“Dentre os favores que nessa oportunidade foram concedidos ao BB, destacaram-se a exclusividade de emissão de notas bancárias que constituiriam o meio circulante do país, a isenção de quaisquer tributos e o monopólio sobre a comercialização de produtos, tais quais diamantes e o pau-brasil. “(COSTA NETO, p. 13, 2004)

Costa Neto continua informando que, apesar de altamente controlada pelo Estado e, servindo à corte, essa instituição teve uma vida curta, terminando suas atividades em 1829, vinte e um anos depois que foi criada. No entanto, tentando novamente, em 1853, a coroa decidiu criar o novo Banco do Brasil, sendo esse uma fusão do BB criado por Mauá em 1851 e o Banco Comercial do Rio de Janeiro. Essa união foi encabeçada pelo Império tentando implementar uma reforma financeira no Brasil — sendo essa nova instituição a única responsável pela emissão do papel-moeda. Da mesma forma que a primeira, essa segunda instituição não se sustentou, indo à falência em 1864.

É notável o interesse estatal desde a época da Coroa na emissão de crédito, tanto que em 1861 foi criada a Caixa Econômica e do Monte de Socorro do Rio de Janeiro — entidade que predecessora da atual Caixa Econômica. Os depósitos que eram feitos nessas Caixas Econômicas tinham um limite máximo por cliente, ou seja, de caráter restritivo, e eram contados como garantia do Tesouro. Costa Neto, diretor de análise de economia global do Banco Central brasileiro, destaca que:

“Os montes de socorro realizavam empréstimos sobre penhor, a prazo nunca superior a nove meses. Os recursos desses empréstimos provinham das caixas econômicas e do governo ou

de doações e legados particulares. [...] Sua função era prover um ambiente seguro e remunerador para as pequenas economias, de forma a estimular as classes populares a economizarem parte dos seus rendimentos, precavendo-se de qualquer acontecimento futuro quando fosse necessária alguma soma em dinheiro; e prover auxílio adicional a juros abaixo dos praticados no mercado, quando aquelas economias fossem insuficientes.” (Neto, 2004, p.14)

Ao fim do período monárquico brasileiro, em meio a uma economia baseada na agricultura e com o aumento do trabalho assalariado com o fim da escravidão, era comum que, no Rio de Janeiro, a capital econômica e política do Brasil, fosse encontrada uma escassez de numerário e que experimentassem um aumento nas taxas bancárias e dificuldades de realizar negociações. Essas características do mercado bancário brasileiro mostravam que os bancos tinham uma alta resistência à liberação e expansão de crédito.

Após a proclamação da República, vemos que as políticas restritivas sofreram uma tentativa de serem flexibilizadas (Neto, 2004, p.16). O responsável pela Fazenda, Rui Barbosa, ficou insatisfeito com a administração do Gabinete Imperial anterior e estabeleceu que fossem emitidas apólices da dívida pública, permitiu a criação de bancos de capital privado, criando então, a política econômica que ficou conhecida como Encilhamento, uma política econômica que estimulava que se baseava em créditos livres aos investimentos da indústria, sendo sustentada pela emissão de papel-moeda — que levou a uma crise econômica durante o período de 1889 – 1894.

Dando um salto histórico para a década de 1990, ao redor do globo, foram observadas diversas e importantes mudanças na estrutura e nos padrões de concorrência dentro do próprio sistema bancário. Essas mudanças também foram vistas no Brasil, que começou um processo de abertura comercial e financeira, levando a uma maior participação do capital internacional no mercado bancário interno, tendo corrido movimento de fusões e compras de bancos por instituições internacionais e nacionais, levando à uma maior concentração de capital e bancária. Uma das expectativas do mercado era que com essa abertura houvesse uma ampliação da concorrência, uma diversificação dos produtos e serviços financeiros oferecidos ao público, um aumento na eficiência, modernização da tecnologia e um aumento na concessão de crédito, dessa vez,

não mais concentrada nas mãos do Estado (Camargo, 2009, p. 7). No entanto, ao contrário do que se esperava, os bancos internacionais adotaram uma postura mais conservadora em relação ao crédito, ou seja, mais restritiva. Mesmo que tenham aumentado a sua participação no mercado nacional, não tiveram um impacto tão grande quando era esperado.

“A situação do sistema bancário brasileiro após a abertura do mercado aos bancos estrangeiros, [...] Do lado dos passivos, o estímulo foi pela captação de recursos, principalmente junto ao grupo de renda média e alta. Assim, os bancos dedicaram proporções semelhantes dos seus ativos a operações de crédito e títulos, principalmente títulos públicos. Os bancos públicos foram exceções, já que dedicam proporção maior de recursos a operações de crédito.” (Camargo, 2009, p. 8)

Por essa pequena amostragem histórica, é possível entender a formação do mercado financeiro bancário no Brasil — inexoravelmente ligado aos bancos e ao Estado, sendo pela sua abertura ou fechamento em relação ao mercado privado ou internacional, levando a economia brasileira à ser controlada por decretos de liberação ou restrição de crédito emitidos pelo governo central e, baseado pela política econômica vigente naquele período.

1.1 – Cartões de Crédito

Os cartões de crédito foram desenvolvidos pelo militar australiano Frank McNamara enquanto morava nos Estados Unidos no final da década de 1940. O australiano estava com alguns executivos financeiros em no restaurante Majors Cabin Grill em Nova York quando, percebendo que estava sem o seu talão de cheques, não poderia pagar a sua conta, então, teve a ideia de criar um cartão que, contendo o nome do seu proprietário, iria possuir uma quantidade limitada de dinheiro para que pudesse pagar a conta sem precisar levar os cheques ou dinheiro. Os cartões eram emitidos pelos próprios locais em que seriam utilizados, em sua origem, restaurantes, para os clientes que obtinham maior confiança com os donos dos estabelecimentos comerciais.

A primeira bandeira a ser criada, por a Diners Club que passou a ser aceito por 27 restaurantes na cidade americana. Naquela época, apenas cerca de 200 pessoas possuíam o cartão, em sua grande maioria, os amigos de

McNamara. Em 1952, o cartão passou a ser internacionalizado, sendo aceito em cerca de cinquenta países. No Brasil, o cartão de crédito chegou em 1968 e o Banco Bradesco era responsável pela sua emissão ao público. Durante a maior parte do tempo em que os cartões existiram no Brasil, cerca de quatro décadas, existiram apenas duas bandeiras, ou seja, empresas responsáveis pela comunicação da transação entre as adquirentes e o emissor do cartão, a Redecard e a Visanet, não havendo concorrência.

Somente no Brasil, esse mercado cresceu exponencialmente, de acordo com o estudo “Mercado de Cartões de Crédito no Brasil: problemas de regulação e oportunidades de aperfeiçoamento da legislação” de Paulo Springer Freitas (2007) liberado pelo Senado brasileiro, o número de transações utilizando cartões de crédito passou de 0,9 para 3.6 bilhões no período entre os anos 2000 e 2006.

Nesse mesmo período, foi observado um valor transacionado que saltou de R\$ 59 bilhões para R\$ 221 bilhões, ou seja, um crescimento a cada ano de 25%, visto tanto para o número de transações quanto para o valor. Ainda de acordo com esse estudo, entre o período de 1999 e 2004, a participação dos cartões de crédito na soma total de meios de pagamento, passou de 16% para 36,3% — em contrapartida, durante esse mesmo período, a participação dos cheques, outrora o meio principal de pagamentos no Brasil caiu de 63,4% para 35,4%, em 2004. O Banco Central brasileiro divulgou, pela última vez em 2016, o relatório "Estatísticas de Pagamentos de Varejo e de Cartões no Brasil" , que, ano a ano, mostra o aumento do uso do meio de pagamento que mais cresce no Brasil., então, em dados mais recentes, o valor total de transações em cartão de crédito no ano de 2016 foi de R\$ 674 bilhões e, nos cartões de débito, de R\$ 430 bilhões, um aumento de 3% e 10% respectivamente em comparação com o ano de 2015. Os dados do Bacen mostram que a utilização de cheque continua no mesmo processo apresentado por Freitas, ou seja, de queda. Em 2016 foram realizadas 879 milhões de transações no valor de R\$ 2,259 trilhões, uma queda de 14% e 12% respectivamente em relação a 2015, consolidando o cartão como o meio de pagamento que mais cresce no Brasil.

À época do estudo de Freitas, ou seja, 2007, havia apenas o oligopólio entre a Visanet, responsável pela bandeira Visa e a Redecard, emissora das bandeiras Mastercard e Diners,

“A Redecard é uma sociedade anônima, com cerca de 75% de suas ações ordinárias pertencendo ao Citibank, ao Itaucard e ao conglomerado Unibanco¹⁵. Já a Visanet é uma empresa de capital fechado, que tem a Visa Internacional e grandes bancos brasileiros como acionistas.” (Freitas, 2007, p. s/n)

Tal dualidade é importante para entender a abertura que se deu em seguida, com a formação de novas bandeiras e a criação de novas adquirentes. O comportamento oligárquico brasileiro, é um reflexo e continuidade do processo de formação do mercado bancário e financeiro do país. Explicando melhor a citação de Freitas, em 1995 foi criada uma *joint* entre a Visa Internacional — bandeira que, como já explicado, é responsável pela comunicação entre o emissor do cartão e as entidades de pagamento, as adquirentes — e os bancos Bradesco, Santander, Real — hoje, Santander —, Banco do Brasil e o extinto Banco Nacional, formando a Visanet (hoje chamada de Cielo). Esses bancos eram responsáveis pela emissão de cartões de crédito Visa.

O outro *player* do mercado, participante do sistema duplo de adquirentes brasileiras, era a Redecard. Ela foi estabelecida pelo Credicard em 1970 pelo banco Citibank em conjunto com o Itaú e o Unibanco (hoje, sendo parte do Itaú). A Redecard foi comprada pelo Itaú e 2012 pelo valor de R\$ 10 bilhões e passou a se chamar apenas Rede.

Durante esse período, a Visanet podia apenas processar pagamentos da bandeira Visa e a Redecard da bandeira Mastercard. Tal dualidade não apresentava muitas vantagens para o comerciante e nem para o portador do cartão, já que, por haver exclusividade de bandeiras, caso um cliente desejasse comprar em um estabelecimento com seu cartão, ele poderia apenas utilizar o cartão que fosse disponível naquele estabelecimento ou o comerciante precisava possuir ambas as adquirentes para poder apresentar para o público as duas opções.

