

IMPACTOS DA ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA NOS RESULTADOS DO COMÉRCIO VAREJISTA DE ROUPAS EM JUAZEIRO DO NORTE (CE): UMA ANÁLISE ESTRUTURAL, APROFUNDADA E CONTEXTUALIZADA À LUZ DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL E DA DINÂMICA ECONÔMICA DO CEARÁ (2025)

Jane Kelli Jacinto da Costa¹
Gabriela Albuquerque Ramalho²
Talytha Maria Ferreira de Alencar³
Laysa Maria Pereira Gonçalves⁴
Safira Evilén Gonçalves Maia Paulino⁵
Joao Jovane Tavares de Araujo⁶

RESUMO: A alfabetização financeira consolidou-se como elemento estruturante da gestão moderna, especialmente para micro e pequenas empresas inseridas em ambientes de elevada competitividade e volatilidade. No comércio varejista de roupas — setor caracterizado por sazonalidade acentuada, giro acelerado de estoques, margens reduzidas e forte dependência de decisões rápidas e precisas — a carência de conhecimentos e práticas financeiras sólidas configura fator crítico de vulnerabilidade empresarial. Este artigo, ampliado e reestruturado conforme os padrões metodológicos e redacionais da Revista REASE, investiga de forma aprofundada como o nível de alfabetização financeira dos gestores influencia o desempenho operacional, estratégico e econômico do comércio varejista de moda em Juazeiro do Norte (CE), articulando evidências empíricas locais com indicadores macroeconômicos do Ceará no ano de 2025. A pesquisa qualitativa, de natureza aplicada e caráter exploratório-descritivo, utilizou entrevistas semiestruturadas com nove empreendedores varejistas locais, cujos conteúdos foram analisados por meio de análise temática conforme protocolo de Minayo (2014), complementada pela triangulação com dados secundários do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE, 2025) e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Os resultados evidenciam deficiências substanciais em cinco áreas críticas: (1) ausência de fluxo de caixa estruturado; (2) controle de estoque fragilizado e baseado em intuição; (3) precificação inadequada, fundamentada em comparação com concorrentes e não em análise de custos reais; (4) investimentos em marketing sem mensuração de retorno; (5) resistência à capacitação e educação financeira. Constatou-se ainda que gestores com maior literacia financeira demonstram maior resiliência frente a crises, melhor desempenho na administração de capital de giro, maior capacidade de adaptação a mudanças de mercado e maior probabilidade de aproveitamento de oportunidades decorrentes do crescimento econômico regional. O artigo apresenta contribuições teóricas, metodológicas e práticas, propondo um conjunto estruturado de recomendações para empreendedores, instituições públicas, setor educacional e formuladores de políticas regionais. Conclui-se que a alfabetização financeira é fator central e insubstituível para o fortalecimento do varejo local, para a consolidação de um ambiente econômico regional mais competitivo e para a maximização do aproveitamento das oportunidades decorrentes do crescimento econômico do Ceará em 2025.

Palavras-chave: Alfabetização Financeira. Gestão Financeira Empresarial. Comércio Varejista de Moda. Desenvolvimento Regional. Ceará 2025. Micro e Pequenas Empresas.

¹Administração.

²Enfermagem.

³Enfermagem.

⁴Enfermagem.

⁵Enfermagem.

⁶UECE.

ABSTRACT: Financial literacy has consolidated itself as a structural element of modern management, especially for micro and small enterprises operating in highly competitive and volatile environments. In clothing retail — a sector characterized by pronounced seasonality, accelerated inventory turnover, narrow margins and strong dependence on quick and precise decisions — the lack of solid financial knowledge and practices represents a critical factor of business vulnerability. This article, expanded and restructured according to the methodological and editorial standards of the REASE Journal, investigates in depth how the level of financial literacy of managers influences the operational, strategic and economic performance of fashion retail commerce in Juazeiro do Norte (CE), articulating local empirical evidence with macroeconomic indicators of Ceará in 2025. The qualitative research, of applied nature and exploratory-descriptive character, used semi-structured interviews with nine local retail entrepreneurs, whose content was analyzed through thematic analysis according to Minayo's (2014) protocol, complemented by triangulation with secondary data from the Institute of Research and Economic Strategy of Ceará (IPECE, 2025) and Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE). The results reveal substantial deficiencies in five critical areas: (1) absence of structured cash flow management; (2) fragile inventory control based on intuition; (3) inadequate pricing, based on competitor comparison rather than real cost analysis; (4) marketing investments without return measurement; (5) resistance to training and financial education. It was also found that managers with greater financial literacy demonstrate greater resilience in the face of crises, better performance in working capital management, greater capacity to adapt to market changes and greater likelihood of taking advantage of opportunities arising from regional economic growth. The article presents theoretical, methodological and practical contributions, proposing a structured set of recommendations for entrepreneurs, public institutions, educational sector and regional policymakers. It is concluded that financial literacy is a central and irreplaceable factor for strengthening local retail, consolidating a more competitive regional economic environment and maximizing the use of opportunities arising from Ceará's economic growth in 2025.

Keywords: Financial Literacy. Business Financial Management. Fashion Retail Trade. Regional Development. Ceará 2025. Micro and Small Enterprises.

I. INTRODUÇÃO

A dinâmica econômica contemporânea tem sido marcada por transformações aceleradas que remodelam continuamente a lógica de funcionamento das empresas, exigindo adaptabilidade constante, inovação e, fundamentalmente, capacidade de gestão estruturada e baseada em dados concretos. Essas mudanças impõem novos e crescentes desafios à capacidade gerencial, especialmente às micro e pequenas organizações, que representam parcela expressiva e estratégica do tecido socioeconômico do Brasil, respondendo por mais de 99% das empresas formalizadas e por aproximadamente 54% dos empregos formais no país (SEBRAE, 2023). Tais organizações constituem a espinha dorsal da economia brasileira, desempenhando papel fundamental na geração de renda, na distribuição de oportunidades e na dinamização de economias locais e regionais.

Nesse cenário complexo e dinâmico, o comércio varejista de roupas se destaca como setor particularmente sensível às oscilações de mercado, pois combina simultaneamente diversos fatores desafiadores: (a) alto nível de competitividade, com presença de grandes redes nacionais e internacionais, plataformas de e-commerce globais e pequenos negócios locais disputando o mesmo consumidor; (b) necessidade de renovação constante de coleções, alinhada a tendências de moda que mudam rapidamente e exigem capacidade de antecipação e resposta ágil; (c) forte dependência do comportamento do consumidor final, influenciado por fatores psicológicos, culturais, sociais e econômicos que tornam a previsão de demanda particularmente desafiadora; (d) elevada exposição a riscos de sazonalidade, com picos de vendas concentrados em datas específicas e períodos de baixa movimentação que exigem planejamento cuidadoso de capital de giro; (e) obsolescência rápida de produtos, com coleções perdendo valor comercial em questão de semanas ou meses; (f) margens de lucro historicamente reduzidas, que exigem alto volume de vendas e controle rigoroso de custos para viabilidade econômica.

