



**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE
SERGIPE - FANESE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ILDO RODRIGO GOMES DE SOUZA

**FATORES DETERMINANTES PARA O SUCESSO DAS MPME: UM
ESTUDO DE EMPRESAS QUE COMERCIALIZAM REFEIÇÕES
SAUDÁVEIS.**

**Aracaju SE
2019.1**

ILDO RODRIGO GOMES DE SOUZA

**FATORES DETERMINANTES PARA O SUCESSO DAS MPME: UM
ESTUDO DE EMPRESAS QUE COMERCIALIZAM REFEIÇÕES
SAUDAVEIS**

Artigo apresentado à coordenação do curso de Administração da FANESE, como cumprimento da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientadora: Profa. Dra. Wanusa Campos Centurión

Coord. do Curso: Prof. Esp. Carlos Frederico de Carvalho

**Aracaju SE
2019.1**

SOUZA, Ildo Rodrigo Gomes de.

S719f Fatores Determinantes para O Sucesso Das MPME: um estudo de empresas que comercializam refeições saudáveis / Ildo Rodrigo Gomes de Souza. Aracaju, 2019. 49f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe. Coordenação de Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Wanusa Campos Centurión

1. Empreendedor 2. Sucesso organizacional 3. Efetividade
4. Oportunidade I. Título.

CDU 334.71:

658.114(813.7)

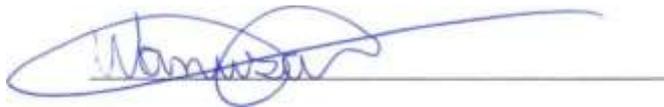
ILDO RODRIGO GOMES DE SOUZA

**FATORES DETERMINANTES PARA O SUCESSO DAS MPME: Um
estudo de empresas que comercializam refeições saudáveis**

Artigo apresentado à coordenação do curso de
Administração da Faculdade de Administração e
Negócios de Sergipe - FANESE como requisito
para obtenção do título de bacharel em
Administração

Aprovado em 14/06/19

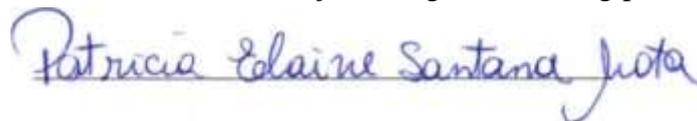
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dra. Wanusa Campos Centurión
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe



Prof. Carla Milena
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe



Prof Patrícia Mota
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe

FATORES DETERMINANTES PARA O SUCESSO DAS MPME: UM ESTUDO DE EMPRESAS QUE COMERCIALIZAM REFEIÇÕES SAUDÁVEIS

RESUMO

Ildo Rodrigo Gomes de Souza¹

Este estudo, possui como objetivo, a análise dos fatores determinantes para o sucesso empresarial das MPME (s), tendo em vista que muitos brasileiros devido à crise ficaram disponíveis no mercado e sem expectativas para um novo emprego e acabaram criando seu próprio negócio, além daqueles que visualizam o segmento do ramo alimentício de comidas saudáveis como uma oportunidade ímpar de investimento. Para alcançar esse objetivo, a pesquisa teve um caráter exploratório-descritivo, cujas informações foram obtidas por meio de entrevistas realizadas a empresários do ramo de alimentos saudáveis. Tal coleta de dados foi feita por meio de um roteiro de entrevista semiestruturada aplicado a 8 empreendedores. Com a coleta de dados foi possível identificar quais fatores são importantes para o sucesso da empresa, identificando o tamanho e tempo que a empresa possui no mercado, a importância do perfil empreendedor dentro da organização, além dos fatores ligados a gênese e operação do negócio. Desse modo, o objetivo geral foi alcançado e exposto através dos fatores analisados e identificados, ressaltando que não somente podem ser usados por um segmento específico, mas por qualquer organização.

Palavras-chaves: Empreendedor. Sucesso organizacional. Efetividade. Oportunidade.

¹ Graduando do curso de Administração na Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE – E-mail: <disouza765@gmail.com>.

RESUMEN

El objetivo de este estudio es analizar los factores determinantes para el éxito empresarial de las MPME (s), considerando que muchos brasileños debido a la crisis estaban disponibles en el mercado y sin expectativas de un nuevo empleo terminan creando su propio negocio, además de aquellos que visualizan el segmento de la industria alimenticia de alimentos saludables como una oportunidad única para la inversión. Para lograr este objetivo, la investigación tuvo un carácter exploratorio-descriptivo, cuya información se obtuvo a través de entrevistas con empresarios de la industria de alimentos saludables. Esta recopilación de datos se realizó a través de un guión de entrevista semiestructurado aplicado a 8 empresarios. Con la recolección de datos fue posible identificar qué factores son importantes para el éxito de la empresa, identificando el tamaño y tiempo que la empresa tiene en el mercado, la importancia del perfil empresarial dentro de la organización, además de los factores vinculados a la génesis y operación del negocio. De esta manera, el objetivo general fue alcanzado y expuesto a través de los factores analizados e identificados, enfatizando que no sólo puede ser utilizado por un segmento específico, sino por cualquier organización.

Contraseñas: Emprendedor. Éxito organizacional. Efectividad. Oportunidad

1 INTRODUÇÃO

Viver em um mundo globalizado requer pessoas capacitadas, uma vez que as informações são processadas a cada segundo e mudanças são realizadas a todo momento, promovendo maior concorrência no mercado, bem como maiores chances de sucesso. Dessa forma aqueles que estiverem mais preparados para comercializar seus produtos e serviços terão maior probabilidade de êxito neste mercado competitivo (SERAFIM, 2012).

Apesar de grande tecnologia e aproximação ao conhecimento facilitado, o cenário global, em específico o brasileiro, não passa por bons momentos, ou seja: país chegando a uma grande recessão e com dificuldade para sair dela, crise econômica que perdura há mais de 4 anos, classes sociais sofrendo alterações, alto índice de desemprego e sem expectativas para novos, este é o cenário que o país atravessa (FGV IBRE, 2018). Como consequência desse cenário, indivíduos que se encontram desempregados, em muitos casos, iniciam novos negócios de maneira informal (DORNELAS, 2017).

Por outro lado, evidencia-se a Lei Complementar n. 128, de 19 de dezembro de 2008, como importante na medida em que criou uma nova figura jurídica, o Empreendedor Individual ou Microempreendedor Individual (MEI).