No entanto, em 2010, o Banco Central do Brasil recomendou através de regulações do Conselho Administrativo de Defesa econômica que o mercado de adquirentes fosse aberto para que outras empresas entrassem como participantes, não havendo mais exclusividade de bandeiras. Com isso, houve o surgimento de outras adquirentes e a entrada de empresas internacionais no Brasil que, com desejo de aumentar o seu mercado, iriam atuar no Brasil. Isso significa que, além da abertura do mercado, agora a Redecard poderia passar transações da Visa e a Visanet, agora Cielo, poderia passar transações pelas bandeiras MasterCard, Diners e as outras bandeiras monopolizadas.

O próximo passo foi em 2013 através da Lei nº 12.685, quando, novamente, o governo brasileiro atuou para regulamentar o mercado — estabelecendo mais uma vez sua dominância sobre o mercado financeiro e bancário —, nomeando o Banco Central como órgão regulador, com, ainda, o intuito de tornar o mercado brasileiro de cartões de crédito mais aberto e competitivo, sem exclusividade de bandeiras. Tal abertura também proporcionou a criação e novas bandeiras, como por exemplo, a bandeira Elo, emitida e controlada pelo Banco Bradesco. A Lei citada diz, segundo o próprio Banco Central:

“A lei possibilita a participação do setor de telecomunicações na oferta de serviços de pagamento e, com isso, é possível ao cidadão, principalmente aquele que ainda não tem conta em banco, participar de arranjos de pagamento que utilizem terminais de acesso aos serviços de telecomunicações de sua propriedade. Adicionalmente, a lei viabiliza a criação de um ambiente mais seguro para a prestação de serviços de pagamento por instituições não financeiras, denominadas instituições de pagamento. Decorre daí o incentivo à competição, com maior oferta de serviços de pagamento, além de serem criadas condições para facilitar o processo de inclusão financeira, isto é, um cidadão sem conta corrente e sem acesso aos serviços de pagamento tradicionais, ofertados pelos bancos, pode fazer pagamentos e transferências por intermédio de serviços de pagamentos ofertadas por instituições não financeiras.” (Banco Central, 2013 http://www.bcb.gov.br/pre/bc_atende/port/arranjo.asp#3)

Em 2016, o mercado ainda era dominado pela Cielo e pela Rede que, em conjunto, eram responsáveis pelo volume de 90% de todas as transações do Brasil. (KELLEHER, 2016, <https://www.cloudwalk.io/pt/blog/o-cenario-atual-da-adquirencia-no-brasil>).

Tal característica reforça que a política bancária e a relação com o consumidor e o lojista ainda são muito presentes, visto os maiores bancos, são, em grande maioria, os emissores dos cartões de crédito no Brasil. Apesar da quebra do duopólio entre os bancos, o cartão Elo, por exemplo, propriedade do Banco Bradesco e Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal — também proprietários da Cielo — é o cartão que mais é emitido no Brasil, de acordo com dados do Banco Central, nos últimos anos.

“No final de 2014, o número de cartões em circulação com o logo da Elo chegou a mais de 15,5 milhões, segundo dados do Banco Central, o que dá à nova companhia o terceiro lugar no ranking entre as bandeiras mais populares do país. Atrás da Elo estão nomes com décadas de experiência nacional, como a Hipercard, a American Express e a Diners. Em dois anos, o volume movimentado pela nova bandeira saltou de R\$ 2,3 bilhões para R\$ 68,2 bilhões por ano.”¹

2) Contextualizando o MEI

Um levantamento feito pelo IBGE em 2003 e divulgado em 2005 demonstrou que em 2003 existiam 10.335.962 (dez milhões trezentos e trinta e cinco mil novecentos e sessenta e dois) trabalhadores informais na economia brasileira, sendo 32,9% relacionados ao comércio, 15,8% relacionados à indústria e 51,3% relacionados à prestação de serviços. Esse relatório sobre a economia informal urbana brasileira gerou dados para retirar da informalidade os profissionais liberais.

Com objetivo de incentivar a regulamentação de empresas, em 2006 foi criada a lei nº 123/2006 que criou o Simples Nacional, com o objetivo de unificar a arrecadação de tributos e contribuições a níveis federal, estadual e municipal para as micro e pequenas empresas. No entanto, essa lei não foi totalmente efetiva, por conta da dificuldade que havia em relação aos cálculos para

¹ <<https://epocanegocios.globo.com/Dinheiro/noticia/2016/02/elo-crece-e-vai-disputar-lideranca-com-visa-e-mastercard.html>> acesso em 21/04/2018

pagamentos de tais tributos e impostos, portanto, foi necessário criar um novo modelo, utilizando-se do Simples Nacional, para retirar o trabalhador da informalidade.

O modelo de empresa de microempreendedor individual (MEI) foi criado pelo Governo em 1 de Julho de 2008, e, de acordo com a lei nº 128/2008, em vigor desde 1º de janeiro de 2009, como forma de incentivar a formalização de milhares de pequenos empreendedores que, por causa dos altos custos e burocracia, não abriam um CNPJ para suas atividades comerciais.

Uma das principais justificativas para a criação de tal lei, ajudando trabalhadores a saírem da ilegalidade é que, de acordo com uma pesquisa realizada pelo IBGE e o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, (SEBRAE, 2003), existem, à época da pesquisa, mais de dez milhões de trabalhadores informais no Brasil.

Com a prática da Lei 218/2008 e a regularização dessa seção do mercado, milhares de profissionais, antes atuavam sob a alcunha de “informais”, agora se tornam empresários do mercado brasileiro, podendo usufruir dos benefícios que, agora estão ao seu alcance. Dentre os diversos benefícios trazidos pela lei para motivar os trabalhadores a saírem da informalidade, estão a comprovação de renda, benefícios previdenciários, redução na carga tributária, isenção nas taxas de legalização, entre outros.

O MEI tem como objetivo social chegar até os menores empreendedores, também chamados de autônomos ou ambulantes, ou seja, cabelereiros, sapateiros, pequenos comerciantes e outros — havendo uma gama de quatrocentas atividades aprovadas que podem ser incluídas no MEI.

Para um empresário poder se inscrever e se tornar um MEI, existem algumas regras de delimitação, por exemplo, o proprietário da atividade comercial não poderá ter sócios, deverá faturar até R\$80.000 em um período de ano — dividindo igualmente nos meses, até R\$ 6.750,00 mensais — e só poderá ter até 1 funcionário ganhando um salário mínimo. Em contrapartida, o MEI se beneficia de uma carga tributária reduzida, devendo pagar apenas uma mensalidade e estará incluído dentro do chamado Simples Nacional, ficando isento dos tributos federais: Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL.

Uma vez formalizado, o MEI terá um CNPJ, ou seja, poderá passar a emitir notas fiscais, o que permitirá que preste serviços e venda produtos tanto para empresas privadas e para o governo, dentro da legalidade. Além disso, o microempreendedor individual passa também a ter acesso a diversos produtos bancários, sendo a principal delas linhas de crédito, fundamentais para a aquisição de capital de giro para a manutenção do seu negócio.

Além dos benefícios já citados anteriormente, existem outros que podem levar um profissional a se legalizar e se tornar um MEI, dentre esses, podemos destacar: possibilidade de contratação de máquinas de cartão, subsídios dados pelo governo, participação em licitações, assessoria do escritório de contabilidade dos optantes pelo Simples Nacional grátis, assessoria do Sebrae.

O número de MEIs hoje no Brasil supera 7 milhões de profissionais, número este que cresce aproximadamente 1 milhão por ano. Na figura abaixo está a quantidade de MEIs cadastrados até o dia 31/12/2017, de acordo com a pesquisa realizada no próprio site do Portal do Empreendedor.