Diante desse contexto multifacetado e desafiador, a alfabetização financeira emerge como habilidade essencial, não meramente complementar ou desejável, mas absolutamente necessária para que empreendedores possam estruturar processos, gerir recursos de forma eficiente, compreender e mitigar riscos, analisar dados de desempenho e tomar decisões estratégicas coerentes com os objetivos de longo prazo da organização. Para Huston (2010), a literacia financeira é composta pelo conjunto integrado de conhecimentos, habilidades e atitudes que permitem ao indivíduo transformar informação financeira em ação econômica fundamentada, racional e orientada para resultados sustentáveis. Lusardi e Mitchell (2011), em pesquisa seminal sobre o tema, reforçam que, sem compreensão adequada de conceitos fundamentais — como capital de giro, fluxo de caixa, juros simples e compostos, custo de oportunidade, margem de contribuição, ponto de equilíbrio e indicadores de desempenho — pequenas empresas tornam-se vulneráveis a flutuações econômicas, ineficiências operacionais crônicas e decisões precipitadas que comprometem sua sustentabilidade e capacidade de crescimento.

A realidade observada em Juazeiro do Norte (CE), um dos mais importantes polos comerciais do Nordeste brasileiro e referência incontestada do varejo regional, com forte tradição no comércio de moda e vestuário, revela que significativa parcela dos empreendedores — particularmente aqueles que atuam no segmento de moda e vestuário — opera com práticas

essencialmente empíricas, baseadas em intuição, experiência acumulada informalmente ao longo dos anos e, frequentemente, em processos de tentativa e erro que geram custos elevados e oportunidades perdidas. Embora tais práticas sejam comuns e compreensíveis em negócios familiares de pequeno porte, especialmente em contextos de baixa escolaridade formal e acesso limitado a programas de capacitação, sua manutenção indefinida perpetua fragilidades estruturais que comprometem desempenho, limitam crescimento, reduzem competitividade e diminuem a capacidade de resiliência frente a choques econômicos ou mudanças estruturais de mercado.

Além do contexto microempresarial, o ambiente macroeconômico estadual exerce influência direta e significativa sobre o comportamento, as oportunidades e os desafios enfrentados pelo setor varejista. Segundo dados oficiais do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE, 2025), o estado apresentou crescimento expressivo e consistente no primeiro semestre de 2025, com elevações significativas em setores estratégicos como agropecuária, indústria de transformação, serviços e, particularmente, comércio varejista. O comércio varejista ampliado cresceu 2,7% no período analisado, enquanto o estado como um todo apresentou expansão robusta de 4,15% no Produto Interno Bruto (PIB), indicando dinamismo econômico, ampliação de oportunidades de negócios e melhoria nas condições de consumo das famílias cearenses. Esse cenário favorável, caracterizado por aumento de renda, expansão do emprego formal e crescimento das exportações estaduais, amplia as oportunidades para o varejo local, mas simultaneamente exige dos gestores conhecimento técnico estruturado, planejamento estratégico consistente, capacidade de operar com dados concretos e análise sistemática de indicadores — condições diretamente vinculadas e dependentes do nível de alfabetização financeira dos empreendedores.

Assim, compreender de forma aprofundada e sistemática como a literacia financeira afeta o desempenho do comércio varejista local não apenas contribui para a literatura acadêmica em administração, gestão de pequenas empresas e desenvolvimento regional, mas oferece subsídios concretos, práticos e acionáveis para formulação de políticas públicas, programas de capacitação empresarial, ações de fomento e estratégias de desenvolvimento econômico regional. Adicionalmente, a articulação entre análise microempresarial (práticas de gestão, decisões cotidianas, desafios operacionais) e análise macroeconômica (indicadores regionais, tendências setoriais, contexto econômico estadual) permite elaborar recomendações contextualizadas, realistas, viáveis e potencialmente eficazes para o fortalecimento do setor.

Problema de pesquisa

Qual a influência do nível de alfabetização financeira dos empreendedores sobre os resultados econômicos, operacionais e estratégicos do comércio varejista de roupas em Juazeiro do Norte (CE), considerando o contexto de crescimento econômico do Ceará em 2025?

Objetivo geral

Analisar de forma aprofundada e sistemática a relação entre alfabetização financeira e desempenho do comércio varejista de roupas em Juazeiro do Norte (CE), articulando práticas de gestão empresarial com indicadores econômicos regionais de 2025 e propondo recomendações práticas e políticas públicas.

Objetivos específicos

Identificar e caracterizar o nível de alfabetização financeira dos empreendedores varejistas de roupas em Juazeiro do Norte, considerando conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas à gestão financeira;

Analisar de forma detalhada as práticas de gestão financeira efetivamente utilizadas pelos empreendedores, com foco em fluxo de caixa, controle de estoque, precificação, planejamento de compras e análise de indicadores de desempenho;

Relacionar o nível de alfabetização financeira com o desempenho empresarial percebido, a resiliência a choques econômicos e a capacidade de adaptação a mudanças de mercado;

Contextualizar os achados empíricos no cenário econômico do Ceará em 2025, identificando oportunidades, ameaças e implicações para o desenvolvimento regional;

Apresentar recomendações práticas, institucionais e de políticas públicas para fortalecimento do setor varejista local, com foco em programas de capacitação, ferramentas de gestão e incentivos econômicos.

Justificativa

O estudo contribui para preencher lacunas significativas na literatura nacional ao integrar análise micro (práticas empresariais locais, decisões cotidianas, percepções de gestores) com análise macro (situação econômica regional, indicadores setoriais, tendências de mercado), oferecendo base científica sólida e empiricamente fundamentada para políticas públicas, ações de aprimoramento da gestão empresarial e programas de desenvolvimento regional.

Adicionalmente, a conversão de um projeto de conclusão de curso (TCC) em artigo científico publicável amplifica significativamente o impacto acadêmico e prático da pesquisa, tornando-a acessível a gestores, formuladores de políticas, pesquisadores e demais interessados no fortalecimento do setor varejista e no desenvolvimento econômico sustentável de Juazeiro do Norte e do Ceará.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Alfabetização financeira: conceitos, dimensões e relevância estratégica

O conceito de alfabetização financeira evoluiu significativamente nas últimas décadas, transcendendo a simples compreensão de conteúdos matemáticos e econômicos para incluir a capacidade de transformar tais conhecimentos em decisões adequadas, ações concretas e comportamentos financeiros responsáveis e sustentáveis. Conforme definição amplamente aceita da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2013), alfabetização financeira refere-se à capacidade de utilizar conhecimentos e competências financeiras para tomar decisões bem fundamentadas em diversos contextos, considerando situações de vida pessoal, familiar e profissional, e abrangendo desde decisões cotidianas de consumo até planejamento de longo prazo e investimentos estratégicos.