De acordo com o SEBRAE (2019) além desse recente modelo empresarial, vale ressaltar outros a exemplo de: Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. Modelos que trazem junto consigo simplificação e desburocratização; facilidades para acesso ao mercado; facilidades para obtenção de crédito além do estímulo a inovação que se faz necessário em um mercado competitivo. Todos estes modelos aderem ao regime tributário Simples Nacional, regime específico para os pequenos negócios com menor tributação de impostos e menor burocracia (SEBRAE, 2019). Mas, por outro lado, verifica-se que somente essa facilidade em formalizar o negócio próprio não é a solução para se manter no mercado competitivo. Mostra-se que o sucesso nos negócios vai além da facilidade na abertura do CNPJ, uma vez que é de grande importância que o empreendedor possua conhecimentos essenciais para que o seu negócio se mantenha em crescimento (SEBRAE, 2016).

O estudo sobre fatores condicionantes ao sucesso das empresas no ramo de alimentação saudável mostra-se relevante por se tratar de um segmento que apresenta crescimento segundo dados do SEBRAE (2019). E por se tratar de um ramo que ajudará as pessoas adquirir um estilo de vida mais saudável, pois, para Klafker (2018), é notável a procura entre os brasileiros por uma vida mais saudável. Desta forma esse estudo trará novas perspectivas para esse mercado. Além disso, o que motivou o autor desta pesquisa a estudar os fatores condicionantes ao

sucesso empresarial foi o crescimento da mortalidade das empresas, segundo resultado das pesquisas do (DATASEBRAE, 2016). Tal pesquisa mostra as principais dificuldades enfrentadas no primeiro ano de atividade das MPME (s) são: falta de cliente (16%), falta de capital (16%), falta de conhecimento (12%), mão de obra (10%), impostos/tributos (10%), inadimplência (6%), concorrência (4%), burocracia (4%). Essa mesma pesquisa mostra que, na opinião dessas empresas, teria sido útil para evitar o fechamento do negócio: menos impostos e encargos (52%), mais clientes (28%), crédito mais facilitado (21%) e um melhor planejamento do negócio (18%) (DATASEBRAE, 2016).

Dessa forma, o objeto deste estudo refere-se as MPME (s) incluindo os microempreendedores individuais que comercializam refeições saudáveis ou funcionais no município de Aracaju, capital do estado de Sergipe. Segundo a ANVISA (2019), os alimentos classificados como funcionais, são aqueles que irão auxiliar a evolução do organismo, proporcionando bons resultados clínicos como índices triglicéridos, controle de colesterol, bom funcionamento intestinal entre outros, de forma geral, tornando uma pessoa mais resistente a doenças, ressaltando que paralelamente a isso o indivíduo deve possuir hábitos saudáveis e uma alimentação equilibrada. De acordo com o SEBRAE (2019), o mercado de alimentação saudável vem apresentando crescimento significativo, pois, cada vez mais os brasileiros buscam consumir alimentos nutritivos o que conseqüentemente torna o Brasil um dos maiores mercados mundiais, uma vez que cresce a quantidade de pessoas que sofrem por doenças ligadas a má alimentação ou restrição alimentar, bem como há um aumento de pessoas que buscam maior qualidade de vida por meio de alimentação saudável e prática de atividades físicas. Observa-se dessa maneira que um segmento que possui indicadores de crescimento é atrativo para empreendedores que desejam investir no Brasil (SEBRAE, 2019).

Sob o enfoque acadêmico, essa pesquisa acresce aos estudos já realizados pela proposta de buscar os fatores que podem ser determinantes para o sucesso empresarial de MPME (Micro, Pequena, Média Empresa) do ramo de alimentos saudáveis, tanto do ponto de vista da fase gênese da empresa como da operação propriamente dita. Dessa forma, neste estudo evidencia-se um olhar diferente para a questão, vez que se considerou as características do nascimento da organização até o desenvolvimento das atividades.

Contudo, diante desse estudo que se apresenta, surge a seguinte indagação: Quais fatores são determinantes para que MPME do ramo de alimentos saudáveis da cidade de Aracaju/SE obtenham sucesso?

Observa-se que o objetivo geral deste estudo de caso foi analisar os fatores determinantes para o sucesso das MPME (s) que comercializam refeições saudáveis, tanto com

o foco na gênese do negócio como na sua operação. Em simultâneo ao objetivo geral, apresentam-se os objetivos específicos que consistem em: (a) Identificar o perfil empreendedor dos donos ou gestores como fator de sucesso (b) Identificar os fatores que contribuíram para os melhores resultados das empresas que comercializam alimentos saudáveis relacionados a gênese do negócio, bem como a sua operação (c) Identificar quais as dificuldades percebidas que podem impedir o alcance do sucesso das MPME (s) e dos microempreendedores (d) Identificar as ações que o empresário vem desenvolvendo para manter o seu negócio.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com o objetivo proposto no presente trabalho, serão abordados conceitos baseados nas obras de autores renomados a fim de facilitar o entendimento acerca dos seguintes assuntos: empreendedorismo, perfil empreendedor, MPME, fatores determinantes do insucesso e do sucesso organizacional.

2.1 O Empreendedorismo no Brasil

Segundo Lopes (2017) quando se fala em empreendedorismo, liga-se a capacidade que as pessoas possuem em aproveitar as oportunidades para realizações de atividades a fim de atender uma necessidade, obtendo como resultados, solução de problemas e agregação de valores nos produtos produzidos ou nos serviços oferecidos, estando ligado a capacidade que o indivíduo possui em criar, obter recursos, inovar, ser diferenciado, assumir a responsabilidade de correr risco para atingir um objetivo específico.

O fator empreendedorismo iniciou-se seu fortalecimento no país a partir da década de 90. O aumento da quantidade de empreendedores se deu através da alta taxa de desemprego no país, que acabou sendo afetado pela crise econômica. Desta forma, mostra-se que esse crescimento do movimento empreendedor no país se deu de forma negativa, pois, muitos não estariam preparados para gerir um negócio, devido a estarem ocupando cargos em empresas e conseqüentemente por terem perdido o emprego, acabaram abrindo o negócio sem o planejamento necessário (SANTINI, 2013 *apud* LOPES, 2017).

