



CAPÍTULO 14

MÉTODO FAZEDORA: FRAMEWORK SISTEMÁTICO PARA CRESCIMENTO COMERCIAL EM PMES BRASILEIRAS

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6901825200814>

Luana de Souza Costa

RESUMO: Este trabalho apresenta o Método Fazedora, um framework estruturado em quatro pilares desenvolvido especificamente para otimização comercial em pequenas e médias empresas (PMEs) brasileiras. A metodologia integra teorias validadas (Goal Setting Theory, Customer Segmentation, Time Management e Performance Management) em uma abordagem simplificada e acessível. Durante 12 meses, foram acompanhadas 5 PMEs de diferentes segmentos (salão de beleza, consultório odontológico, assessoria de personal training, clínica de estética e loja de produtos naturais), observando-se crescimento médio de 59% no faturamento em 90 dias. Os resultados demonstram que metodologias específicas e adaptadas às limitações das PMEs são mais eficazes que a aplicação direta de frameworks empresariais tradicionais, contribuindo para o fortalecimento deste segmento que representa 99% das empresas brasileiras e 54% dos empregos formais do país.

PALAVRAS-CHAVE: Pequenas e médias empresas; metodologia comercial; crescimento empresarial; gestão comercial.

FAZEDORA METHOD: SYSTEMATIC FRAMEWORK FOR COMMERCIAL GROWTH IN BRAZILIAN SMES

ABSTRACT: This paper presents the Fazedora Method, a framework structured in four pillars specifically developed for commercial optimization in Brazilian small and medium enterprises (SMEs). The methodology integrates validated theories (Goal Setting Theory, Customer Segmentation, Time Management, and Performance Management) into a simplified and accessible approach. Over 12 months, 5 SMEs

from different segments were monitored (beauty salon, dental office, personal training consultancy, aesthetic clinic, and natural products store), observing an average revenue growth of 59% in 90 days. The results demonstrate that specific methodologies adapted to SME limitations are more effective than direct application of traditional business frameworks, contributing to strengthening this segment that represents 99% of Brazilian companies and 54% of formal jobs in the country.

KEYWORDS: Small and medium enterprises; commercial methodology; business growth; commercial management.

INTRODUÇÃO

As Pequenas e Médias Empresas (PMEs) representam 99% das empresas brasileiras e são responsáveis por 54% dos empregos formais no país (SEBRAE, 2024). Apesar de sua relevância econômica, enfrentam desafios únicos na gestão comercial: falta de estruturação em processos de vendas, dependência de métodos intuitivos, dificuldade em traduzir objetivos gerais em metas específicas e limitação de recursos para implementação de metodologias complexas (Navarathne, 2023).

Metodologias consolidadas como PDCA, Lean Manufacturing e Six Sigma foram desenvolvidas primariamente para grandes organizações, não considerando as particularidades das PMEs (Isniah et al., 2020). Esta lacuna motivou o desenvolvimento do Método Fazedora, uma abordagem sistemática mas adaptada à realidade das PMEs brasileiras.

O objetivo deste trabalho é apresentar o framework do Método Fazedora e validar sua eficácia através de casos práticos de implementação em PMEs de diferentes segmentos.

METODOLOGIA

Caracterização da Pesquisa

Estudo exploratório de abordagem qualitativa com elementos quantitativos, utilizando o método de estudo de casos múltiplos durante 12 meses consecutivos.

Amostra

Cinco PMEs selecionadas por conveniência em Natal/RN:

- 1 consultório odontológico
- 1 salão de beleza

- 1 assessoria de personal training
- 1 clínica de estética
- 1 loja de produtos naturais

O Framework do Método Fazedora

O método estrutura-se em quatro pilares interdependentes:

Pilar 1: Definição e Distribuição de Metas

Fundamentado na Goal Setting Theory (Locke & Latham, 1990), transforma objetivos vagos em metas específicas e mensuráveis baseadas em diagnóstico financeiro completo (custos fixos, ticket médio atual, pró-labore desejado).

Pilar 2: Criação de Estratégias

Integra Market Segmentation e CRM, desenvolvendo estratégias personalizadas com segmentação de clientes em 5 grupos operacionais (A-E), scripts específicos e implementação de ferramentas acessíveis (WhatsApp Business).

Pilar 3: Organização de Rotina

Aplica Time Management e princípios Lean para estruturação de rotinas diárias que integram atividades comerciais com operacionais, garantindo foco sem sobrecarregar recursos.

Pilar 4: Acompanhamento e Fidelização

Combina Balanced Scorecard com Customer Experience Design, criando sistema de monitoramento contínuo com estratégias de fidelização e programas de indicação.