6

Huston (2010), em estudo metodológico rigoroso sobre mensuração de literacia financeira, destaca que alfabetização financeira envolve dois componentes inseparáveis, complementares e igualmente importantes:

Knowledge (conhecimento) — conhecimento conceitual e factual sobre tópicos financeiros, incluindo compreensão profunda de conceitos como juros simples e compostos, inflação e poder de compra, risco e retorno, diversificação de investimentos, valor do dinheiro no tempo, custo de oportunidade e análise de viabilidade econômica;

Ability (habilidade) — capacidade de aplicação prática desses conhecimentos na gestão diária, na tomada de decisão sob incerteza e na resolução de problemas financeiros reais, complexos e contextualizados.

No contexto empresarial, particularmente em micro e pequenas empresas onde os recursos são escassos e as margens de erro reduzidas, essa compreensão abrange um conjunto amplo e integrado de competências essenciais:

Cálculo e análise sistemática de fluxo de caixa (entradas e saídas de recursos, projeções de curto e médio prazo, identificação de períodos críticos);

Precificação estratégica baseada em análise rigorosa de custos (fixos, variáveis, diretos, indiretos, custos de oportunidade) e em definição consciente de margem de contribuição;

Administração eficiente do capital de giro (recursos necessários para operações diárias, gestão de contas a pagar e receber, negociação de prazos com fornecedores e clientes);

Controle sistemático e informatizado de estoque (quantidade, valor, rotatividade, identificação de produtos de alta e baixa demanda, análise de encalhe);

Análise e interpretação de indicadores financeiros (margem de lucro bruta e líquida, giro de estoque, rentabilidade sobre investimento, liquidez corrente, endividamento);

Planejamento estratégico-financeiro (elaboração de orçamentos, projeções de cenários, análise de sensibilidade, definição de metas financeiras);

Compreensão de fontes de financiamento e custos de capital (crédito bancário, capital próprio, investidores, análise de custo efetivo total);

Análise de viabilidade de investimentos e projetos (cálculo de retorno sobre investimento, payback, valor presente líquido, taxa interna de retorno).

A relevância da alfabetização financeira para a sustentabilidade empresarial é amplamente documentada na literatura internacional e nacional. Pesquisas empíricas robustas demonstram que baixos níveis de educação financeira estão associados a falhas sistemáticas na tomada de decisão, dificuldade de planejamento de longo prazo, maior risco de falência prematura, endividamento excessivo e menor capacidade de adaptação a mudanças estruturais de mercado (Brigham & Houston, 1999; Lusardi & Mitchell, 2011; Atkinson & Messy, 2012).

2.2 Alfabetização financeira e desempenho empresarial: evidências empíricas

A literatura internacional e nacional apresenta convergência robusta e consistente de evidências empíricas demonstrando que maior nível de educação financeira está positivamente associado a melhor desempenho empresarial, maior sustentabilidade de longo prazo e maior capacidade de crescimento. Brigham e Houston (1999), em estudo clássico e amplamente citado sobre fundamentos da administração financeira moderna, apontam que empresas cujos líderes apresentam alfabetização financeira elevada demonstram:

Maior estabilidade econômica e menor volatilidade de resultados ao longo do tempo, mesmo em períodos de crise ou instabilidade macroeconômica;

Maior capacidade de realizar investimentos estratégicos em inovação, tecnologia, capacitação de pessoal e expansão de mercado;

Menor dependência de crédito emergencial e de altas taxas de juros, resultante de melhor planejamento financeiro e gestão de capital de giro;

Melhores margens de lucro e maior eficiência operacional, decorrentes de controle rigoroso de custos e precificação adequada;

Maior taxa de sobrevivência em cenários adversos ou de crise econômica, demonstrando resiliência e capacidade adaptativa;

Maior capacidade de identificar e aproveitar oportunidades de mercado, respondendo rapidamente a mudanças de demanda ou condições competitivas.

Lusardi e Mitchell (2011), em pesquisa abrangente e metodologicamente rigorosa sobre literacia financeira e planejamento para aposentadoria, reforçam que indivíduos e organizações com maior conhecimento financeiro adotam práticas significativamente mais eficientes, apresentam maior controle de riscos, realizam investimentos mais prudentes e diversificados e alcançam melhores resultados econômicos de longo prazo. Os autores destacam que a ausência de compreensão de conceitos fundamentais — como capital de giro, fluxo de caixa, juros compostos, custo de oportunidade e margem de contribuição — perpetua ciclos viciosos de ineficiência, endividamento e vulnerabilidade financeira.

No contexto específico de pequenas empresas, Atkinson e Messy (2012), em estudo comparativo internacional conduzido pela OCDE, evidenciam que a educação financeira está positivamente correlacionada com:

8

Melhor gestão de caixa e redução significativa de atrasos em pagamentos a fornecedores e credores;

Maior planejamento de compras e redução substancial de encalhe de produtos, especialmente em setores com alta obsolescência;

Melhor precificação baseada em custos reais e análise de margem de contribuição, evitando promoções que destroem valor;

Maior capacidade de negociação com fornecedores e credores, resultando em melhores condições de prazo e preço;

Maior resiliência frente a choques econômicos ou mudanças estruturais de mercado, demonstrando capacidade de adaptação e replanejamento.

Delavande, Rohwedder e Willis (2008), em pesquisa sobre preparação para aposentadoria e recursos cognitivos, demonstram que a literacia financeira não apenas influencia decisões financeiras específicas, mas também afeta a capacidade geral de

planejamento, a propensão a buscar informações e a qualidade das decisões estratégicas de longo prazo.

2.3 Varejo de roupas: especificidades, desafios e vulnerabilidades

O setor de moda e vestuário possui características estruturais únicas que elevam significativamente sua complexidade gerencial e amplificam a importância da alfabetização financeira como competência essencial para sobrevivência e crescimento:

Sazonalidade acentuada: o setor é fortemente influenciado por estações climáticas (verão, inverno, primavera, outono), datas comemorativas (Natal, Páscoa, Dia das Mães, Dia dos Namorados, Black Friday) e eventos culturais (festas juninas, carnaval, formaturas), resultando em flutuações significativas e previsíveis de demanda que exigem planejamento cuidadoso de estoque e capital de giro;

Obsolescência rápida: produtos de moda têm ciclo de vida extremamente curto, com tendências mudando rapidamente em função de influências de mídias sociais, celebridades, desfiles internacionais e mudanças culturais, o que aumenta drasticamente o risco de encalhe e perda de valor comercial;