Esse fato é reforçado pelo mesmo autor ao afirmar que quando o empreendedor cria o negócio por necessidade, geralmente ele não possui pretensão em seguir por muito tempo, sendo algo momentâneo. Diferentemente do indivíduo que empreende por oportunidade, pois, este acaba enxergando uma oportunidade e tem um intenso desejo de crescimento do seu negócio. Aquele que percebe uma oportunidade possui um sentimento de futuro promissor, somente este fato de enxergar uma oportunidade, já seria um ótimo começo na maioria das vezes. Ao contrário do indivíduo que deseja empreender por necessidade, possuindo apenas um sentimento de visão do presente, algo passageiro apenas uma ação para aquele momento complicado, a visão do futuro acaba ficando esquecida (LOPES, 2017).

Apesar da falta de preparo que alguns empreendedores possuem na composição de seu próprio negócio, vale destacar que no Brasil, existem alguns avanços para impulsionar o empreendedorismo, um desses principais avanços que merece destaque seria a criação de um

novo modelo de regime jurídico: MEI (microempreendedor individual) onde o indivíduo trabalha por conta própria, podendo ter até no máximo um funcionário registrado, faturamento de até R\$ 81.000 por ano e um sistema simplificado de formalização (SEBRAE, 2019).

Embora existam facilidades, ainda se encontram dificuldades para a criação de um novo negócio no país. Dentre os 189 países pesquisados o Brasil ocupa 116ª colocação, em alguns fatores como burocracia o país chega a ficar abaixo da média dos países latino americano. As dificuldades citadas são: burocracia na abertura, procedimentos para pagamentos de impostos, registros de propriedades, autorização para construções dentre outras (GLOBAL DOING BUSINESS *apud* LOPES, 2017).

Para melhorar essa posição que o Brasil ocupa em relação ao restante do mundo (GRECO et al. 2015 *apud* LOPES, 2017), ressalta que as empresas de pequeno porte deveriam receber incentivos através de políticas públicas, com legislação simplificada, menor burocratização além da criação de programas para incentivar empreendedores no início dos seus negócios.

2.1.1 O perfil empreendedor dentro da organização

Durante muito tempo as organizações se prepararam para receber pessoas capacitadas para gerir suas atividades, sejam elas nos setores estratégicos ou táticos das empresas, esse fato ocorre desde a teórica clássica da administração (DORNELAS, 2017). Como principais funções estavam os atos de planejar, organizar, dirigir e controlar. Ressalta Stewart (1982, n. p. *apud* DORNELAS, 2017, p. 21) “O trabalho do administrador é semelhante ao dos empreendedores, já que compartilham de três características principais: demandas, restrições e alternativas.”. Quando o autor equipara esses dois perfis, empreendedor e administrador informa que existe algo em comum entre eles, onde as demandas estariam relacionadas ao que deve ser cumprido; as restrições ligadas ao ambiente externo e interno da organização sabendo que o ambiente externo não possui controle; e por fim, as alternativas onde escolherão como fazer e o que fazer. Segundo Dornelas (2017), existem particularidades a mais no empreendedor de sucesso, diferenciando-o do clássico administrador. Características como atributos pessoais, sociológicos e ambientais deixam livres para novas criações e ideias, fazendo com que o empreendedor se torne um administrador, mas, diferente do clássico como acontece na maioria das organizações.

Para Schumpeter (1949), o fator empreender é introduzir ao mercado novos produtos ou serviços, mesmo com condições econômicas adversas, através da criação de organizações

diferenciadas ou exploração de recursos e materiais inéditos.

Fica notório que o espírito empreendedor dos donos ou gestores de uma determinada organização irá contribuir para o sucesso da mesma. Conforme Dornelas (2017), o empreendedor estará sempre envolvido na criação de coisas novas que possuam valor, terá em mente que o esforço fará parte do processo assim como a dedicação para obter o crescimento da organização e que o risco andar­á paralelo ao sucesso, porém esses riscos devem ser analisados e assumidos.

2.2 Micro, Pequenas, Médias Empresas e Microempreendedor Individual

De acordo com dados do SEBRAE (2019), dentre várias definições existentes para conceituar uma pequena ou microempresa, a mais usada é a da Lei Geral para Micro e Pequenas empresas, promulgada em 2006, onde são enquadradas como microempresas quando possuem um faturamento anual de no máximo R\$ 360.000,00, já as de pequeno porte devem faturar entre R\$ 360.000,01 até R\$ 4.800.000,00 anualmente. Uma modalidade implantada recentemente seria o microempreendedor individual (MEI), aquele que possui uma estrutura menor, trabalhando por conta própria e de maneira formalizada adepto do simples nacional como regime tributário, particular dos pequenos negócios podendo faturar anualmente até R\$ 81.000,00. Sancionada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva a Lei Complementar nº 128 em 19 de dezembro de 2008 que alterou a Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006 que regulamenta as MP­Es criando uma nova modalidade que seria o Microempreendedor individual (SOARES, 2018).

Dentre as definições citadas sobre as empresas, vale ressaltar as composições societárias existentes. Conforme Contabnet (2017), os tipos de empresas são: Sociedade Empresarial Limitada (Ltda), esse perfil de empresa apresenta-se com a divisão do capital social, existindo 2 (dois) ou mais sócios, o termo limitado está ligado a responsabilidade que os sócios possuem, financeira e administrativamente pela organização. Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (Eireli), apesar de limitada possui diferenças entre a primeira, pois exige um capital mínimo e somente pode conter 1 (um) sócio. Em seguida estabelece a Empresa Individual e o Microempreendedor Individual (MEI), nestes dois últimos casos não se pode ter sociedade, ou seja, o proprietário é o único responsável, podendo ter todo seu patrimônio confiscado. Sobre Sociedade Simples (SS) refere-se a empresas prestadoras de serviços e por último as de Sociedade Anônimas que possuem capital social dividido entre acionistas.

Conforme SEBRAE (2016), o aumento dos optantes do simples nacional se deu pela introdução dos microempreendedores individuais no mercado brasileiro. Conforme apresenta o gráfico:

Gráfico 1 – Número de empresas optantes pelo Simples Nacional (2008-2016)



Fonte: SRF (apud SEBRAE, 2016)

Para Britto (2015), o crescimento dos pequenos negócios vem se tornando imprescindível para economia do país, fomentando a geração de emprego e renda. Ressaltando que em 5 anos de existência da modalidade, o MEI saiu de 0 inscritos para 5.680.614 esses números são referentes ao ano de 2009 até o ano de 2015 (SEBRAE, 2015).