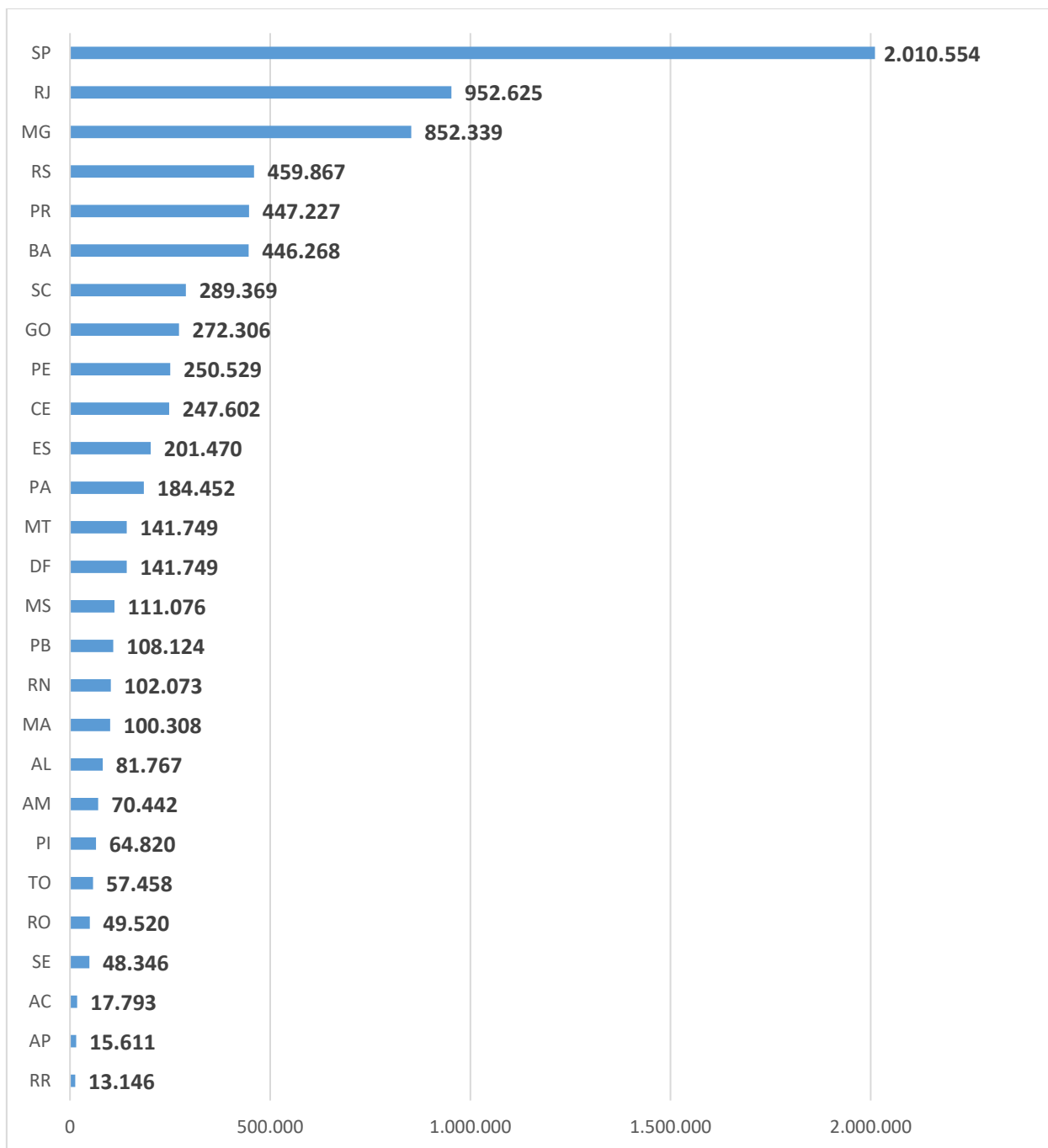


Tabela 3: Tabela quantitativa de MEIs por UF no Brasil em 2017

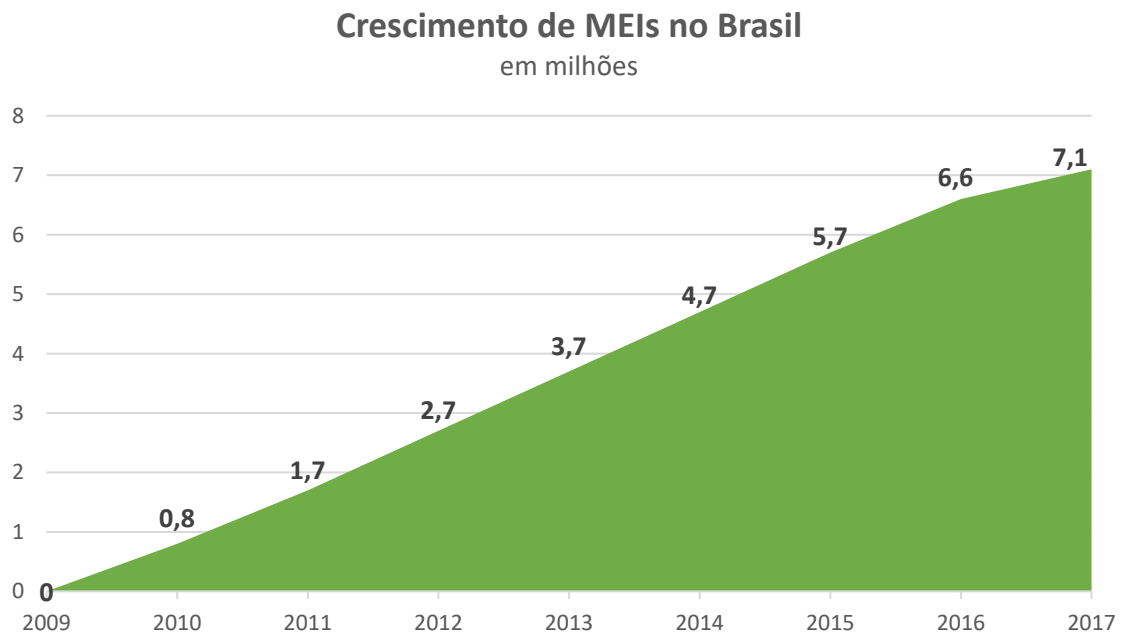


Figura 2: Crescimento de MEIs no Brasil por ano

Tal valor quantitativo mostra o que, após a aplicação da Lei do MEI em 2009, houve uma adesão substancial por parte dos trabalhadores informais. Podemos inferir que, no contexto dos dados apresentados sobre o MEI, a formalização e a transformação de um profissional que, outrora era visto como informal em um empresário, é resgatada a cidadania do profissional liberal, tornando-o cada vez mais motivado socialmente para ser empreendedor e para participar ativamente da economia, sendo, a partir desse momento, um profissional perante a sociedade em que vive, tendo a possibilidade de praticar sua profissão dentro da legalidade e com os direitos e deveres que possui para a prática total da sua cidadania do trabalho.

Havendo possibilidade de custear as necessidades básicas materiais humanas — sendo elas fisiológicas e de níveis de segurança pessoal, podendo suprir as necessidades familiares e individuais de cada ser humano, portanto, trazendo dignidade à vida humana — faz com que os trabalhadores passem a ser motivados a buscar através do MEI essas realizações. Através de seu negócio próprio formalizado, sendo ele, portanto, um empreendedor e empresário, o MEI pode passar a suprir suas necessidades básicas, por meio dos lucros recebidos na prática diária das suas atividades de escolha. Além de, também, se tornarem

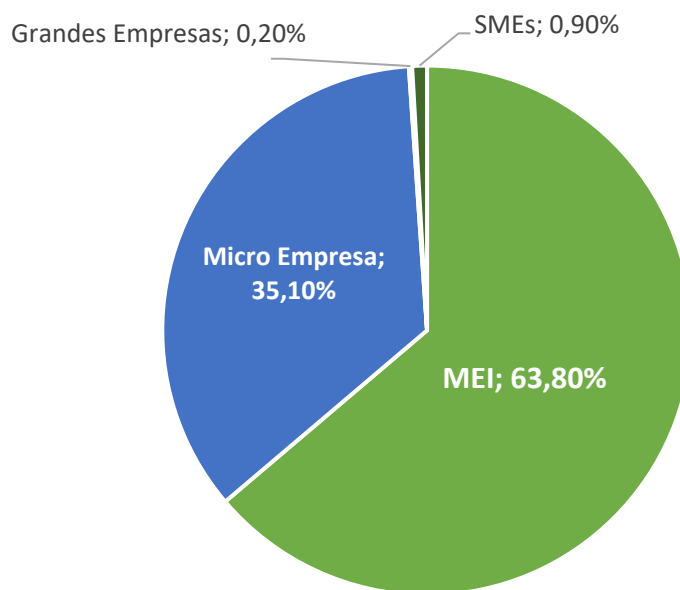
aptos para suprirem suas necessidades sociais, como por exemplo, relacionamentos interpessoais e prática de cidadania. Por meio de tais práticas e conquistas, o pequeno empreendedor passa a se tornar cada vez mais seguro da sua prática profissional, abrindo caminhos antes não desbravados na sua própria jornada de trabalho, se tornando, então, protagonista do seu próprio negócio.

Sendo assim, o trabalhador informal vê na formalização de seu negócio a possibilidade de trabalhar dentro das leis do seu País e conforme ocorre seu crescimento pessoal e profissional, o Empreendedor Individual acaba buscando o seu crescimento e de seu negócio cada vez mais, tendo novos conhecimentos, ou aperfeiçoando os que já detêm (SOUZA, 2010, p. 46). Isso, explica, portanto, o alto nível de crescimento de pequenos empresários que escolhem sair da ilegalidade e se tornar, através do MEI, um empreendedor legal.

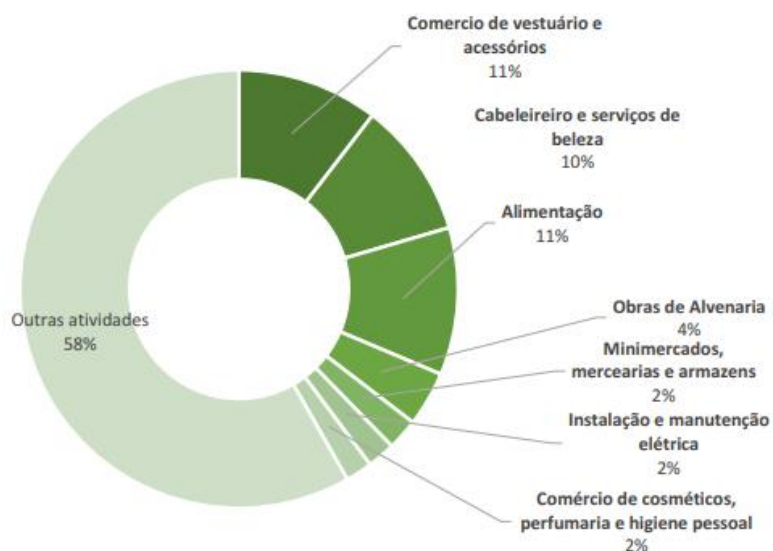
No ano de 2017, houve um crescimento no número de novas empresas no Brasil de 13,6% em comparação com 2016. O que vale ressaltar aqui, já que o objeto de estudo deste trabalho são os microempreendedores, que na classificação de forma jurídica, o MEI se manteve sendo destaque em 2017, crescendo 19,1% em comparação com o ano anterior. Em comparativo com o total, 78,5% das novas empresas abertas foram de MEIs.²

Além disso, levando em consideração todo o conjunto de pessoas jurídicas do país sendo de 12 milhões de pessoas, os MEIs representam 63,80% desse total.

² < <https://exame.abril.com.br/economia/numero-de-novas-empresas-cresce-136-em-2017/> > acesso em 21/04/2018



Dentre toda a gama de possibilidades em que um empreendedor MEI pode atuar, são variados os ramos de atividade, sendo um número expressivo, mais de quatrocentos. No entanto, os três mais expressivos são: **Vestuário e Moda, Alimentação e Cabeleiros/Serviços de Beleza**. Juntos, os 3 representam 32% de todas as outras atividades que estão aptas, segundo o Portal do Empreendedor.³



³ <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>> acesso em 21/04/2018

De acordo com o um estudo divulgado anualmente pelo SEBRAE⁴, o perfil médio do MEI brasileiro, está concentrado em homens de meia idade com baixa escolaridade, como mostra a tabela abaixo.