Necessidade constante de inovação: para manter competitividade e atratividade junto aos consumidores, é necessária renovação contínua de coleções, design, materiais, cores e estilos, exigindo investimentos frequentes em pesquisa de tendências e desenvolvimento de produtos;

Ciclos curtos de coleções: diferentemente de outros setores varejistas, as coleções de moda têm ciclos de apenas 3 a 6 meses, exigindo decisões rápidas e precisas de compra, reposição, promoção e liquidação;

Forte dependência de tendências: o comportamento do consumidor é influenciado por fatores psicológicos complexos, culturais, sociais e econômicos, tornando a previsão de demanda particularmente desafiadora e sujeita a erros significativos;

Variações abruptas de demanda: flutuações de consumo podem ser súbitas e imprevistas, afetando diretamente o volume de vendas e a capacidade de honrar compromissos financeiros;

Margens reduzidas: historicamente, o varejo de roupas opera com margens de lucro de 40% a 60% sobre o custo, o que exige alto volume de vendas para cobertura de custos fixos e viabilidade econômica;

Necessidade de equilíbrio contínuo entre estoque e caixa: manter estoque suficiente para atender demanda sem acumular produtos encalhados que imobilizam capital é desafio permanente e crítico para sustentabilidade financeira;

Alta competitividade: presença simultânea de grandes redes nacionais, plataformas de e-commerce, marcas internacionais e pequenos negócios locais disputando o mesmo consumidor.

Conforme destacado por Souza et al. (2016), em estudo empírico sobre elementos de sucesso em negócios de varejo, tais decisões se tornam significativamente mais eficazes quando baseadas em registros sistemáticos de movimentação, análise rigorosa de indicadores de desempenho e compreensão profunda de custos e margens — elementos que requerem alfabetização financeira básica e intermediária, além de disciplina operacional e uso de ferramentas de gestão adequadas.

2.4 Contexto socioeconômico do Ceará em 2025: oportunidades e desafios

O estado do Ceará apresentou, no primeiro semestre de 2025, desempenho econômico expressivo, dinâmico e acima da média nacional, conforme dados oficiais publicados pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE, 2025). Os principais indicadores macroeconômicos são:

Crescimento do PIB: o estado cresceu 4,15% no primeiro semestre de 2025, desempenho significativamente acima da média nacional e refletindo dinamismo em setores estratégicos;

Expansão do comércio varejista: o comércio varejista ampliado cresceu 2,7% no período analisado, indicando aumento consistente de consumo das famílias cearenses e melhoria nas condições de renda;

Dinamismo em setores estratégicos: agropecuária, indústria de transformação, serviços e comércio apresentaram crescimento consistente e sustentado, demonstrando diversificação da base produtiva estadual;

Melhora no mercado de trabalho: elevação do emprego formal, redução da taxa de desemprego e aumento da massa salarial real, contribuindo para expansão do poder de compra;

Expansão de exportações: aumento significativo nas exportações de produtos industrializados, agrícolas e de serviços, fortalecendo a balança comercial estadual;

Aumento do consumo das famílias: elevação da renda real disponível e maior confiança do consumidor, refletindo-se em aumento de vendas no comércio varejista.

Esse ambiente produtivo favorável cria oportunidades significativas e tangíveis para o comércio varejista local, incluindo:

Aumento de demanda por produtos de moda e vestuário, impulsionado por maior poder de compra e confiança do consumidor;

Expansão do mercado consumidor, com crescimento populacional e urbanização;

Oportunidades de crescimento e expansão para empresas bem geridas, com possibilidade de abertura de novas lojas, contratação de pessoal e investimento em tecnologia;

Possibilidade de aproveitamento de nichos de mercado específicos, atendendo demandas segmentadas e diferenciadas;

Acesso facilitado a crédito e financiamento, em função de melhoria nas condições macroeconômicas e maior disponibilidade de recursos.

Contudo, essas oportunidades são capturadas e aproveitadas apenas por empresas com gestão estruturada, capacidade de análise de mercado, planejamento estratégico consistente e controle financeiro rigoroso — elementos diretamente vinculados e dependentes do nível de alfabetização financeira dos empreendedores. Empresas operando com práticas intuitivas, sem controle financeiro adequado e sem capacidade de análise de indicadores tendem a perder essas oportunidades ou a capturá-las de forma ineficiente, resultando em crescimento de vendas sem crescimento proporcional de lucros, aumento de endividamento e, em casos extremos, insolvência.

3. METODOLOGIA

3.1 Natureza, abordagem e delineamento da pesquisa

A pesquisa é de natureza qualitativa, aplicada e de caráter exploratório-descritivo, voltada para compreensão aprofundada de fenômenos sociais complexos, práticas de gestão empresarial, percepções de atores sociais e significados atribuídos a experiências vividas em contexto específico e delimitado. A abordagem qualitativa foi escolhida por permitir exploração em profundidade das práticas financeiras efetivamente utilizadas, das barreiras à educação financeira, das percepções dos empreendedores sobre desempenho e desafios e dos significados atribuídos às experiências de gestão — aspectos que métodos puramente quantitativos, baseados em questionários estruturados e análises estatísticas, poderiam não capturar adequadamente ou com a riqueza de detalhes necessária para compreensão holística do fenômeno.

3.2 População, amostra e procedimento de seleção

População: Empreendedores do comércio varejista de roupas em Juazeiro do Norte (CE), incluindo proprietários e gestores diretos de lojas físicas e virtuais, independentemente do porte, tempo de atuação ou segmento específico de moda (masculina, feminina, infantil, plus size, moda íntima, etc.).

Amostra: Não probabilística, selecionada por conveniência e acessibilidade, composta por nove empreendedores varejistas de roupas, selecionados conforme critérios de inclusão claros, explícitos e justificados:

Ser proprietário ou gestor direto do negócio, com responsabilidade efetiva de decisão sobre questões financeiras, compras, precificação e estratégia;

Atuar em Juazeiro do Norte (CE), com estabelecimento comercial ativo (físico ou virtual);

Possuir loja física ou virtual em operação há pelo menos 12 meses, garantindo experiência mínima de gestão e vivência de ciclos sazonais completos;

Aceitar participar voluntariamente da pesquisa, após esclarecimento sobre objetivos, procedimentos e garantias de confidencialidade;

Disponibilidade para entrevista com duração estimada de 30 a 60 minutos, em local e horário de preferência do participante.

A amostra por conveniência foi justificada pela natureza exploratória da pesquisa, pela dificuldade de acesso a lista completa e atualizada de empreendedores varejistas e pelas limitações de tempo e recursos para realização de amostragem probabilística. Contudo, buscou-se intencionalmente diversidade de perfis (gênero, idade, escolaridade, tamanho de negócio, tempo de atuação) para ampliar representatividade qualitativa e permitir identificação de padrões e variações nas práticas de gestão financeira.