Seguindo este perfil dos pequenos negócios a implantação da modalidade microempreendedor individual impactou de maneira significativa a taxa de sobrevivência dos pequenos empreendimentos (GRAFICO 2), conforme gráfico apresentado o ano de 2012 apresentou o melhor percentual (SEBRAE, 2016).

Gráfico 2 – Taxa de sobrevivência de empresas de 2 anos, evolução no Brasil.



Fonte: Sebrae (2016)

Conforme afirma Soares (2018), atualmente a burocracia para abertura de uma MPME diminuiu bastante, existindo maior facilidade para um empreendedor começar seu negócio, isso devido a uma legislação maleável implantada pelo governo para estimular a economia do país. Apesar do avanço Alvarenga (2016) ressalta que as MPME brasileiras apresentam uma menor atuação no mercado comparando-as com outros países.

Segundo dados do SEBRAE (2011 *apud* SOARES, 2018), o IBGE realizou uma pesquisa no ano de 2003 e constatou um elevado número de pessoas trabalhando na informalidade, ou seja, sem gerar arrecadação para o estado. Sendo assim, observou a necessidade de novas políticas públicas para formalizá-los.

Dentre esses indivíduos que se mantinham na informalidade o SEBRAE (2015), traz dados mostrando qual era a ocupação do empreendedor anterior a abertura do MEI: (45%) eram empregados com carteira assinada, seguido de (22%) de empreendedores informal, (16%) dono de casa. (8%), servidor público (3%), estudante (3%), empreendedor informal (2%), desempregado (1%) e aposentado (1%).

Contudo, observa-se que o incentivo ao empreendedorismo fomenta a economia e gera arrecadações para o estado. Onde empreendimentos de menor porte contribuem de maneira positiva para economia, gerando empregos e riquezas para o país (SOARES, 2018).

2.3 Fatores que Influenciam a Dissolução das Organizações

Verifica-se as dificuldades que as organizações passam para se manter no mercado, principalmente em momentos onde a economia não contribui para o avanço do país e se faz

necessário o entendimento das causas que provocam o fechamento das organizações. Segundo o SEBRAE (2016), os resultados identificam dentre os segmentos de porte de empresas que existem, que as microempresas seriam o porte de organização que possuem maior probabilidade de dissolução no mercado de pequenos negócios. Por outro lado, as empresas de maior porte possuem maior chance de sobrevivência, e um fator para esse resultado positivo, seria sua melhor estruturação, organização, maior capital, melhores recursos, esses fatores fazem com que adquiram maior estabilidade no mercado.

De acordo com o SEBRAE (2016), resultados contrários ao tamanho do negócio, o MEI possui taxa de sobrevivência próxima das empresas de grande porte, sabe-se que a estrutura não chega próximo a de uma grande empresa e a disparidade que possui em relação a recursos quando comparada a uma organização de grande porte. Porém, uma justificativa para esse resultado positivo em sua sobrevivência pode ser obtida por algumas medidas como: baixo custo de investimento e pouca burocracia em seu registro de criação e por possuir uma estrutura pequena com um faturamento relativamente baixo e o máximo de registro de apenas um funcionário o torna controlável em um ambiente de negócio muito dinâmico. Conforme SEBRAE (2016 p, 16) “Os MEI partem de 0% para quase 65% do universo dos pequenos negócios, mas sua taxa de sobrevivência é bem superior à taxa das ME (Microempresa) ”.

Em um contexto geral de tamanho de empresas, as ME são responsáveis pelo maior índice de dissolução, sendo a introdução do MEI o responsável em reverter esse cenário, tornando possível melhorar o índice de dissolução das organizações de pequeno porte no Brasil (SEBRAE, 2016).

Desta forma, vê-se em dados apresentados pela Secretaria da Receita Federal, o impacto de resultados positivos que o MEI, esse novo modo de formalização, causou no cenário econômico brasileiro.

Tabela 1 – participação relativa das empresas por porte no total da constituição por ano (2008-2012)

	2008	2009	2010	2011	2012
MEI (Microempreendedor individual)	0,0%	7,3%	53,4%	58,1%	63,9%
ME (Microempresa)	89,3%	82,1%	42,0%	37,5%	33,0%
EPP (Empresa de	9,7%	9,6%	4,3%	4,0%	3,0%

Pequeno Porte)					
MdE (Medias Empresas)	1,0%	0,9%	0,3%	0,3%	0,2%
GdE (Grandes Empresas)	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SRF (*apud* SEBRAE, 2016)

De acordo com o SEBRAE (2016) as maiores taxas de sobrevivência das organizações estão situadas nos segmentos mais tradicionais, dependentes do consumo básico das famílias, isso justifica o bom índice nos MEI, pois, os registros de criações se relacionam com esse segmento, atendendo o mercado com os consumos básicos e direto da população.

Para Chiavenato (2008), as novas organizações que nascem no mercado, possuem alto índice de mortalidade prematura, pois, existem muitas adversidades que contribuem para o insucesso.

Geralmente as organizações se equiparam ao ciclo biológico dos seres vivos: nascem; crescem, vivem e morrem. Sendo que os fatores que implicam em sua duração seriam o grau da organização e gestão existente, cenário político, catástrofes que provocam mudanças na conjuntura econômica, leis tributárias, incentivos dentre outros (FARIA, 1979).

As empresas que não conseguiram seguir em funcionamento e acabaram sendo fechadas, em sua maioria eram geridas por pessoas que antes da abertura estavam desempregados ou possuíam pouca experiência no segmento que começaram a atuar. Sendo assim, essa falta de experiência no mundo dos negócios acarreta em dificuldades no relacionamento com os clientes, baixo poder de negociação com os fornecedores, pouco tempo para planejar, pois, geralmente quando o indivíduo perde o emprego, sua intenção é encontrar de maneira rápida outra fonte de renda, todos esses fatores ligam ao fracasso empresarial (SEBRAE, 2016).

Com isso, pode-se verificar que são vários os fatores que ocasionam a mortalidade das organizações. Sendo que um fator pode ocasionar outro, resultando, assim, no insucesso e fechamento da empresa (SOARES, 2018).

2.4 Fatores Determinantes do Sucesso Empresarial

Ferro (2013) ressalta que o êxito na gestão do próprio negócio não se produz em apresentar resultados momentâneos, não possuindo tamanha simplicidade assim. O sucesso organizacional se daria na elaboração de uma base sólida com engajamento de todos que a constituem, apresentando eficiência em sua gestão, o fato de possuir resultados positivos em um determinado momento não significa dizer que a organização está adotando estratégias corretas, podendo acarretar, em um futuro próximo, a existência de resultados negativos.