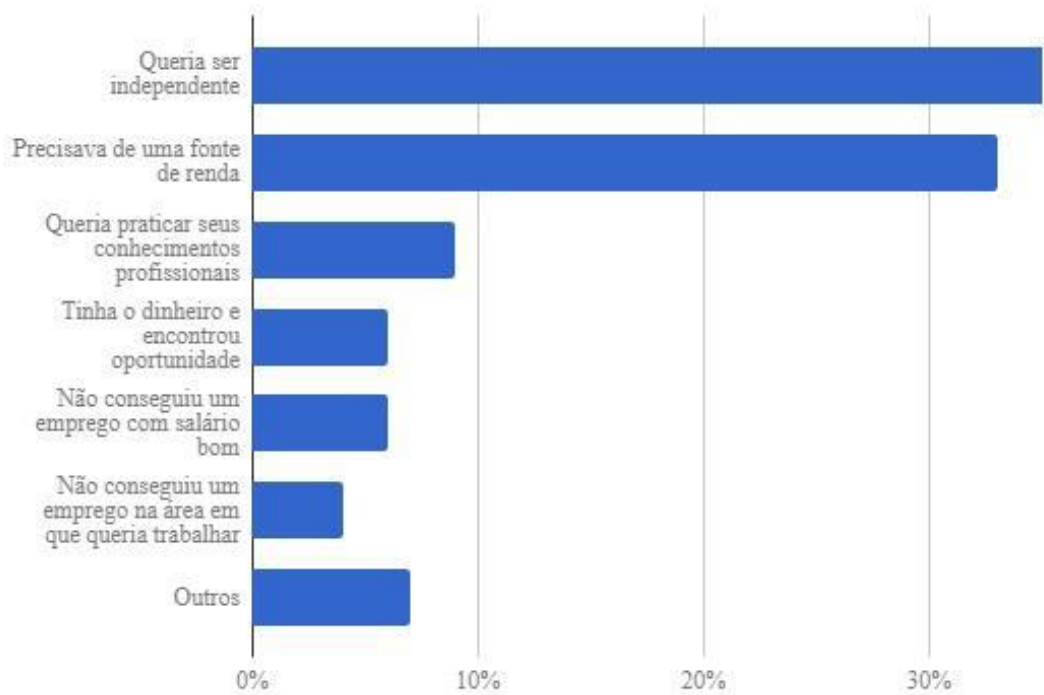
PERFIL MÉDIO DO MEI	
Idade	43 anos
Sexo	Masculino
Escolaridade	17% fundamental incompleto
Quantidade média de pessoas em casa	3,4
Renda mensal média familiar	R\$ 3.926

Ainda de acordo com a pesquisa de perfil de 2017⁵ do SEBRAE, o perfil médio do MEI compreende um total de 53% de homens, 46% do total sendo brancos, 44% trabalha na sua própria residência e, apenas 27% chegou ao ensino superior. O maior percentual relacionado ao motivo de terem se tornado um microempreendedor individual é que 26% gostaria de possuir uma empresa formal, outros 26% gostariam de aproveitar os benefícios dados pelo INSS.

Quando questionados o que levou a se tornarem um empreendedor, os MEI citaram a vontade de serem independentes, de terem o seu próprio negócio, não ter um chefe e a necessidade de terem uma fonte de renda. Tais motivos somam sete em cada dez MEI, de acordo com o SEBRAE.

⁴ < https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/estudos-apresentam-perfil-do-microempreendedor-individualdetalhe6,6a1713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD> acesso em 21/04/2018

⁵ <http://datasebrae.com.br/perfil-do-microempreendedor-individual/> acesso em 21/04/2018



Perfil do microempreendedor individual. Sebrae, 2017.

O estudo mostrou também que esses empreendedores buscam continuar aprendendo, buscam se atualizar. 42% do total de MEIs opta por se especializar através de cursos presenciais e apenas 8% não demonstrou interesse no tópico. Quanto ao assunto que interessa ao microempreendedor, como é possível ver na tabela abaixo extraída do estudo, 53% gostaria de entender mais sobre controles financeiros e 52% orientação para o crédito. Apenas 17% da amostragem não demonstrou ter a necessidade de cursos.

O que eles querem aprender?



O estudo ainda revelou que 23% do empresariado brasileiro representado dentro da categoria MEI precisou solicitar empréstimos com o banco e, do total, 13% não conseguiu esses empréstimos em 2013 (Sebrae, 2015, p. 54). Tal informação revela que, apesar de uma maioria não ter entrado em contato com entidades bancárias através das suas pessoas jurídicas, mais da metade dos que necessitaram, não tiveram acesso nem foram aprovados pelo banco para conseguirem tais quantias financeiras.

“Aos MEI que afirmaram ter buscado por empréstimo como empresa – tendo eles conseguido ou não –, foi perguntado onde se deu essa busca. A instituição financeira mais citada foi a Caixa Econômica Federal, onde 38% dos MEI buscaram empréstimo. O Banco do Brasil foi procurado por 23% deles, o Bradesco por 7%, o Banco do Nordeste por 7%, o “Banco do Povo” – nome fantasia para diversos programas estaduais de microcrédito – por outros 6%, “financeiras” em geral foram citadas por 5% o Banco Itaú por 4%, 4% buscaram em cooperativas de crédito e 7% dos MEI citaram outras instituições de crédito” (SEBRAE, 2015, p. 55)

Portanto é possível delimitar as fontes que o empreendedor buscou a fonte de em quatro categorias distintas: bancos públicos, bancos privados,

cooperativas de crédito e instituições ou programas de microcrédito. De todos os microempreendedores que buscaram empréstimos para a sua empresa, 67% recorreu a bancos públicos e 20% a bancos privados. Tal comportamento revela que existe uma rejeição por parte dos microempreendedores individuais ao sistema bancário, já que, conforme o “raio x” feito pelo Sebrae, eles desejam ser independentes.

3) O problema

Portanto, agora que já explicado a problemática do MEI quanto ao cenário bancário brasileiro — dependente da situação política do país, ou seja, a liberação ou restrição de crédito é feita através da escolha dos governantes junto com a elite bancária — e exposto uma visão detalhada sobre quem é o MEI e o que ele deseja para o seu negócio — independência e possibilidade de aprender a controlar os seus recebíveis e lucros de forma mais simples sem precisar estar ligado a bancos, uma característica revelada pelo alto nível de rejeição à empréstimos — podemos passar para a problemática e para a proposta.

Levando em consideração esse perfil nacional e individual, vemos que, apesar da existência do sentimento de independência presente nos empreendedores, há uma dependência gerada intrínseca no sistema — os bancos, liberadores de crédito, dependem de incentivos fiscais feitos pelo governo —, portanto, podemos perceber que existe um problema para os microempreendedores: como investir, como controlar os seus gastos, como gerir os seus recebíveis e como manipular o seu dinheiro com independência sem que passem por bancos para que possam ser livres do sistema bancário e, ainda dentro da legalidade, dar continuidade aos seus negócios?

3.1) Estudo de caso: Whatsapp

O SMS (*short message service*) foi desenvolvido pelo engenheiro finlandês Matti Makkonen na década de 1980 e surgiu para facilitar a comunicação entre os serviços de telefonia. Tradicionalmente, o serviço custaria um valor que é pago pelo usuário a cada mensagem enviada — os SMSs foram muito populares no Brasil, no entanto, possuíam uma limitação: a existência de uma terceira parte delimitando a quantidade de informação (através do número limite de caracteres) e o custo que era cobrado por cada uma das mensagens enviadas. Ainda assim, o serviço era utilizado em larga escala: no ano de 2011 foram enviados 7.8 trilhões de mensagens SMS ao redor do mundo.⁶

No entanto, em 2009 foi criado o WhatsApp, um meio de envio de mensagens, vídeos, áudios, chamadas que está disponível para os sistemas operacionais de celular mais comuns. O serviço se tornou inovador e disruptivo

⁶ 1Mobile Messaging Futures 2012-2016, <<http://bit.ly/QTVbQJ>> acesso em 22/04/2018

pelo fato de não precisar da terceira parte: as operadoras de telefonia que fazem a cobrança pelos dados transitados.

A grande diferença entre os dois serviços prestados é que o SMS se utiliza das redes GSM sem fio para o envio de apenas 160 caracteres por vez para qualquer outro aparelho que utilize o mesmo sistema, já o WhatsApp se faz da tecnologia chamada *mobile instant message (MIM)* que se faz valer de uma conexão à internet para o envio das informações sem que a operadora faça parte do processo controlando os dados trafegados. De acordo com um estudo publicado pela Unicamp em 2013, Church e Oliveira acreditavam que os serviços de MIM não se tornariam mais populares que os serviços de SMS até 2018, no entanto, em 2014 foi revelado que o WhatsApp se tornou o serviço de troca de mensagens que mais cresceu, até mais que o próprio Facebook.⁷ De acordo com dados informados pela empresa, 450 milhões de pessoas ao redor do mundo utilizavam o serviço e em 2010 o serviço estava apenas com 145 milhões de usuários. Neste mesmo ano, o Facebook anunciou a compra do aplicativo por U\$ 16 bilhões. Em 2017⁸, foi revelado que o aplicativo já possuía um bilhão de usuários ativos diariamente, 1,3 bilhão de usuários ativos por mês; 55 bilhões de mensagens enviadas por dia, 4,5 bilhões de fotos compartilhadas diariamente, sendo suportado em 60 idiomas diferentes.

Três características centrais do serviço de mensagens podem servir para explicar o seu grande apelo ao público e o motivo do seu crescimento em larga escala — além da sua consolidação como o serviço de mensagens mais utilizado no Brasil, embora ainda perca para a alternativa da Apple, o iMessage nos Estados Unidos como serviço mais popular.

1) Baixa utilização da internet do celular:

O envio de vinte mensagens de texto por um usuário representam um consumo de 10kb, ou seja, 0.01mb da franquia de internet. No entanto, se um usuário estiver conectado à uma rede de internet móvel, esse consumo é “de graça”, já que a internet utilizada será a banda larga,

⁷ <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/criado-em-2009-whatsapp-cresceu-mais-rapido-que-facebook-em-4-anos.html>> acesso em 22/04/2018

⁸ <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/sete-numeros-que-mostram-o-sucesso-do-whatsapp/>> acesso em 22/04/2018

não a franquia de dados contratada pelo portador do celular. O mesmo se vale para caso um usuário deseje fazer uma ligação de áudio,⁹ já que cada minuto em uma ligação consome cerca de 500 kb, ou seja, 0,5mb — a lógica de estar conectada à uma banda larga também se aplica neste caso.