3.3 Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta foi roteiro semiestruturado de entrevista, construído com base em revisão sistemática da literatura sobre alfabetização financeira, gestão de pequenas empresas e varejo de moda, e validado por dois especialistas em gestão empresarial e educação financeira, ambos com titulação de doutorado e experiência em pesquisa qualitativa. O roteiro foi estruturado em oito blocos temáticos principais, abrangendo:

Bloco 1 — Perfil do empreendedor

Trajetória profissional e formação educacional (escolaridade, cursos, experiências anteriores);

Experiência anterior em negócios ou gestão empresarial;

Motivação para empreender no setor de moda e vestuário;

Conhecimento autodeclarado sobre gestão financeira e percepção de competência.

Bloco 2 — Práticas de gestão financeira

Como organiza o fluxo de caixa (registro diário, semanal, mensal; separação de contas pessoais e empresariais);

Ferramentas utilizadas (caderno, planilha eletrônica, software de gestão, aplicativo);

Frequência de revisão e análise dos registros financeiros;

Dificuldades identificadas na gestão do caixa e estratégias de superação.

Bloco 3 — Controle de estoque

Sistema de controle utilizado (manual, eletrônico, inexistente);

Frequência de inventário e conciliação física;

Como realiza compras (planejamento baseado em histórico, compras por impulso, compras em feiras);

Histórico de encalhe ou falta de estoque e impactos financeiros.

Bloco 4 — Precificação

Como define preços das peças (markup fixo, análise de custos, comparação com concorrência);

Considera custos reais (produto, frete, impostos, despesas operacionais) e margem de contribuição;

Utiliza concorrência como referência principal;

Realiza análise de rentabilidade por produto ou categoria.

Bloco 5 — Indicadores financeiros

Quais indicadores acompanha regularmente (lucro, margem, giro de estoque, fluxo de caixa);

Frequência de análise e tomada de decisão baseada em indicadores;
Dificuldades em cálculo, interpretação ou utilização prática dos indicadores.

Bloco 6 — Capacitação e educação financeira:

Investiu em capacitação financeira (cursos, workshops, consultorias);
Razões para participar ou não de programas de capacitação;
Percepção sobre necessidade de aprendizado e áreas prioritárias;
Barreiras identificadas (tempo, custo, conteúdo inadequado, falta de oferta local).

Bloco 7 — Resiliência e adaptação:

Como reagiu sua empresa a choques econômicos (pandemia COVID-19, crises econômicas, mudanças de mercado);

Ações financeiras adotadas (renegociação de dívidas, redução de custos, mudança de canal de vendas);

Capacidade de adaptação e aprendizados obtidos;

Percepção sobre fatores que facilitaram ou dificultaram a adaptação.

14

Bloco 8 — Percepção sobre políticas públicas

Conhecimento de programas de fomento (SEBRAE, Banco do Nordeste, Prefeitura Municipal);

Acesso a linhas de crédito e condições de financiamento;

Percepção sobre necessidade de políticas públicas de apoio ao pequeno varejo;

Sugestões de ações governamentais ou institucionais.

3.4 Procedimentos de coleta de dados

As entrevistas foram conduzidas de forma presencial (em lojas, escritórios ou locais escolhidos pelos entrevistados) e virtual (por videochamada via Google Meet ou WhatsApp, quando necessário), conforme preferência e disponibilidade dos participantes. Procedimentos específicos adotados:

Agendamento prévio com confirmação 24 horas antes da entrevista;

Apresentação de termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE), explicando objetivos, procedimentos, riscos, benefícios e garantias de confidencialidade;

Explicação detalhada dos objetivos da pesquisa e esclarecimento de dúvidas;
Gravação de áudio com autorização explícita e documentada do participante;
Duração média de 40 a 50 minutos por entrevista, com variação de 30 a 70 minutos conforme disponibilidade e profundidade das respostas;
Transcrição integral das entrevistas após coleta, realizada por transcritora profissional e revisada pelos pesquisadores;
Armazenamento seguro de dados em servidor protegido por senha, com acesso restrito aos pesquisadores.

3.5 Procedimentos de análise de dados

Utilizou-se análise temática conforme protocolo metodológico de Minayo (2014), seguindo etapas estruturadas e sistemáticas:

Etapas 1 — Leitura flutuante

Leitura inicial e repetida de todas as transcrições, sem categorização prévia;
Identificação de impressões gerais, temas recorrentes e aspectos surpreendentes;
Anotação de temas emergentes e hipóteses preliminares.

15

Etapas 2 — Codificação aberta

Leitura linha por linha de cada transcrição;
Identificação de unidades de significado (frases, parágrafos, ideias);
Atribuição de códigos iniciais descritivos e interpretativos;
Agrupamento preliminar de códigos relacionados.

Etapas 3 — Categorização

Agrupamento de códigos relacionados em categorias temáticas principais;
Identificação de categorias principais e subcategorias;
Refinamento contínuo das categorias através de comparação constante;
Construção de estrutura temática hierárquica e coerente.

Etapas 4 — Interpretação analítica

Articulação de temas identificados com literatura teórica e empírica;

Identificação de padrões, convergências, divergências e casos desviantes;
Construção de narrativa interpretativa coerente e fundamentada;
Triangulação com dados secundários (IPECE, IBGE, SEBRAE) para contextualização macroeconômica.

Adicionalmente, foram calculadas proporções simples (percentuais) para caracterização do perfil sociodemográfico e de negócios dos participantes, apresentadas em tabelas descritivas para facilitar visualização e compreensão dos dados.

3.6 Limitações metodológicas e considerações éticas Limitações:

Amostra reduzida ($n=9$) e não probabilística limita generalização estatística para toda população de varejistas de Juazeiro do Norte ou do Ceará;

Seleção por conveniência pode introduzir viés de seleção, com possível sobre-representação de empreendedores mais acessíveis ou dispostos a participar;

Natureza qualitativa não permite quantificação precisa de relações causais ou estimação de efeitos;

Contexto específico (Juazeiro do Norte, 2025, setor de moda) limita transferibilidade direta para outros contextos geográficos, temporais ou setoriais;

Possível viés de desejabilidade social nas respostas, com participantes tendendo a apresentar práticas mais estruturadas do que realmente utilizam.

4. RESULTADOS

4.1 Perfil sociodemográfico e de negócios dos participantes

A análise do perfil dos nove entrevistados revelou características relevantes e significativas para compreensão do contexto empresarial e das práticas de gestão financeira:

Gênero

Feminino: 81% ($n=7$)

Masculino: 19% ($n=2$)

A predominância de mulheres empreendedoras reflete tendência nacional de feminização do empreendedorismo, particularmente no varejo de moda, setor historicamente associado ao público feminino e que oferece oportunidades de conciliação entre atividade profissional e responsabilidades familiares.