Torna-se difícil a busca de um conceito exato para a palavra sucesso, verificando assim uma subjetividade, contudo, o sucesso pode estar ligado a oportunidade que existe em o indivíduo expor quem realmente ele é, sem criações de personagens em uma vida real. (MACHADO, 2019).

Para Galvão (2015), as organizações possuem um objetivo em geral que seria conseguir chegar ao sucesso empresarial se destacando em meio aos seus concorrentes, porém, não existe um manual ou receita que informe o caminho de maneira clara ou sem grandes dificuldades.

A palavra sucesso é proveniente do latim *successus* que expressa: avanço, seguimento, resultado propício, de *succedere*, vir depois, chegar perto de. (ORIGEM DA PALAVRA, 2019)

Mas que de maneira geral “ A visão de sucesso do *management* é associada à flexibilidade, eficiência, individualismo e especialmente à capacidade de impressionar e à geração e acumulação de riqueza”. (BRITTO, 2015, p. 49).

Em meio ao livre comércio, em que o indivíduo pretende criar um negócio para atender determinada demanda, o sucesso desse empreendimento estaria ligado a satisfação do cliente (KOTLER, 2000).

A satisfação do cliente também pode ser um fator condicionante ao sucesso, além de outros que levariam a organização ao ápice do setor que atua. Planejamento, administração dos recursos, comportamento do empreendedor seriam um dos fatores determinantes para o alcance dos resultados positivos da organização (GONÇALVES, 2012).

Dessa forma, para Galvão (2015), a subjetividade do sucesso não se traduz apenas na obtenção de riquezas monetárias através da criação de um novo negócio, mas sim em diversas conquistas da organização como pessoal, autorrealização na criação do empreendimento e sucesso pessoal; o social que estaria ligado em atender uma demanda da sociedade, criação de produtos ou serviços que ajudará o indivíduo, a longevidade no mundo comercial que se torna cada vez mais competitivo além da satisfação dos colaboradores.

Para Lezana, Tonelli (1998 *apud* GRAPEGGIO, ORTIGARA, CANDIDO, 2011), existem dois fatores determinantes para o sucesso de uma organização. O primeiro está ligado aos elementos que contribuem para criação do novo negócio: empreendedorismo,

planejamento, motivação e a composição dos sócios da empresa. O segundo fator determinante está ligado a operação da organização compostos pelo ambiente interno (controlável) e o ambiente externo (não controlável).

Da mesma forma para o SEBRAE (2016), alguns fatores dentre vários podem ser fundamentais para sobrevivência das organizações, tais como: um planejamento prévio de abertura, gestão de negócio, que o seu fundador possua o espírito empreendedor, o local onde a empresa está instalada, pois, cada estado ou até mesmo municípios possuem suas particularidades que incentivam os empreendedores a atuarem em sua circunscrição.

Identificar quais são os fatores que resultam no sucesso de uma empresa que será criada, para Lezana, Tonelli (1998 *apud* GRAPEGGIA, ORTIGARA, CANDIDO, 2011) está relacionado diretamente à características individuais do criador, características estruturais, estratégica do negócio criado além das condições estabelecidas pelo meio ambiente da empresa.

O nascimento de um empreendedor de sucesso dar-se-á através do comportamento que preestabelece a criatividade diante das situações, reconhecimento das oportunidades e aproveitamento destas, além da administração de maneira proveitosa dos recursos que possui, criando assim negócios lucrativos. (DOLABELA, 1999).

Timmons (1989 *apud* GALVÃO, 2015), reconheceu alguns caminhos percorridos pelos empreendedores de sucesso, tais como, aprender com os erros para atuar de forma positiva diante dos novos desafios, possuir iniciativa em seus negócios além da determinação e persistência para alcançar o sucesso. Desta forma, observa-se que o fator empreendedor dentro da organização é algo relevante para o crescimento do negócio. Dornelas (2017), reforça informando que o crescimento de uma organização está ligado diretamente na ideia que o empreendedor utiliza para desenvolver um produto ou serviço, ressaltando que o fato da ideia não ser inédita não irá interferir no sucesso da empresa.

De acordo com o SEBRAE (2014), uma dedicação maior ao tempo do planejamento prévio à abertura da empresa possui total relevância para um ciclo maior da vida organizacional, além da gestão empresarial, que estaria ligado as atualizações dos serviços ou produtos; acompanhamento das novas tecnologias; as inovações dos processos e a capacitação que levariam a sobrevivência das organizações em meio ao mercado competitivo.

Continuando nestes fatores, um condicionante propenso a efetividade da empresa, seria a experiência ou conhecimento técnico que o empreendedor possui sobre negócio que será criado (SEBRAE, 2014).

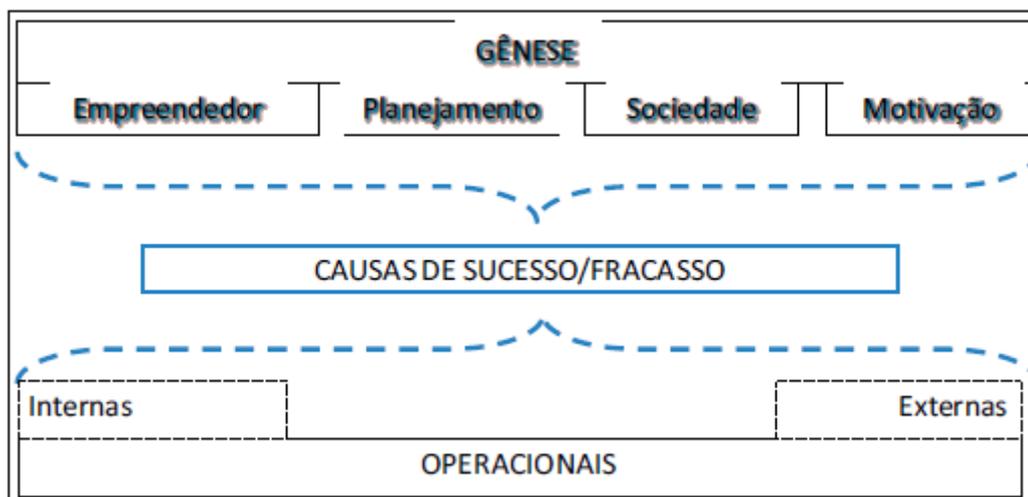
A criação de negócios na área em que o empreendedor possuir familiaridade ou experiência levará a uma maior probabilidade de resultados positivos, ao invés daquele que

pretende desenvolver uma ideia em um mercado que não possui conhecimento ou jamais agiu profissionalmente (DORNELLAS, 2017).