Coleta e Análise de Dados

Foram coletados dados pré-implementação, durante e pós-implementação, incluindo:

- Métricas financeiras (faturamento mensal)
- Indicadores operacionais (ticket médio, número de clientes)
- Taxas de retenção e conversão

RESULTADOS

Perfil das Empresas

Empresa Segmento Faturamento Inicial Funcionários
Consultório A Odontologia R\$ 20.000 2
Bella Estética Salão de Beleza R\$ 18.000 4
FitPro Personal Training R\$ 32.000 3
Renovar Clinic Estética R\$ 28.000 3
Vida Saudável Produtos Naturais R\$ 15.000 2

Tabela 1: Caracterização da Amostra

Resultados Consolidados

Empresa Faturamento Inicial Meta Resultado 3º Mês Crescimento
Consultório A R\$ 20.000 R\$ 35.000 R\$ 36.500 83%
Bella Estética R\$ 18.000 R\$ 25.000 R\$ 28.000 56%
FitPro R\$ 32.000 R\$ 45.000 R\$ 47.500 48%
Renovar Clinic R\$ 28.000 R\$ 40.000 R\$ 42.000 50%
Vida Saudável R\$ 15.000 R\$ 22.000 R\$ 24.000 60%
MÉDIA R\$ 22.600 R\$ 33.400 R\$ 35.600 59%

Tabela 2: Crescimento no Faturamento (3 meses)

Todas as empresas superaram suas metas estabelecidas, com crescimento médio de 59% no faturamento em período de 90 dias, resultado significativamente superior aos índices típicos de crescimento orgânico para PMEs (8-12% anuais segundo SEBRAE, 2023).

Fatores Críticos de Sucesso

A análise revelou cinco fatores críticos:

1. Comprometimento da liderança: Empresários que dedicaram 2h diárias às atividades comerciais obtiveram melhores resultados
2. Personalização da estratégia: Adaptação do método às características específicas de cada segmento
3. Implementação gradual: Empresas que implementaram os pilares progressivamente tiveram maior aderência
4. Tecnologia simples: WhatsApp Business foi mais efetivo que sistemas complexos de CRM

5. Foco na fidelização: Estratégias de retenção geraram maior impacto que apenas captação

Indicadores Qualitativos

Além do crescimento financeiro, observaram-se melhorias em:

- Taxa de retenção de clientes (aumento médio de 35% para 65%)
- Ocupação de agenda (de 60% para 85%)
- Ticket médio (aumento de 30-40%)
- Satisfação dos empresários com organização do trabalho

DISCUSSÃO

Comparação com Metodologias Tradicionais

O Método Fazedora diferencia-se de abordagens tradicionais em aspectos fundamentais:

Vs. PDCA tradicional:

- Maior personalização para PMEs
- Integração simultânea de aspectos comerciais e operacionais
- Foco em resultados financeiros mensuráveis de curto prazo

Vs. Metodologias Lean:

- Adaptação às limitações de recursos das PMEs
- Simplicidade de implementação sem consultoria externa
- Retorno de investimento mais rápido

Vs. Sistemas de CRM complexos:

- Uso de ferramentas gratuitas e acessíveis
- Menor curva de aprendizado
- Custos reduzidos de implementação

Limitações do Estudo

O estudo apresenta limitações importantes: amostra reduzida ($n=5$), concentração em serviços, período de 12 meses, ausência de grupo de controle, concentração geográfica e seleção por conveniência. Estas limitações sugerem cautela na generalização dos resultados.

Implicações Práticas

Para gestores de PMEs, o método oferece uma ferramenta estruturada e acessível para melhoria do desempenho comercial. Para consultores empresariais, fornece framework replicável e adaptável a diferentes setores.

CONCLUSÕES

O Método Fazedora demonstrou eficácia como ferramenta sistemática para crescimento comercial em PMEs brasileiras. A integração de teorias consolidadas em um framework único e simplificado mostrou-se mais efetiva que a aplicação isolada de cada metodologia.

Os resultados obtidos (crescimento médio de 59% em 90 dias) evidenciam o potencial da metodologia para superação dos desafios comerciais típicos das PMEs. Os quatro pilares mostraram-se interdependentes e eficazes na transformação de objetivos vagos em resultados mensuráveis.

O sucesso da metodologia reforça a necessidade de abordagens específicas para PMEs que considerem suas características distintivas e limitações de recursos. Para o contexto brasileiro, onde as PMEs são fundamentais para geração de emprego e renda, metodologias como o Método Fazedora podem contribuir significativamente para o fortalecimento deste segmento empresarial.

Pesquisas futuras devem incluir: estudos com amostras maiores, aplicação em diferentes regiões, comparação controlada com outras metodologias e análise de sustentabilidade dos resultados a longo prazo (24-36 meses).

REFERÊNCIAS

ISNIAH, S. et al. Plan do check action (PDCA) method: literature review and research issues. Jurnal Sistem dan Manajemen Industri, v. 4, n. 1, p. 72-81, 2020.

LOCKE, E. A.; LATHAM, G. P. A theory of goal setting & task performance. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1990.

NAVARATHNE, K. A. S. An exploratory case study of the factors hindering the success of small and medium enterprises. *Journal of Small Business Strategy*, v. 33, n. 3, p. 13-26, 2023.

PAPALARDO, F. S. et al. Gestão da qualidade em pequenas e médias empresas: uma revisão da literatura. *Revista Produção Online*, v. 14, n. 2, p. 815-840, 2014.

QUALTRICS. What is customer segmentation? Disponível em: <https://www.qualtrics.com/experience-management/customer/segmentation/>. Acesso em: 08 nov. 2024.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Anuário do trabalho na micro e pequena empresa 2023-2024. Brasília: SEBRAE, 2024.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Panorama dos pequenos negócios 2023. Brasília: SEBRAE, 2023.