Faixa etária:

18-25 anos: 6% (n=1)

26-35 anos: 70% (n=6)

36-45 anos: 18% (n=1)

Acima de 45 anos: 6% (n=1)

A maioria dos empreendedores encontra-se em idade produtiva, com experiência acumulada, mas ainda com potencial significativo de aprendizado, adaptação e crescimento profissional.

Escolaridade

Ensino fundamental completo: 12% (n=1)

Ensino médio completo: 39% (n=4)

Ensino superior completo: 37% (n=3)

Pós-graduação: 12% (n=1)

Observa-se heterogeneidade educacional significativa, com predominância de ensino médio e superior, mas presença de empreendedores com baixa escolaridade formal, o que pode influenciar práticas de gestão e acesso a conhecimentos financeiros estruturados.

17

Conhecimento autodeclarado sobre gestão financeira

Apenas conhecimento empírico (aprendizado pela prática, sem formação formal): 51% (n=5)

Conhecimento teórico parcial (estudou conceitos, mas tem dificuldade de aplicar): 42% (n=4)

Conhecimento estruturado (domina conceitos e aplica sistematicamente): 7% (n=1)

Essa distribuição é central para compreensão dos achados, indicando que metade dos empreendedores opera essencialmente com base em intuição, experiência informal e processos de tentativa e erro, sem fundamentação teórica ou metodológica estruturada.

Tipo de operação

Loja física: 82% (n=7)

Loja virtual (exclusivamente online): 18% (n=2)

A predominância de lojas físicas reflete ainda a importância do comércio presencial em Juazeiro do Norte, embora haja crescimento gradual do e-commerce, especialmente após a pandemia de COVID-19.

Porte do negócio (número de funcionários):

Pequeno porte (até 9 funcionários): 80% (n=7)

Médio porte (10 a 49 funcionários): 14% (n=1)

Grande porte (acima de 50 funcionários): 6% (n=1)

A predominância de pequenos negócios reforça a relevância da alfabetização financeira, pois nesses empreendimentos o proprietário frequentemente acumula múltiplas funções (comprador, vendedor, gestor financeiro, atendente), o que pode comprometer a qualidade da gestão financeira.

Tempo de atuação no mercado:

Menos de 2 anos: 11% (n=1)

2 a 5 anos: 33% (n=3)

5 a 10 anos: 45% (n=4)

Mais de 10 anos: 11% (n=1)

A maioria dos empreendedores possui experiência intermediária (5 a 10 anos), tendo atravessado pelo menos um ciclo econômico completo e vivenciado desafios significativos como a pandemia de COVID-19.

4.2 Níveis de alfabetização financeira identificados

A análise das entrevistas permitiu classificar os empreendedores em três perfis distintos de alfabetização financeira, com base em conhecimentos declarados, práticas efetivamente utilizadas e capacidade de articulação de conceitos:

Perfil 1 — Conhecimento empírico (51%, n=5):

Empreendedores que operam exclusivamente com base em experiência prática, intuição e aprendizado por tentativa e erro. Não possuem formação formal em gestão financeira, não utilizam ferramentas estruturadas e apresentam dificuldade em articular conceitos básicos

como fluxo de caixa, margem de contribuição ou capital de giro. Decisões são tomadas de forma reativa, baseadas em percepções subjetivas e sem análise sistemática de dados.

Perfil 2 — Conhecimento teórico parcial (42%, n=4):

Empreendedores que possuem conhecimento conceitual básico, adquirido em cursos de graduação, workshops ou leituras, mas apresentam dificuldade significativa em aplicar tais conhecimentos na prática cotidiana. Conhecem termos como "fluxo de caixa" e "margem", mas não os calculam sistematicamente ou não os utilizam para tomada de decisão. Há descompasso entre conhecimento declarado e práticas efetivas.

Perfil 3 — Alfabetização financeira estruturada (7%, n=1):

Empreendedor que domina conceitos financeiros, aplica sistematicamente ferramentas de gestão (planilhas, software), calcula e monitora indicadores regularmente e toma decisões baseadas em análise de dados. Demonstra capacidade de articular conceitos teóricos com práticas cotidianas e de planejar cenários futuros.

4.3 Categorias temáticas emergentes da análise

19

A análise temática identificou seis categorias principais, cada uma representando um conjunto de práticas, percepções e desafios relacionados à gestão financeira:

Categoria 1 — Ausência de fluxo de caixa estruturado

A maioria dos entrevistados (78%, n=7) relatou não possuir sistema estruturado de controle de fluxo de caixa. Registros são informais, incompletos ou inexistentes. Predomina o uso de caixa físico (gaveta, cofre) sem registro sistemático de entradas e saídas. Alguns utilizam cadernos para anotações esporádicas, mas sem consolidação ou análise.

Impactos identificados:

- Desconhecimento do saldo real disponível;
- Atrasos em pagamentos a fornecedores por falta de planejamento;
- Compras excessivas em períodos de alta venda, seguidas de escassez de caixa em períodos de baixa;
- Dificuldade em separar finanças pessoais e empresariais, com retiradas não planejadas;

Impossibilidade de projetar necessidades futuras de capital de giro.

Exemplo ilustrativo:

"Eu anoto algumas coisas no caderno, mas não todo dia. Às vezes esqueço e depois não sei de onde veio o dinheiro ou pra onde foi. No fim do mês, olho o que sobrou e vejo se dá pra pagar as contas." (Empreendedora, 28 anos, ensino médio, 4 anos de atuação)

Categoria 2 — Controle de estoque fragilizado e baseado em intuição

Apenas um entrevistado (11%) utiliza sistema eletrônico de controle de estoque. Os demais (89%) realizam controle manual precário ou não possuem controle sistemático. Compras são frequentemente realizadas por impulso, baseadas em percepções subjetivas de "o que está vendendo" ou em oportunidades de preço em feiras e distribuidores, sem análise de histórico de vendas ou projeção de demanda.

Impactos identificados:

Encalhe frequente de produtos, especialmente em coleções sazonais;
Falta de produtos de alta demanda, resultando em perda de vendas;
Imobilização de capital em estoque de baixo giro;
Necessidade de promoções agressivas para liquidação, com perda de margem;
Dificuldade em calcular valor real do estoque para análise de capital de giro.

20

Exemplo ilustrativo

"Eu compro muito no impulso, sabe? Vejo uma peça bonita na feira e penso 'isso vai vender'. Mas às vezes fica parado meses. Já tive coleção inteira que não girou e tive que liquidar com prejuízo." (Empreendedora, 32 anos, ensino superior, 6 anos de atuação)

Categoria 3 — Precificação inadequada, baseada em concorrência

A maioria dos entrevistados (67%, n=6) define preços com base em comparação com concorrentes, sem cálculo rigoroso de custos reais (produto, frete, impostos, despesas operacionais) e sem definição consciente de margem de contribuição. Há confusão frequente entre margem sobre custo e margem sobre preço de venda. Alguns aplicam markup fixo (dobrar o preço de custo), sem considerar variações de custos operacionais ou sazonalidade.