Além desses fatores para alcance do êxito no negócio, a escolha de um segmento em crescimento nem sempre apresentará vantagens para o empreendedor que decide investir, é necessário além disso, um bom planejamento e conhecimento profundo do segmento que irá atuar (VELOSO, 2016).

O estudo de Ortigara, Grapeggia, Candido (2011) mostrou que com base em um constructo teórico-experimental, junto aos empresários ativos e inativos quais os fatores mais determinantes para o sucesso ou fracasso empresarial. Esses mesmos autores (2011) identificaram as causas do sucesso e fracasso relacionadas a gênese do negócio (características do empreendedor, o planejamento do negócio, a composição em sociedade e a motivação para iniciar o empreendimento) e a operação do mesmo (que atuam no ambiente interno e no ambiente externo), conforme apontado na Figura 1.

Figura 1 – Causas de Sucesso e Fracasso das Micro e Pequenas Empresas



Fonte: Ortigara, Grapeggia, Candido (2011, p.49)

Para Ortigara, Grapeggia, Candido (2011), existem duas divisões no negócio, a primeira se refere ao início do negócio, relação pré-abertura organizacional, composta pelo fator desejo empreendedor, planejamento, formação societária e motivos para o negócio. A segunda fase se relaciona com pós abertura, situações que somente serão observados após funcionamento da organização. Liga-se a primeira fase com a gênese do negócio e a segunda com a operação da organização que operam em dois ambientes: interno e externo.

A primeira fase contém o empreendedorismo, responsável por injetar a economia, o planejamento como autor das melhores estratégias para iniciar um negócio, consecutivamente,

a motivação como algo necessário para impulsionar o empreendedor a seguir com seu objetivo em criar um negócio e por fim, mas não menos importante a composição societária. Para a segunda fase, nota-se dois cenários que existem quando criada a empresa, seriam esses o interno o qual os empreendedores possuem controle (direção e gestão; produção; pessoas; finanças; comercial) e o externo, que não são controláveis (políticos, força de mercado) (ORTIGARA, GRAPEGGIA, CANDIDO, 2011).

Para Oliveira (2005 *apud* ORTIGARA, GRAPEGGIA, CANDIDO, 2011), os fatores externos seriam fornecedores, cliente, cenário econômico, legislações, sociedade. Ou seja, aqueles fatores incontroláveis.

Dessa forma, ainda não é conclusivo afirmar quais seriam as características e perspectivas de comportamento geral para chegada ao sucesso organizacional. Na revisão teórica foram encontrados vários fatores que podem afetar o sucesso empresarial, porém, vale ressaltar, que de forma geral estão voltados para as técnicas de gestão adotadas, bem como para as habilidades e conhecimento do empreendedor com necessidade de mercado (GALVÃO, 2015).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De acordo com Coutinho (2014), metodologia é um termo que nasce na literatura e servirá como orientação para o pesquisador chegar na busca do conhecimento. Da mesma forma, para Mascarenhas (2012, p.35) “[...] a metodologia serve para explicar tudo que foi feito durante um estudo. O objetivo é descrever o método, os participantes, o tipo de pesquisa e os instrumentos realizados”.

Desta forma, no decorrer desta pesquisa, que podemos separar em algumas etapas, será mostrada a metodologia usada para responder o problema da pesquisa e conseqüentemente atingir o objetivo.

3.1 Abordagem Metodológica

Para Mascarenhas (2012, p.35) “[...] temos que parar de achar que uma metodologia é melhor que a outra. Na verdade, uma metodologia pode ser mais apropriada para estudar determinado tema”. Observa-se dessa forma que os métodos selecionados foram os mais apropriados para devida pesquisa estudada.

Seguindo outro ponto Mascarenhas (2012, p.50) enfatiza ainda que “[...] o estudo de caso é uma pesquisa bem detalhada sobre um ou poucos objetos”. Logo, é necessário o profundo estudo dos temas relacionados para obtenção de informações adequadas e sucesso no presente estudo de caso.

Desta forma a realização deste trabalho aconteceu através de um caminho árduo e exaustivo de estudo e objetos citados na pesquisa, usufruindo de métodos para alcançar o caminho desejado e realizando uma pesquisa detalhada e minuciosa de conhecimento.

Com o problema formulado no presente trabalho, a pesquisa busca ajudar a identificar a problemática executada no estudo de caso levantado em empresas que comercializam alimentos saudáveis no município de Aracaju capital do estado de Sergipe.

3.2 Caracterização da Pesquisa

De acordo com Chemin (2015, p. 60)

Para analisar os fatos do ponto de vista prático e/ou para confrontar a visão teórica das matérias consultados com os dados da realidade, é importante adotar um modelo conceitual e operacional de pesquisa, ou seja, é necessário

mencionar a forma a ser utilizada para percorrer o caminho da coleta de dados da pesquisa, e isso envolve um delineamento, o qual, de forma geral, mostra o desenvolvimento da pesquisa com base nos procedimentos técnicos.

Dessa forma, deve existir a sincronia entre os métodos usados e os assuntos explorados, facilitando a solução da problemática que foi posta. Vale ressaltar que esta pesquisa pode ser caracterizada: quanto aos objetivos ou fins; quanto aos meios e quanto à abordagem dos dados.

3.2.1. Quanto aos objetivos ou fins

De acordo com Perovano (2016) é muito importante a escolha do estudo que o autor irá definir na elaboração da pesquisa científica. A definição do tipo de estudo escolhido possui ligação com as estratégias a serem tomadas, pois, ele irá ajudar na representação da pesquisa, sendo que cada tipo de estudo possui um objetivo específico. Mas, nada impede que uma pesquisa possua mais de um tipo.

Para Sampiere, Collado, Lucio (2013 *apud* PEROVANO, 2016, p. 153) “o estudo exploratório, que, serve para examinar um problema de pesquisa pouco ou ainda não estudado”. Da mesma forma para Gerhardt, Silveira (2009, p.35) enfatizam que “este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

Além do objetivo exploratório, podemos destacar outros como o descritivo e o explicativo. Segundo Sampiere, Collado, Lucio (2013 *apud* PEROVANO, 2016, p. 163) “o estudo explicativo ou de relação das causas e efeito estabelece a relação entre conceitos e responde às causas dos acontecimentos. ”

Já citando o objetivo descritivo, este para Mascarenhas (2012), possui a intenção de descrever algum fenômeno, comparando as variáveis analisadas.