2) Sem limites:

O WhatsApp, de forma diferente do serviço de SMS, não possui um limite diário de mensagens que podem ser enviadas. Caso um usuário desejasse enviar SMS ele poderia fazer a contratação de um plano de mensagens com limite diário por um certo valor, dependendo da operadora ou pagar independentemente por cada um dos *torpedos* (como ficou conhecido no Brasil) enviado. O WhatsApp não possui essa limitação, sendo a sua única forma de “restrição” uma conexão com a internet.

3) Liberdade:

Com a utilização do WhatsApp, o portador do celular fica livre à escolher qualquer operadora que lhe sirva melhor, já que sua principal forma de comunicação será a utilização do serviço de mensagens, ele apenas precisará decidir qual está dentro do seu orçamento e que ele poderá utilizar com liberdade — não mais preso ao sistema de SMS e de pagamento de planos específicos para a utilização da forma de comunicação.

3.2) Estudo de caso: Blockchain

O blockchain é uma tecnologia que tem por sua principal característica a descentralização da informação como a principal medida de segurança. O blockchain foi criado em 2008 para que o bitcoin, a criptomoeda, pudesse existir. De acordo com o documento que demonstra como o bitcoin funciona, ela é "uma rede que marca o tempo das transações,

⁹ <<https://idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/vale-a-pena-fazer-ligaco-com-o-whatsapp>> acesso em 22/04/2018

colocando-as em uma cadeia contínua no 'hash', formando um registro que não pode ser alterado sem refazer todo o trabalho".

Uma analogia feita é que se parece um “livro contábil”, que contém o registro de diversos tipos de transação, no entanto, esses registros estão espalhados e divididos por diversos computadores ao redor do mundo.¹⁰ Portanto, para que alguém tente eliminar alguma informação desta cadeia de segurança, é praticamente impossível. O sistema do blockchain é formado por uma “cadeia de blocos”, como o nome sugere — um conjunto de transações é posto dentro desses blocos e a informação é codificada e segura através de protocolos de criptografia. Apesar disso, o blockchain é uma ferramenta pública, então, qualquer pessoa pode fazer a contabilidade das movimentações financeiras que são registradas.

O blockchain faz as transações, como já explicado, em blocos. Os blocos são ligados aos anteriores por um código chamado “hash” e, juntos eles formam a cadeia de blocos.

A segurança do blockchain existe devido ao fato de que qualquer transação só pode ser concluída e validada quando um desses blocos é preenchido por completo. Quando esse procedimento é terminado, os blocos são protegidos por criptografia e, desta forma o valor transacionado tem a garantia de que chegue ao destino certo, uma moeda não seja utilizada mais de uma vez e as transações anteriores não sejam alteradas de forma a comprometer toda a cadeia de blocos e informações.

¹⁰ <<https://g1.globo.com/economia/noticia/entenda-o-que-e-blockchain-a-tecnologia-por-tras-do-bitcoin.ghtml>> acesso em 22/04/2018

4) A Proposta – App PagaMEI

O aplicativo PagaMEI tem como objetivo habilitar o micro-empendedor a receber e registrar pagamentos, acompanhar seu saldo, realizar pagamentos, se comunicar com seus clientes, além de outras funções específicas criadas para este público.

Antes de explicar como foi o processo de pesquisa e concepção, vamos passar pelas principais funções do aplicativo.

- Receber pagamentos:

Através da interface do PagaMEI, os microempendedores poderão registrar as vendas para os seus clientes, seja elas feitas através de uma máquina de cartão portátil, seja ela através de um link por SMS (mensagem de texto), seja ela através de dinheiro.

A) Através de máquina de cartão portátil:

O aplicativo se conecta através de Bluetooth com uma máquina de cartão portátil que pode ser adquirida, da própria marca PagaMEI. Porém, graças a regulação existente neste mercado, todas as máquinas de cartão portáteis são “desbloqueadas” – portanto, o usuário poderia usar o aplicativo PagaMEI com este tipo de máquina de outras marcas, como Minizinha (Pageseguro), Sumup e MercadoPago.

B) Através de link por SMS:

Através do aplicativo, o MEI poderia gerar um link de pagamento para ser enviado por SMS ou Whatsapp para seu cliente. Este link, uma vez aberto no celular do cliente, abriria uma página WEB para ele inserir os dados do seu cartão de crédito, fazer uma transferência bancária ou gerar um boleto bancário para realizar o pagamento. Dessa forma, mesmo sem uma máquina de cartão, o MEI conseguiria receber pagamentos digitais.

C) Através de dinheiro

Mesmo se o MEI quiser receber em dinheiro, ele poderá registrar no aplicativo esta venda, para que ela faça parte do controle dele – assim, o aplicativo auxilia na gestão não somente das transações digitais, mas de todas as vendas realizadas.

- **Gestão financeira:**

Além do serviço principal de receber pagamentos, o PagaMEI exibe as vendas realizadas, além do saldo de entrada e saída de dinheiro. Automaticamente, é gerado relatórios simples como os produtos mais vendidos, os horários de picos de vendas, além do usuário poder filtrar o relatório e ver a movimentação de um dia específico.

- **Transferências e Pagamentos:**

O saldo dos pagamentos recebidos em cartão ou transferência podem ser utilizados para que o MEI faça pagamentos de boletos ou até mesmo transferências bancárias, inclusive para sua própria conta do banco, caso ele tenha.

A proposta do PagaMEI, além do aplicativo, é que o usuário possa ter também um cartão para utilizar esse saldo no dia-a-dia, na função débito.

- **Carteira de Clientes / Fidelidade:**

Uma das possibilidades que o empreendedor terá ao utilizar o PagaMEI é registrar os clientes que consomem seus produtos ou serviços. O aplicativo já faz o pré-cadastro através do registro dos últimos 4 dígitos do cartão e o nome registrado nele. Esses dados podem ser coletados em uma transação, e isso é registrado no aplicativo, que a partir da primeira venda para esse cliente, passa a reconhecer esse cartão nas próximas compras, mostrando todas as transações já feitas para esse cliente.

Com essas informações, o aplicativo monta automaticamente a lista dos principais clientes que mais consomem com o MEI, e oferece ferramentas para enviar comunicados e cupons de desconto para estimular o retorno deles. Essa comunicação é feita por SMS ou Whatsapp, desde que estes números estejam registrados no cadastro do cliente no aplicativo.

- **Gestão de estoque:**

Previamente, o MEI poderá registrar seus produtos e serviços oferecidos, juntamente com a quantidade (caso haja estoque) e preço. Dessa forma, a cada venda realizada, o aplicativo registra o pedido e monta estatísticas automáticas de qual produto ou serviço é mais consumido por seus clientes, além de avisar quando algum produto está acabando no estoque.

- **Múltiplos usuários**

Apesar de o MEI poder ter no máximo 1 funcionário por lei, muitas vezes é um trabalho coletivo – sejam diversas manicures trabalhando num mesmo salão, sejam camelôs que trabalham lado a lado. O aplicativo já é pensado para que vários usuários possam pertencer à uma mesma “Organização”. De acordo com as permissões dadas a cada usuário, eles podem usar o mesmo aplicativo, podendo ter acesso (ou não) as vendas realizadas um pelo outro, além de abaixar os custos para acesso a tecnologia, dado que o aplicativo permite que até 5 usuários usem o mesmo aplicativo – ou seja, até 5 MEIs podem dividir o uso do aplicativo e maquininha, desde que estejam geograficamente próximos num raio de 50 metros. (o aplicativo possui essa trava para impedir fraudes e garantir que os usuários sejam parceiros de trabalho).

4.1) Justificativa:

No entanto, qual seria a necessidade da utilização de um aplicativo que não esteja ligado aos grandes bancos para fazer gestão financeira, transferências, controle de clientes e pagamentos? De acordo com um estudo revelado pelo Banco Centra do Brasil, cerca de 30% da população não utiliza de domicílio bancários¹¹, além do fato de que 54% da população que está compreendida nas classes C e D não possuem nenhum tipo de registro bancário em seu nome. Dos que são bancarizados, a pesquisa apontou que 80%

¹¹ <<http://www.bcb.gov.br/pt-br/#!/c/noticias/33>> acesso em 22/04/2018

possuem cartão de débito; 69% conta corrente; 52% poupança e 49% cartão de crédito.

Um estudo feito pelo Data Popular¹² em 2013 revelou que existem três razões principais para que essas pessoas que não estão vinculadas a banco estejam desta forma:

- 1) Dificuldade de acesso à rede bancária;
- 2) Pessoas que já possuíram contas bancárias, mas que por conta de problemas financeiros se tornaram inadimplentes;
- 3) Por enxergar que a instituição bancária explora os seus clientes.

Outro dado relevante é que, de acordo com a Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor, 60% das famílias brasileiras estavam endividadas — esse número é alto até mesmo nas famílias que possuem uma renda superior à de dez salários mínimos, o índice chega a 50%. Dentre todas as famílias endividadas, 9% declararam não ter condições de quitar as dívidas atrasadas que possuem. Então, para essas famílias, qualquer renda que passe pelo sistema bancário estaria imediatamente comprometida e presa.

Desta forma podemos explicar o dado apresentado pelo Sebrae de que 77% dos MEI não buscam por empréstimos bancários, após compreendermos também o perfil do MEI. Portanto, uma forma de comunicação com linhas de crédito que atendam aos MEIs sem que essas sejam geridas ou passem pelo relacionamento bancário é necessário, afim de que gerar maior possibilidade de crescimento para os micro e pequenos empresário, sendo essa alternativa de alta confiança para os seus usuários.

4.2) Vantagens:

Agora que foram descritas as funcionalidades do PagaMEI e a justificativa da sua existência, passemos para as vantagens que o microempreendedor

¹² <<https://exame.abril.com.br/economia/39-5-dos-brasileiros-nao-possui-conta-corrente-nem-poupanca/>> acesso em 22/04/2018

individual terá ao optar por não estar mais delimitado pela atuação das adquirentes tradicionais e nem aos bancos:

1) Liberdade:

O usuário do PagaMEI terá a liberdade total para gerir da forma como desejar o seu próprio fluxo de caixa, e receber pagamentos diretamente em uma conta corrente digital, sem vínculo com bancos, além de um cartão físico para fazer pagamentos e saques como um cartão normal.