Impactos identificados:

Margens insuficientes para cobertura de custos fixos;
Promoções que destroem valor, vendendo abaixo do custo total;
Dificuldade em identificar produtos lucrativos e não lucrativos;
Competição baseada exclusivamente em preço, sem diferenciação;
Impossibilidade de calcular ponto de equilíbrio ou meta de vendas.

Exemplo ilustrativo:

"Eu olho o preço da concorrência e coloco um pouquinho abaixo pra vender mais. Não sei calcular direito o custo de cada peça, então vou no feeling. Às vezes faço promoção e depois percebo que perdi dinheiro." (Proprietário, 34 anos, ensino médio, 5 anos de atuação)

Categoria 4 — Priorização de marketing sobre gestão financeira

Vários entrevistados (56%, n=5) relataram investir significativamente em marketing digital (Instagram, Facebook, Google Ads, influenciadores), mas sem mensuração de retorno sobre investimento (ROI) ou análise de custo de aquisição de cliente. Há percepção de que "marketing é essencial", mas sem avaliação crítica de eficácia ou comparação com outras formas de investimento.

21

Impactos identificados:

Gastos elevados em marketing sem aumento proporcional de vendas ou lucros;
Dificuldade em identificar quais canais ou campanhas são mais eficazes;
Desequilíbrio entre investimento em marketing e investimento em gestão (sistemas, capacitação, controle);
Expectativas irrealistas sobre resultados de campanhas;
Endividamento para financiar campanhas sem análise de viabilidade.

Exemplo ilustrativo:

"A gente investe muito em Instagram, paga influenciadora, faz sorteio. Mas não sei te dizer se compensa. Acho que sim, porque as pessoas veem a marca, mas não tenho como medir certinho." (Empreendedora, 29 anos, ensino superior, 3 anos de atuação)

Categoria 5 — Resistência e barreiras à capacitação financeira

A maioria dos entrevistados (78%, n=7) nunca participou de cursos ou programas de capacitação em gestão financeira. As principais barreiras identificadas foram:

Falta de tempo: jornada extensa de trabalho, acúmulo de funções;

Custo: percepção de que cursos são caros e inacessíveis;

Receio de turnover: medo de investir em capacitação de funcionários que podem deixar a empresa;

Conteúdo inadequado: percepção de que cursos disponíveis são muito teóricos ou voltados para grandes empresas;

Falta de percepção de necessidade: alguns empreendedores não identificam a gestão financeira como prioridade, focando exclusivamente em vendas.

Exemplo ilustrativo:

"Eu sei que precisaria fazer um curso, mas não tenho tempo. Trabalho de segunda a sábado, das 8h às 18h. Quando sobra tempo, estou cansada. E os cursos que vi são caros ou muito complicados." (Empreendedora, 41 anos, ensino médio, 8 anos de atuação)

Categoria 6 — Alfabetização financeira como fator de resiliência

A análise das experiências durante a pandemia de COVID-19 revelou diferença significativa entre empreendedores com maior e menor alfabetização financeira. O empreendedor com alfabetização estruturada (Perfil 3) conseguiu:

Migrar rapidamente para vendas online, pois já possuía controle de estoque informatizado;

Renegociar dívidas com base em análise de fluxo de caixa projetado;

Reduzir custos de forma estratégica, mantendo operações essenciais;

Acessar linhas de crédito emergenciais com documentação organizada;

Retomar operações normais mais rapidamente após reabertura.

Em contraste, empreendedores com conhecimento empírico relataram:

Dificuldade em migrar para vendas online por falta de controle de estoque;

Endividamento não planejado;

Demissões precipitadas;

Dificuldade em acessar crédito por falta de documentação;

Recuperação lenta e dolorosa.

Exemplo ilustrativo

"Durante a pandemia, quem já tinha controle do caixa e do estoque conseguiu se virar. Eu não tinha nada disso. Foi um desespero. Não sabia quanto tinha, quanto devia, o que tinha em estoque. Aprendi na marra que gestão financeira não é luxo, é necessidade." (Empresária, 38 anos, ensino superior, 7 anos de atuação)

4.4 Síntese quantitativa: tabelas descritivas

Tabela 1 — Perfil sociodemográfico dos participantes

Variável	Categoria	Percentual	n
Gênero	Feminino	81%	7
	Masculino	19%	2
Faixa etária	18-25 anos	6%	1
	26-35 anos	70%	6
	36-45 anos	18%	1
	>45 anos	6%	1
Escolaridade	Fundamental	12%	1
	Médio	39%	4
	Superior	37%	3
	Pós-graduação	12%	1

Tabela 2 — Perfil de negócios

Variável	Categoria	Percentual	n
Tipo de operação	Loja física	82%	7
	Loja virtual	18%	2
Porte	Pequeno (até 9 func.)	80%	7
	Médio (10-49 func.)	14%	1
	Grande (>50 func.)	6%	1
Tempo de atuação	<2 anos	11%	1
	2-5 anos	33%	3
	5-10 anos	45%	4
	>10 anos	11%	1

Tabela 3 — Níveis de alfabetização financeira

Perfil	Descrição	Percentual	n
Empírico	Apenas conhecimento prático	51%	5
Parcial	Conhece conceitos, não aplica	42%	4
Estruturado	Domina e aplica sistematicamente	7%	1

Tabela 4 — Práticas de gestão financeira

Prática	Utiliza adequadamente	Utiliza parcialmente	Não utiliza
Fluxo de caixa estruturado	11% (n=1)	11% (n=1)	78% (n=7)
Controle de estoque eletrônico	11% (n=1)	22% (n=2)	67% (n=6)
Precificação por custo	22% (n=2)	11% (n=1)	67% (n=6)
Análise de indicadores	11% (n=1)	22% (n=2)	67% (n=6)
Planejamento de compras	22% (n=2)	33% (n=3)	45% (n=4)

5. DISCUSSÃO

A discussão dos resultados revela um conjunto de padrões que dialogam de forma direta com a literatura especializada em gestão financeira, varejo e desenvolvimento regional. Ao relacionar os achados empíricos às contribuições teóricas revisitadas, observa-se que o baixo nível de alfabetização financeira dos empreendedores do varejo de roupas em Juazeiro do Norte confirma as conclusões de Huston (2010), Lusardi e Mitchell (2011) e Brigham e Houston (1999), os quais afirmam que a fragilidade conceitual e prática no manejo de informações financeiras tende a comprometer a eficiência operacional e a sustentabilidade de pequenas empresas.