Da mesma forma para Triviños (1987 *apud* GERHARDT, SILVEIRA, 2009 p. 35 “A pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que se deseja pesquisar. ”

Buscando explicar as causas do acontecimento, o estudo explicativo acontece de maneira mais detalhada. Gil (2007, p. 43 *apud* GERHARDT, SILVEIRA, 2009, p. 37) destacam que “uma pesquisa explicativa pode ser a continuação de outra descritiva, posto que a identificação de fatores que determinam um fenômeno exige que este esteja suficientemente descrito e detalhado. ”

Com isso, observa-se que neste estudo foi utilizado o método exploratório-descritivo, onde descreve perfis de empreendedores que podem conseguir êxito no seguimento e

efetividade no seu negócio, fugindo da estatística dos que não conseguem seguir em frente chegando ao insucesso. Ressaltando que por se tratar de um estudo de caso, os problemas analisados são concretos, usando-se de avaliações para implantar sugestões que possam resolver o problema levantado.

3.2.2. Quanto ao objeto ou meio

Para Cervo, Silva, Bervian (2007), toda pesquisa envolve uma sistemática que apresenta alguns problemas, sejam eles teóricos ou práticos. Surgindo dúvidas nesse processo, busca-se solução através de métodos científicos. Sendo que, cada forma de abordagem possui sua finalidade, existindo assim vários tipos de pesquisa. Conforme o mesmo autor, cada pesquisa possui suas particularidades e fundamentos como

Na pesquisa pura ou básica, o pesquisador tem como meta o saber, buscando satisfazer uma necessidade intelectual por meio do conhecimento. Já na pesquisa aplicada, o investigado é movido pela necessidade de contribuir para fins práticos mais ou menos imediatos, buscando soluções para problemas concretos. (CERVO, SILVA, BERVIAN, 2007, p. 60).

De acordo com Macarenhas (2012, p.49) “[...] os estudos bibliográficos apresentam vantagens importantes, oferecendo uma quantidade impressionante de informações”.

Da mesma forma para Perovano (2016, p.186)

Podemos observar que a pesquisa bibliográfica implica a elaboração dos mesmos elementos estruturantes e do processo de análise e discussão de dados fundamentais para o desenvolvimento e construção do novo conhecimento.

Para GIL (2007, p.44 *apud* GERHARDT, SILVEIRA, 2009, p. 37) “os exemplos mais característicos desse tipo de pesquisa são sobre investigação sobre ideologias ou aquelas que se propõem à análise das diversas posições acerca de um problema. ”

Citando a pesquisa de campo, que possui grande relevância no estudo exploratório, Chemin (2015, p. 62) ressalta que “a pesquisa de campo, portanto, é geralmente desenvolvida em cenários naturais, feita em campo, realizada com observação direta, levantamento ou estudo de caso. ” Da mesma forma, Rodrigues (2007, p. 4) destaca que “[...] é a observação dos fatos tal como ocorrem. Não permite isolar e controlar as variáveis, mas perceber e estudar as relações estabelecidas. ” Nota-se que a pesquisa de campo se faz necessária, pois, no estudo das ciências sociais ela possui grande importância na análise dos acontecimentos e da aproximação do cenário real. Através da observação existirá uma melhor interpretação do contexto e uma visão mais adequada sobre o mercado que as empresas atuam.

No aprofundamento do conhecimento para formulação desse trabalho, podemos citar a pesquisa exploratória, como o método fundamental para familiarização dos assuntos e melhor desenvolvimento da pesquisa.

Deste modo, para Cervo, Silva, Bervian (2007, p. 63) “A pesquisa exploratória não requer a elaboração de hipóteses a serem testada no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar mais informações sobre determinado assunto de estudo. ”

Torna-se visível que para uma pesquisa exploratória devem existir meios para uma ligação profunda do assunto ou surgimento de novas ideias a partir do estudo pesquisado. Como relata Gerhardt, Silveira (2009), através dessa investigação o pesquisador encontrará maior domínio sobre o assunto, podendo até citar novas soluções para o problema, ressaltando que dentro dessa pesquisa existem alguns meios para facilitação do conhecimento, como: busca de bibliográfica, entrevistas, observação, além das análises dos resultados para ter uma melhor compreensão.

Contudo, vale reafirmar que no uso de meios para alcance dos objetivos, as pesquisas bibliográficas e a de campo são relevantes na estrutura dessa pesquisa.

3.2.3. Quanto à abordagem de dados

Dentre os tipos de pesquisa, existem a quantitativa e a qualitativa que está ligada a estudos no âmbito das ciências sociais, pois, envolve comportamento do indivíduo ou de um grupo social.

Para Perovano (2016, p.151) “O desenho de pesquisa quantitativa prevê que o pesquisador realize a coleta de dados para a elaboração de testes de hipóteses baseados na mediação numérica e na análise estatística. ”

Tratando-se de uma pesquisa relacionada a assuntos das ciências sociais a abordagem metodológica utilizada foi a qualitativa, que de acordo com Mascarenhas (2012 p. 46) “a pesquisa qualitativa não é formada por etapas engessadas como as da quantitativas: aqui, o pesquisador fica à vontade para desenhar o estudo da forma que julgar mais adequada”. Da mesma forma, Gerhardt, Silveira (2009, p.31) afirmam que “a pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.”

Vale ressaltar que apesar de não seguir uma abordagem com precisão igual a das ciências exatas, a pesquisa qualitativa deve possuir uma base lógica e segura, sabendo que será analisada por um corpo científico (MASCARENHAS, 2012).

Neste estudo foi utilizada a pesquisa qualitativa, com a utilização de entrevistas com 8 (oito) empreendedores ou gestores ligados ao ramo alimentício de comidas saudáveis no município de Aracaju, uma vez que foram analisadas as estratégias adotadas e as que poderão ser aplicadas no futuro, bem como os fatores determinantes do sucesso destas empresas

3.3 Instrumento da Pesquisa

De acordo com Freitas, Janissek (2000); Marconi, Lakatos (2002); Beuren (2006) e Malhotra (2006) *apud* Chemin (2015, p. 64)

Há inúmeras formas de se obter dados para dar suporte a uma pesquisa. Alguns dos mais utilizados são estes: documentação, observação, entrevista, questionário, formulário, checklist, medidas de opinião e de atitudes, testes, sociometria, análise de conteúdo, história da vida, pesquisa de mercado dentre outros.