2) Acessibilidade:

De acordo com a Fundação Getúlio Vargas, até o final de 2017 era esperado que no Brasil houvesse um smartphone por habitante¹³, portanto, por se tratar de um aplicativo para celular, o PagaMEI seria completamente acessível até mesmo para as famílias de renda mais baixa no Brasil.

3) Simplicidade:

A interface do PagaMEI foi desenvolvida para ser de fácil usabilidade, se adaptando ao usuário, não possuindo funcionalidades não-intuitivas e que sejam complexas para o usuário médio de aplicativos.

4) Aumento das vendas:

Muito além de realizar pagamentos e controle, o aplicativo ajuda o MEI a manter sua base de clientes, gerando compras recorrentes através de mecanismos de comunicados e cupons de desconto visando a fidelidade desses clientes.

¹³ <<http://link.estadao.com.br/noticias/gadget,ate-o-fim-de-2017-brasil-tera-um-smartphone-por-habitante-diz-pesquisa-da-fgv,70001744407>> acesso em 22/04/2018

5) Processo criativo e decisões de Design

5.1) Pesquisa

Após toda a investigação do perfil, problemas e necessidades do MEI, destaquei algumas informações fundamentais que serviram como premissa para o trabalho, e garantiram que ele teria aplicação prática caso fosse publicado.

Como demonstrado na página 20, os três maiores grupos que compõem os MEIs são: Comércio de vestuário e acessórios (11%), Alimentação (11%) e Cabeleireiro e salões de beleza (10%).

Apesar de ter dados de pesquisas públicas, fiz uma entrevista com um indivíduo de cada categoria para entender um pouco mais da realidade e dores do dia-a-dia deste MEI.

CATEGORIA	NECESSIDADE DESTACADA
VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS Entrevistado: Rodrigo Adelson, dono da LOS NERDITOS, vende camisas nerds em eventos e pela internet.	GESTÃO DE ESTOQUE Possui um sistema manual para controle de estoque. Se fosse integrado com os pagamentos, seria mais conveniente.
ALIMENTAÇÃO Entrevistada: Ariane Gândara, dona do PIRATA'S BURGERS, vende hambúrgueres em um pequeno estabelecimento de frente para a rua.	ROTATIVIDADE / FIDELIDADE Como seu estoque é perecível, e um mesmo cliente pode consumir várias vezes na semana, ela sente necessidade de um relacionamento constante com seus clientes para eles fidelizarem / retornarem.

MANICURE (SALÃO BELEZA)

Entrevistada: Fabiane Alves, manicure, trabalha alguns dias no salão ELLI's COIFFEUR em Niterói.

DIVIDIR OS RECEBIMENTOS

Parte da semana a Fabiane atende suas clientes em casa, porém quando está no salão, gostaria de receber seus pagamentos diretamente, sem bitributação (quando o cliente paga para o salão, e o salão paga para ela). Gostaria que suas colegas manicures também pudessem aceitar cartão.

Além destas informações, observei a pesquisa do SEBRAE apresentada na página 23, onde mostra que os MEIs tem vontade de aprender habilidades de gestão financeira (53%), propaganda e marketing (47%), uso de redes sociais (37%) e atendimento ao cliente (36%). Enxerguei aqui uma oportunidade de oferecer esses serviços no aplicativo PagaMEI, complementando ainda mais sua proposta de valor.

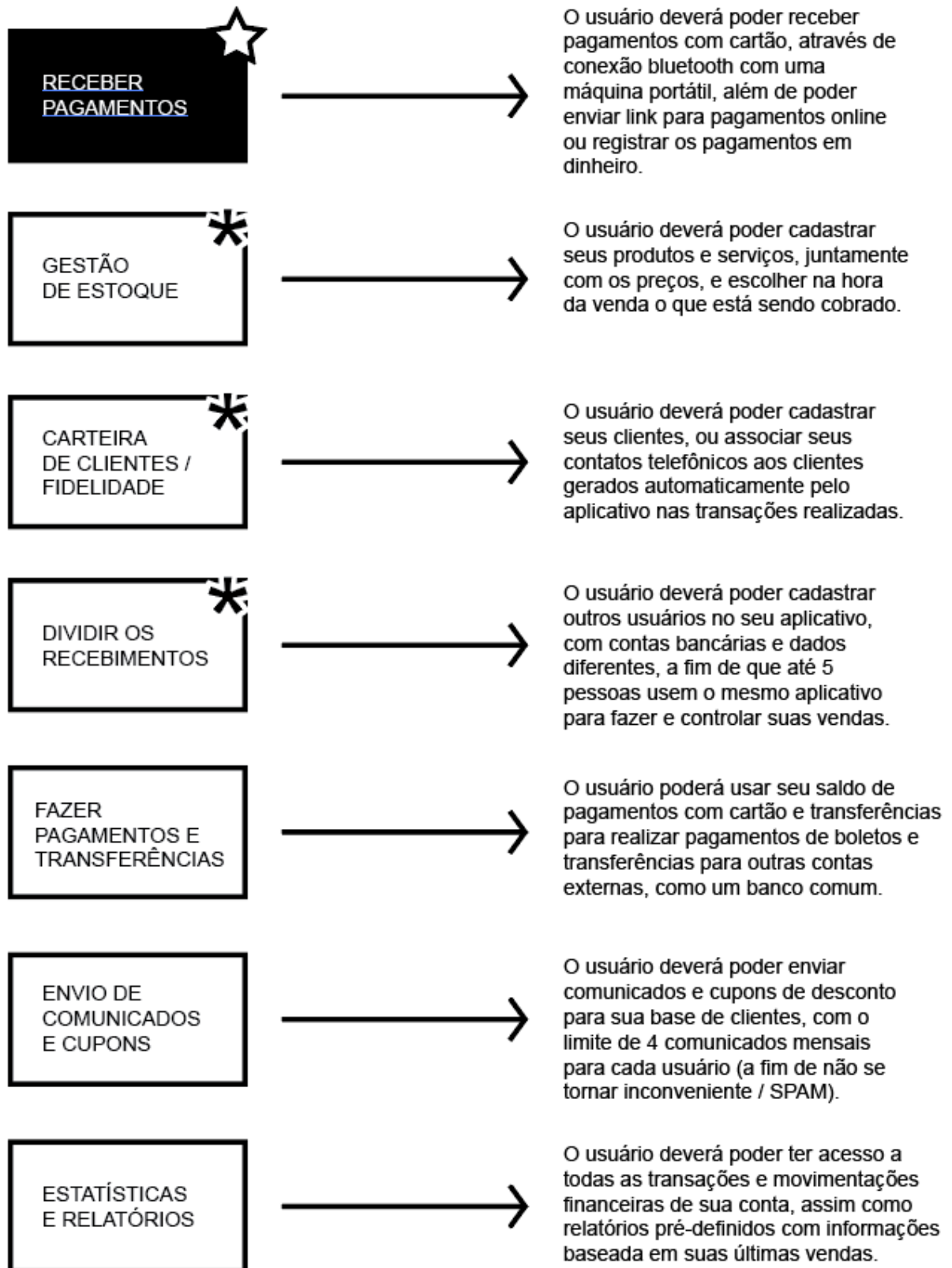
5.2) Planejamento e Concepção

Com o intuito que o aplicativo fosse amplamente utilizado pelos MEIs, suprimo a maior parte de suas necessidades, me baseei no resultado de minhas entrevistas para a concepção do “esqueleto” do aplicativo.

Além das funções principais, observei os principais serviços oferecidos pelos Bancos que eu poderia emular no aplicativo, atendendo todas as legislações legais.

Se um dos maiores problemas do MEI é justamente o acesso aos produtos bancários, o PagaMEI deveria ser um aplicativo que emulasse os principais serviços, como conta corrente, pagamentos de contas e boletos, transferências para outras contas. Juntamente com o app, o usuário teria acesso a um cartão de débito para usar seu saldo e uma máquina portátil de cartão, para realizar suas transações eletrônicas.