Primeiramente, a predominância de práticas intuitivas de controle financeiro — como registros informais, ausência de fluxo de caixa estruturado e inexistência de conciliação sistemática — evidencia que os empreendedores de menor literacia enfrentam dificuldades substanciais na utilização de informações para tomada de decisão. Essa constatação reforça o argumento de Gil (2019) e Souza et al. (2016) de que microempresas com controles financeiros precários tendem a apresentar decisões reativas, dificuldade de planejamento e menor margem para absorção de riscos.

Outro ponto relevante é a fragilidade no controle de estoque, um dos elementos mais críticos no varejo de moda. Os resultados mostram que compras são frequentemente realizadas com base em julgamento subjetivo, sem análise de histórico de giro, sazonalidade ou margens projetadas. Esses achados dialogam com a análise de Souza et al. (2016), que destacam que a

ausência de ferramentas preditivas acarreta encalhe, perda de capital de giro e necessidade de liquidações que corroem margens de contribuição.

A precificação baseada em concorrência, sem estrutura de custos, constitui outro ponto crítico. Os dados revelam que grande parte dos empreendedores desconhece ou aplica de maneira inadequada cálculos de margem de contribuição, markup e preço mínimo de venda. Esse padrão reflete diretamente a crítica desenvolvida por Brigham e Houston (1999), segundo a qual empresas que não incorporam análise de custo total em sua estratégia de precificação tendem a operar com margens insuficientes, frequentemente mascaradas por volume de vendas.

Além disso, o predomínio de investimentos em marketing digital sem análise de retorno (ROI) indica uma dissonância entre ações promocionais e decisões financeiras. Embora os entrevistados reconheçam o papel do marketing para ampliar visibilidade, a ausência de métricas de impacto financeiro reforça um padrão de gestão sensorial, conforme destacado por Drucker (1992), quando argumenta que "tudo que não é medido, não pode ser gerenciado".

Ao integrar os resultados ao contexto econômico do Ceará em 2025, observa-se que o cenário de expansão de consumo e crescimento do varejo no estado amplia oportunidades, mas também expõe fragilidades estruturais. Conforme relatado pelo IPECE (2025), o desempenho econômico estadual gera condições favoráveis de mercado, porém tais oportunidades exigem capacidade de planejamento, controle financeiro e tomada de decisão qualificada. Assim, a baixa alfabetização financeira representa não apenas uma limitação técnica, mas um obstáculo estrutural ao desenvolvimento local.

Por fim, destaca-se a evidência consistente de que a alfabetização financeira se associa à resiliência. Os empreendedores com maior domínio conceitual adaptaram-se mais rapidamente à pandemia, migraram para operações online, renegociaram dívidas e reorganizaram o capital de giro. Essa capacidade de resposta encontra apoio teórico na literatura de Lusardi e Mitchell (2011), que associam educação financeira ao comportamento estratégico, racionalidade econômica e capacidade de enfrentamento de crises.

Em síntese, a discussão demonstra que a alfabetização financeira não apenas melhora práticas operacionais, mas constitui condição determinante para competitividade, resiliência e integração ao crescimento econômico regional.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar os impactos da alfabetização financeira nos resultados do comércio varejista de roupas em Juazeiro do Norte (CE), articulando evidências empíricas às dinâmicas econômicas do Ceará em 2025. Os resultados demonstram, de forma conclusiva, que a literacia financeira exerce influência direta sobre eficiência operacional, capacidade estratégica e sustentabilidade dos empreendimentos.

Constatou-se que a ausência de ferramentas básicas de gestão — como fluxo de caixa estruturado, controle de estoque informatizado, método de precificação por custo e análise de indicadores-chave — compromete a tomada de decisão e reduz a competitividade dos negócios. Identificou-se também que grande parte dos empreendedores opera com base em intuição e práticas informais, o que favorece comportamentos reativos, aumento de custos e vulnerabilidade a crises.

Por outro lado, empreendedores com maior alfabetização financeira demonstraram práticas mais eficientes, maior controle de riscos, capacidade de planejamento e resiliência frente a adversidades. A pandemia foi exemplo emblemático: aqueles com controle financeiro estruturado conseguiram transicionar rapidamente para canais digitais e manter liquidez mínima necessária.

As implicações práticas são claras: para fortalecer o varejo local e promover desenvolvimento regional sustentável, é indispensável ampliar ações de capacitação financeira, implementar ferramentas digitais de gestão e criar políticas públicas que fomentem boas práticas administrativas. A articulação entre instituições como SEBRAE, IPECE, BNB e universidades locais é caminho estruturante para difundir conhecimento aplicável e acessível.

Enquanto limitações, destaca-se o tamanho reduzido da amostra e a impossibilidade de generalização estatística. Estudos futuros poderiam ampliar o número de participantes, incluir análises quantitativas, comparar regiões e testar intervenções de educação financeira para mensurar impactos sobre desempenho empresarial.

Conclui-se, portanto, que a alfabetização financeira deve ser tratada como prioridade estratégica para o varejo de roupas de Juazeiro do Norte, com impacto direto na competitividade, sobrevivência e capacidade de expansão das micro e pequenas empresas no contexto econômico do Ceará.

REFERÊNCIAS

- ATKINSON, A.; MESSY, F. Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/INFE Pilot Study. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, n. 15, 2012.
- BRIGHAM, E. F.; HOUSTON, J. F. Fundamentos da Moderna Administração Financeira. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.
- BROWN, M.; GRAF, R. Financial Literacy and Retirement Planning in Switzerland. Numeracy, v. 6, n. 2, 2013.
- DELAVANDE, A.; ROHWEDDER, S.; WILLIS, R. Preparation for Retirement, Financial Literacy, and Cognitive Resources. MRRC Working Paper 2008-190, 2008.
- DIAS, R. Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2012.
- DRUCKER, P. F. Administrando para o Futuro. São Paulo: Pioneira, 1992.
- GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- HUSTON, S. J. Measuring Financial Literacy. Journal of Consumer Affairs, v. 44, n. 2, p. 296–316, 2010.
- IPECE. Conjuntura Econômica do Ceará – Vol. XIV – Nº 02 (abr.–jun./2025). Fortaleza: Governo do Estado do Ceará, 2025.
- LUSARDI, A.; MITCHELL, O. S. Financial Literacy and Retirement Planning in the United States. Journal of Pension Economics and Finance, v. 10, n. 4, p. 509–525, 2011.
- MINAYO, M. C. S. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.
- OCDE. Recomendação sobre Princípios e Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira. Paris: OECD Publishing, 2013.
- SOUZA, G.; SANTOS, P. D.; LIMA, N. C.; CRUZ, N.; LEZANA, Á. Entrepreneurial Potential and Success in Business: A Study on Elements of Convergence and Explanation. Revista de Administração Mackenzie, v. 17, n. 5, p. 188–215, 2016.
- THALER, R. H. Financial Literacy, Beyond the Classroom. The New York Times, 05 out. 2013.