PRINCIPAIS FUNÇÕES DO APLICATIVO PAGAMEI

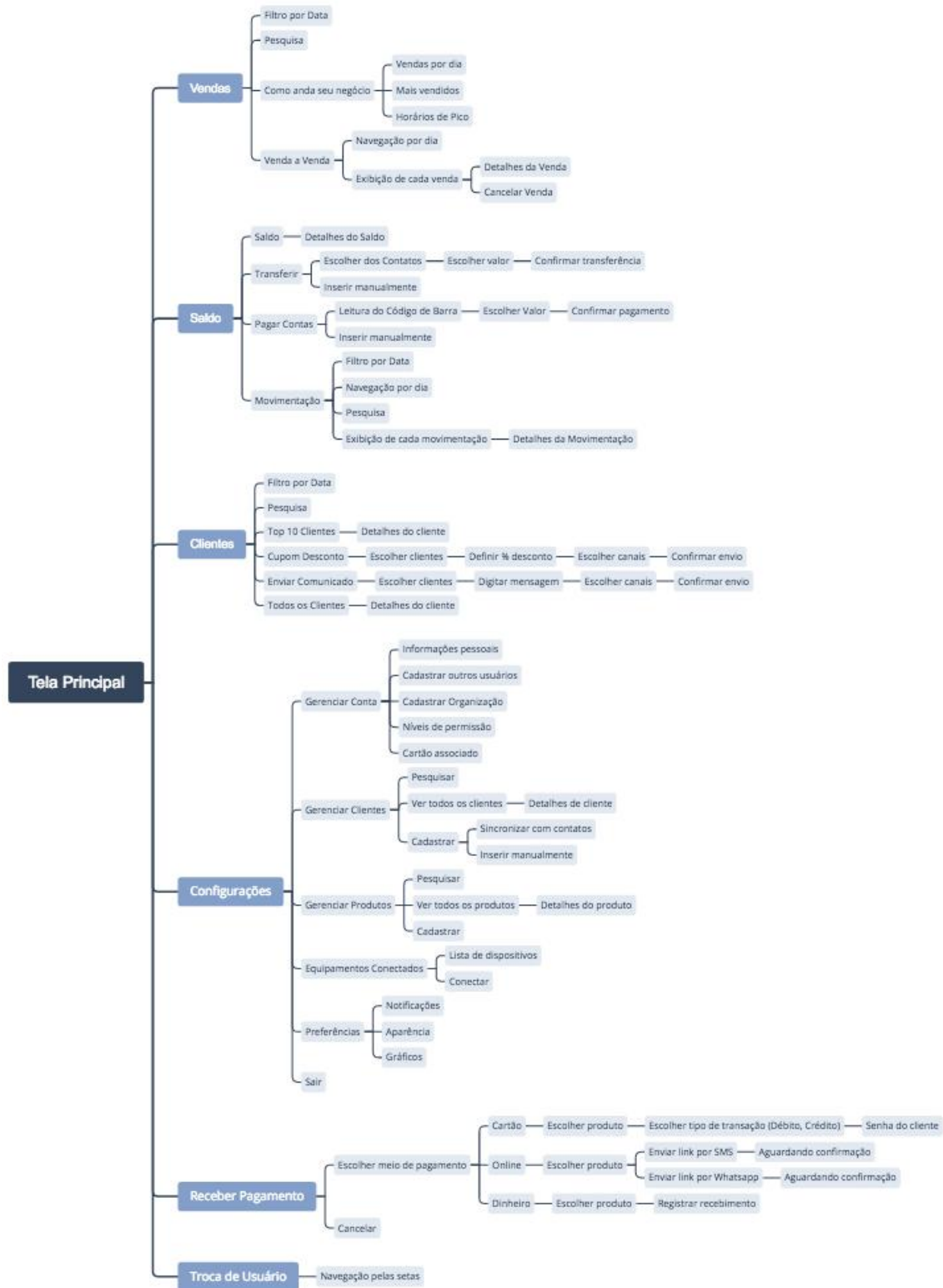


★ FUNÇÃO PRINCIPAL

* FUNÇÕES CRIADAS A PARTIR DA PESQUISA

Com essas premissas, o próximo passo foi o desenvolvimento da arquitetura de informação do aplicativo, para mapear todas as telas que teriam que ser feitas.

ARQUITETURA DE INFORMAÇÃO



5.3) Prototipação

No momento da prototipação, dado o perfil deste usuário, explicitado na página 21, foram definidos algumas premissas para a interface:

- A interface deveria ser simples de usar, e a curva de aprendizado do aplicativo deveria ser curta.
- Deveriam haver poucas opções na tela, para evitar que o usuário ficasse perdido no meio de tantas funções.
- O aplicativo deveria ter um grau de personalização, para fortalecer o aspecto do indivíduo, característica desse tipo de profissional.
- A todo momento o botão de Receber pagamento deveria estar visível, pois este é a etapa mais importante da jornada do usuário deste aplicativo – e o MEI precisa estar pronto para vender a qualquer momento.

Com estas premissas em mente, comecei a pesquisar os aplicativos mais usados pelos brasileiros. Se era necessário uma interface simples, com uma curva de aprendizado curta, o PagaMEI deveria herdar elementos de interface de aplicativos conhecidos.

Segundo pesquisa do IBOPE¹⁴ feita em 2015, os 3 principais aplicativos usados pelos brasileiros são o Whatsapp (93%), Facebook (79%) e Youtube (60%).

O primeiro desafio da tela principal do aplicativo era sua navegação. Analisando a navegação destes aplicativos, vê-se que a jornada em suas principais funcionalidades é feita através de abas, ou simplesmente arrastando para as laterais.

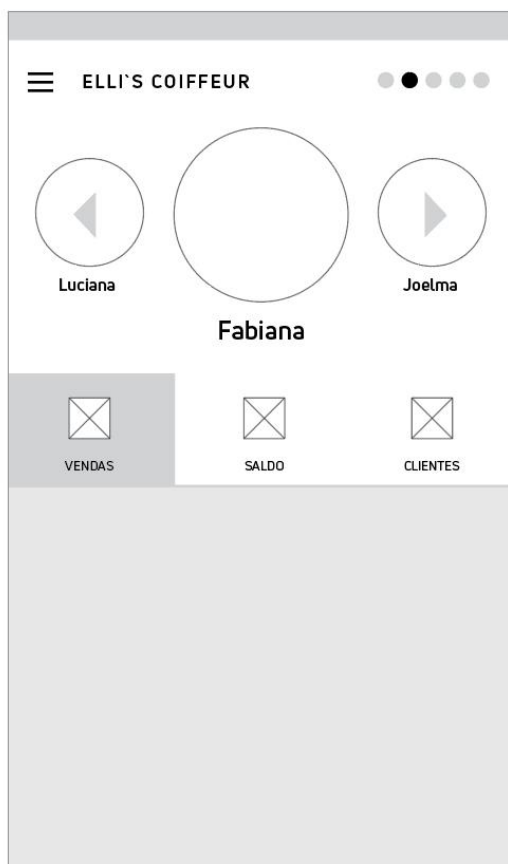
Porém, ao contrário do Facebook, que se utiliza apenas de ícones para marcar suas abas, decidi colocar a legenda de cada uma, para que o usuário tenha certeza do que está clicando. Esta legenda desaparece no

¹⁴ <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/os-10-apps-mais-baixados-no-brasil-em-2015/>> acesso em 29/04/2018.

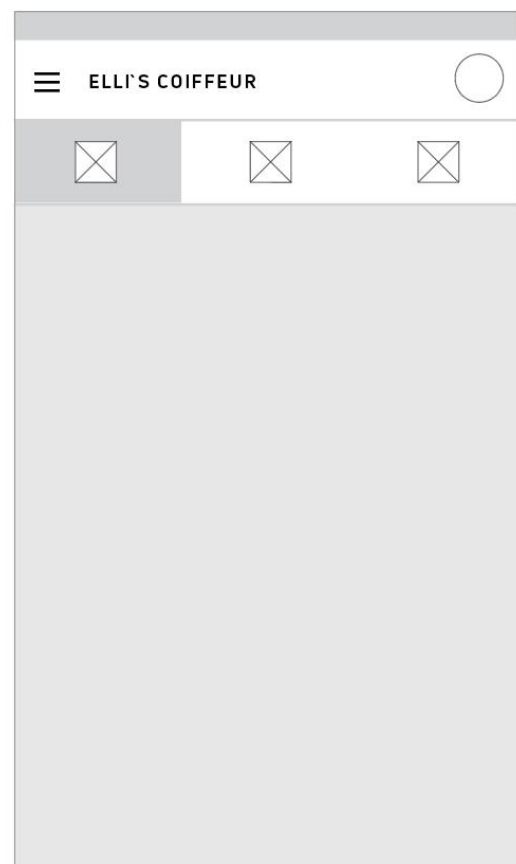
momento que o usuário navega verticalmente pelo aplicativo (scroll vertical), pois ela somente é necessária em um primeiro momento para identificar as abas para o usuário – posteriormente, a associação com os ícones já faz o trabalho de identificação. Além disso, o menu recolhido abre espaço para mais informações na tela.

Para a navegação entre mais de um usuário, optei por deixar bem explícito na primeira tela a quem se refere aquelas informações. Por isso, esse é o primeiro elemento que se vê ao entrar no aplicativo. Caso seja apenas um usuário, ele verá sua foto e nome, conceitualmente marcando que ele é dono de seu próprio negócio. Caso tenha mais de um usuário, setas direcionais aparecerão para que o usuário navegue entre os perfis. Um pequeno marcador no canto superior direito irá direcionar o usuário para que ele saiba quantos perfis existem e em qual ele está.

PROTÓTIPO DE NAVEGAÇÃO



Menu principal padrão.

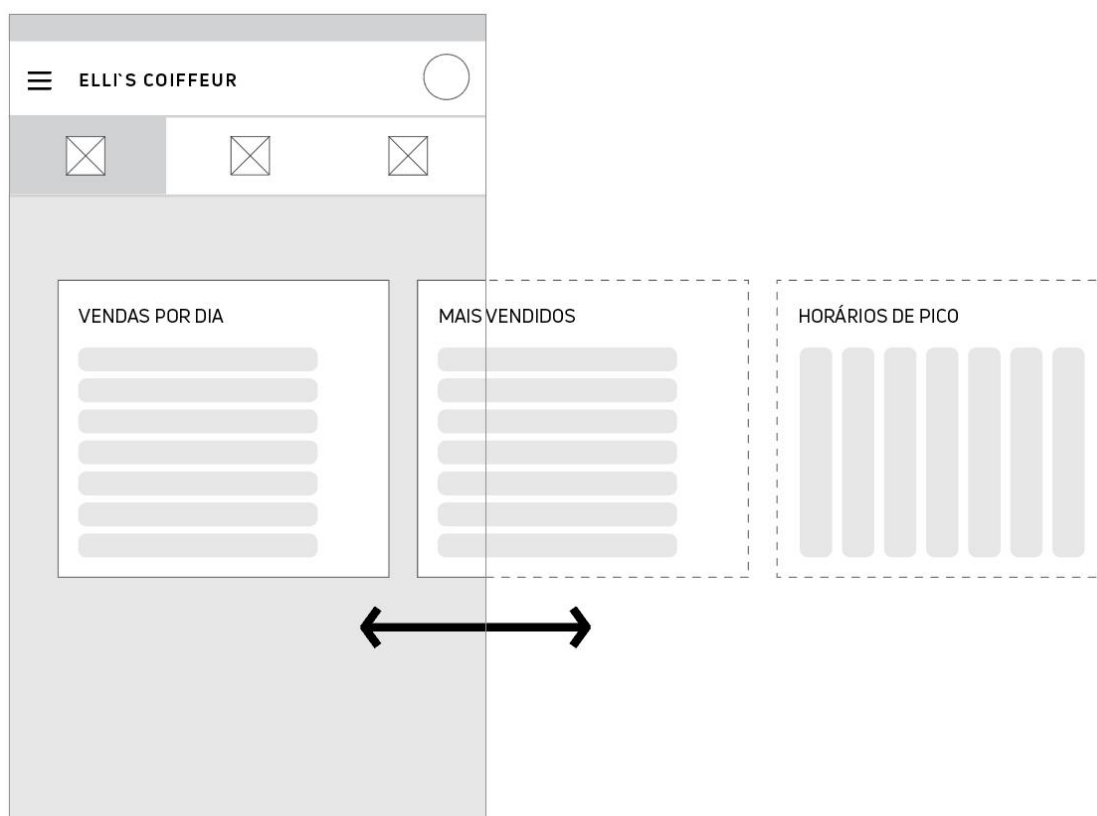


Menu principal recolhido, no scroll.

Também era necessário pensar numa navegação para os elementos interiores das abas. Havia o desafio de exibir um grande número de informações e gráficos, porém isso facilmente se tornava uma página longa, onde o usuário precisava fazer diversos scrolls verticais para conseguir chegar na informação que queria.

Por esse motivo, introduzi também à navegação interna o conceito de scroll horizontal, assim como a navegação entre usuários. Para ficar mais intuitivo para o usuário, toda vez que houvesse um scroll horizontal disponível, parte do elemento ficaria “sangrando” para fora da tela, evidenciando que havia mais conteúdo escondido. Esta navegação está presente nos gráficos, produtos e navegação de datas.

EXEMPLO DE NAVEGAÇÃO HORIZONTAL



A etapa mais importante da jornada do usuário é o momento de realizar uma venda. Por isso, tomei a decisão de o botão para receber pagamentos ficar sempre visível nas principais telas do aplicativo.

Ao clicar no botão, vamos para a tela onde o usuário decide por qual meio irá receber aquele pagamento. Este é um momento crítico de tomada de decisão, e por esse motivo, tomei a decisão de esconder o menu principal, sendo que o usuário obrigatoriamente tem que escolher um dos 3 meios de recebimento, ou cancelar a transação.

Decidi colocar bem destacado, no topo, a foto do usuário que irá receber aquela venda. Isso é importante para os casos de uso onde existe mais de um usuário usando o mesmo aplicativo, para que a venda de um não caia na conta do outro por engano. Assim, o usuário é capaz de confirmar que aquela venda irá ir para sua própria conta.



Os botões de decisão são grandes, e possuem cores diferentes. Tomei essa decisão pois ao longo do tempo, o usuário já associará a cor à modalidade de recebimento, além de ser mais fácil para treinamento de novos usuários.

Como o principal meio de captura de transações do PagaMEI é através da maquininha de cartão, decidi colocar este botão mais largo que os outros.

5.4) Definição de Nome, Cores e Tipografia

Escolhi o nome PagaMEI por ser um nome bem direcionado ao seu significado, por facilidade de busca no Google e pela cacofonia com o “AMEI”, que se forma ao nome ser falado.

Cores são um elemento fundamental, não só pela percepção de marca, mas também serve para definir bem todos os componentes e guiar a atenção do usuário, auxiliando ele na tomada de decisão.

Na hora de pensar na paleta de cores do aplicativo, busquei encontrar cores com um alto contraste, e diferentes do padrão. O mercado de meio de pagamentos possui uma curiosidade peculiar de que cada empresa possui uma cor: Cielo (Azul), Rede (Laranja), Pagseguro (Amarelo), Stone (Verde) e Getnet (Vermelho). Porém a cor Violeta e suas variações não haviam ainda sido utilizadas, e esse foi o racional principal da decisão.

COR PRIMÁRIA	#662D91	#3C0054
USO PARA IDENTIFICAÇÃO DO APP E SEÇÕES PRINCIPAIS.		
COR SECUNDÁRIA	#8DC63F	#4D7529
USO PARA DESTAQUES E ASSUNTOS RELACIONADOS A VENDAS.		
COR AUXILIAR	#E6E7E8	#D1D2D4
USO PARA FUNDOS E BOTÕES DE NAVEGAÇÃO.		

Na escolha da tipografia principal do aplicativo, escolhi a Uni font, por se tratar de uma fonte com muitas curvas, e que juntamente com as cores escolhidas, deixaria a composição final do aplicativo com um ar de inovação e “fun”, que era meu objetivo.

UNI NEUE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()-_+={[]}\

5.5) Resultado Final

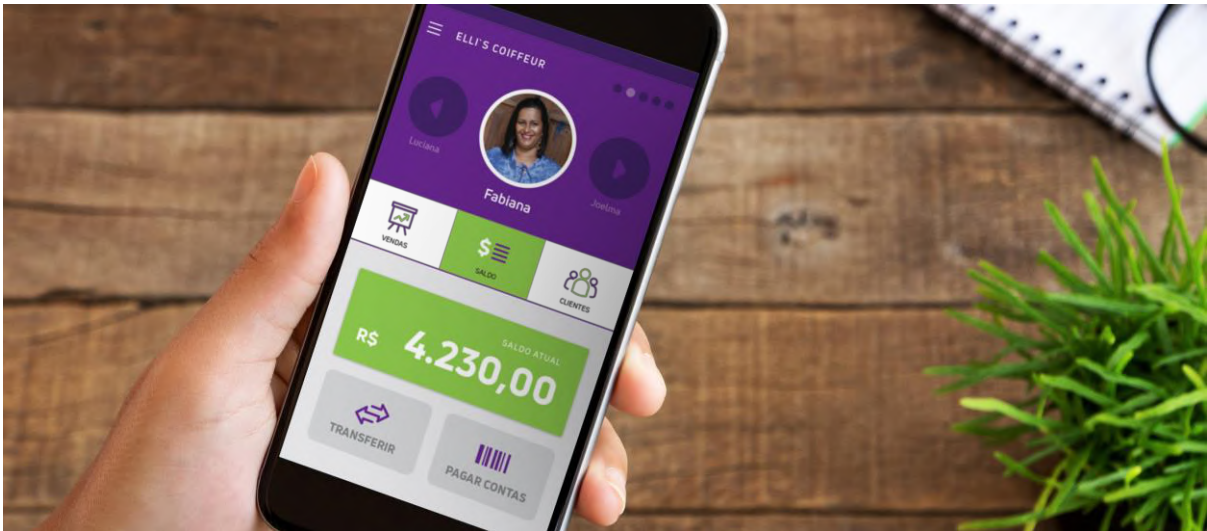
O vídeo com o resultado final pode ser visto no link:

<https://youtu.be/r-lk9YRdKms>

E a apresentação utilizada como suporte no dia pode ser vista no link:

<https://pt.slideshare.net/secret/yOqPbrOCQR2o0r>





6) Conclusão

Ao entendermos todo o contexto histórico bancário do Brasil e a sua relação com o consumidor, além de vermos uma necessidade crescente de uma nova opção de serviços de pagamentos que contemple o público dos MEI que, por conta do contexto histórico não possui uma boa relação com o banco — apesar de ter optado em uma grande quantidade, conforme o estudo revelado pelo Sebrae, por sair da ilegalidade e se tornar um empresário formal e legal — é visível a necessidade de uma forma de incluir esses trabalhadores com dignidade na sociedade e restaurar a sua cidadania.

Com uma possibilidade de gerir os seus fluxos de dinheiro sem a interferência bancária ou de uma outra parte externa, um empreendedor MEI poderá, então, administrar o seu dinheiro a ponto de pagar as suas dívidas e sair da inadimplência, podendo, assim, voltar a ter acesso à linhas de crédito e investir novamente no seu negócio, fazendo com que ele cresça e se desenvolva.

A não atuação dos bancos nesse processo é fundamental para dar segurança aos microempresários, já que a taxa de desconfiança com essa instituição é alta, conforme já informado.

O PagaMEI vem como uma opção diferentes das existentes no mercado — tradicionalmente ligadas à entidades bancárias — para mudar o sistema de

pagamentos e fluxo financeiro dos brasileiros, sendo um aplicativo acessível e personalizável que irá atender às necessidades do seu usuário de forma objetiva e simples.

Por fim, é possível concluir que o PagaMEI é uma forma de restaurar a dignidade do trabalho e trazer de volta à cidadania plena o trabalhador que, por conta do sistema bancário, se encontra na obscuridade da sociedade brasileira. O primeiro passo foi a adesão ao sistema de MEI e do Simples Nacional, no entanto, esse não pode ser o fim para o micro e pequeno empreendedor, é necessário que seja dado a ele uma nova visão sobre o seu próprio negócio, a visão de que é sua propriedade, que não pertence à terceiros nem ao banco, mas que ele possui a liberdade social de agir, dentro da legalidade, para alterar a sua realidade e, assim, garantir as suas necessidades fundamentais, sejam elas fisiológicas ou de segurança.

Bibliografia:

<http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2013/05/395-dos-brasileiros-nao-possuem-conta-em-banco-diz-pesquisa.html>

Costa Neto, Yttrio Corrêa da. – Bancos oficiais do Brasil: origem e aspectos do seu desenvolvimento , 2004.

Camargo, Patricia Olga A evolução recente do setor bancário no Brasil / Patrícia Olga Camargo. – São Paulo : Cultura Acadêmica, 2009.

<http://noticias.r7.com/economia/noticias/entenda-como-o-cartao-de-credito-foi-criado-20100617.html>

Freitas, Paulo Springer de Mercado de Cartões de Crédito no Brasil: problemas de regulação e oportunidades de aperfeiçoamento da legislação – Brasília, Consultoria Legislativa do Senado Federal COORDENAÇÃO DE ESTUDOS, 2007

<http://www.valor.com.br/financas/5032900/cartoes-de-credito-e-debito-movimentaram-mais-de-r-1-trilhao-em-2016>

<https://www.bcb.gov.br/?SPBADENDOS>

http://www.bcb.gov.br/pre/bc_atende/port/arranjo.asp

<http://www.abecs.org.br/noticia/mercado-de-adquirencias-segue-regras-do-banco-central>

SEBRAE, Economia informal urbana
http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_imprensa.php?id_noticia=366 –
2005. Disponível em Acesso

<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>

<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/127035/Contabeis294059.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SOUZA, Dayane Marlene de OS PRINCIPAIS BENEFÍCIOS PROPORCIONADOS AO TRABALHADOR INFORMAL PARA FORMALIZAÇÃO ATRAVÉS DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL, 2010

<https://epocanegocios.globo.com/Dinheiro/noticia/2016/02/elo-cresce-e-vai-disputar-lideranca-com-visa-e-mastercard.html>

https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/estudos-apresentam-perfil-do-microempreendedor-individualdetalhe6,6a1713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD

http://www.ic.unicamp.br/~oliveira/doc/MHCI2013_Whats-up-with-whatsapp.pdf