Para Perovano (2016, p. 223) “Na entrevista, investiga-se sobre fatos vivenciados ou vistos pelas pessoas, as quais relatam o significado deles e definem suas observações, sentimentos e experiências com fala direta do pesquisador. ” Seguindo mesma linha de raciocínio, Mascarenhas (2012, p.69) ressalta que “a pesquisa serve para levantar informações que não encontramos em fontes bibliográficas, mas pode obter conversando com as pessoas. ”

No plano da observação podemos constatar, conforme Chemin (2015, p. 65) que “é um instrumento de coleta de dados que faz uso dos sentidos para obter determinados aspectos da realidade investigada; consiste em ver, ouvir e examinar fatos ou fenômenos que deseja investigar. ”

No presente estudo, a entrevista foi usada como instrumento de coleta de dados, produzindo o enriquecimento de conhecimento junto ao método bibliográfico. Por meio de um roteiro de entrevista, as entrevistas com os donos de negócios serão foram gerando maior liberdade para o pesquisador durante a sua condução, fazendo com que algumas questões possam ser mais exploradas do que outras.

3.4 Unidade, Universo e Amostra da Pesquisa

Unidade refere-se ao local que foi realizada a pesquisa. Neste caso trata-se de empresas no segmento de alimentação saudável no município de Aracaju-SE.

Conforme Vergara, (2009, p. 50) “[...] universo ou população é um conjunto de elementos (empresas, produtos, pessoas, por exemplo) que possuem as características que serão

objeto de estudo.” Como se trata de algo extenso o universo do estudo realizado, ele se destinará a uma amostra de pequenas empresas ou microempreendedores no ramo alimentício de refeições saudáveis.

Referindo-se a amostra, Chemin (2015, p. 54) destaca que

[...] é apenas uma parte da população de estudo que deve procurar preencher duas exigências: a representatividade e a proporção. A amostra pode ser obtida de acordo com uma determinada técnica de amostragem, que pode ser probabilística ou não- probabilística.

Nesta pesquisa, a abordagem estaria voltada para o qualitativo como informa Perovano (2016, p. 209) “A coleta de dados nos desenhos de pesquisa qualitativo deve ser realizada no ambiente natural e cotidiano das pessoas envolvidas na investigação científica”.

Os donos de negócios entrevistados neste estudo foram identificados por meio de indicações de empresários que atuam no ramo de alimentos saudáveis, bem como por meio de consulta ao SEBRAE e a Junta Comercial do Estado de Sergipe (JUCESE). Dessa forma, conseguiu-se entrevistar, por acessibilidade, 8 (oito) empreendedores ou gestores ligados ao ramo de alimentos saudáveis. Com isso o autor conseguiu obter informações precisas, alinhadas ao objetivo do trabalho e conseqüentemente interpretar os resultados obtidos para uma possível conclusão do estudo.

3.5 Variáveis e Indicadores da Pesquisa

Segundo Gil (2005, p.107 *apud* BATISTA, 2011, p.120) “entende-se por variável um valor ou propriedade (característica por exemplo) que pode ser medida através de diferentes mecanismos operacionais que permitem verificar a relação/conexão entre estas características ou fatores”.

Desta forma, seguem em sincronismo as variáveis e indicadores com o objetivo específico da referente pesquisa, para a empresa obter sucesso em meio ao mercado que faz parte, conforme apresentado no Quadro 1.

Vale mencionar que as variáveis relacionadas aos fatores determinantes de sucesso empresarial de MPME foram baseadas nos estudos de Ortigara, Grapeggia, Candido (2011).

Quadro 1 - Variáveis e indicadores da pesquisa.

VARIÁVEIS	INDICADORES
Perfil da Empresa	Nº de empregados, tempo no mercado,

	constituição legal, porte, atividades principais.
Perfil do empreendedor	Sexo, idade, escolaridade, experiência no ramo alimentício, cargo.
Fatores determinantes do sucesso de MPME com foco na gênese do negócio	Características do empreendedor; Planejamento; composição societária e relacionamento entre os sócios; Motivação.
Fatores determinantes do sucesso de MPME com foco na operação do negócio	Fatores internos: (direção e gestão; produção; pessoal; finanças e comercial) e fatores externos: (Fornecedores, clientes, cenário econômico e político, concorrentes).

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018 baseado Ortigara; Grapeggia; Candido (2011).

3.6 Plano de Registro e de Análise de Dados

Para a elaboração desta pesquisa, foram utilizados registros e análise de dados: as entrevistas semiestruturadas realizadas com os empreendedores, através de roteiros enviados via e-mail, aplicativo de mensagens ou até mesmo via ligação telefônica. Este roteiro possui itens de informações relevantes e perguntas fundamentadas ao contexto teórico dividido em 3 (três) sessões: Perfil da empresa, perfil do empreendedor e fatores determinantes do sucesso empresarial com foco na gênese e operação do negócio.

Posterior a coleta, os dados foram analisados de forma qualitativa, apoiando-se nas percepções e sugestões propostas pelos entrevistados, com auxílio da fundamentação teórica.

Vale ressaltar que nem os nomes dos donos de negócios e nem de suas respectivas empresas serão divulgados neste estudo, por solicitação dos empresários entrevistados, visando preservar a sua imagem.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo do estudo, encontra-se os resultados de execução dos objetivos propostos para análise e interpretação de maneira qualitativa, conforme as variáveis da pesquisa descrita. A análise contém informações coletadas junto aos empreendedores, a fim de compreender quais são os fatores para o sucesso das empresas que comercializam refeições saudáveis, seguindo os preceitos da fundamentação teórica.

4.1 Perfil da Empresa

Neste item serão apresentadas as seguintes informações: nº de empregados, tempo no mercado, constituição legal, porte e atividades principais.

Observando o resultado da pesquisa com as empresas que atuam no segmento de alimentação saudável no município de Aracaju, revelou-se informações pertinentes e cotidiana a de qualquer empresa de segmentos distintos. De acordo com o quadro – 2 a organização com maior número de funcionários apresentava 13 colaboradores registrados, no caso dos microempreendedores individuais, estes não possuíam nenhum colaborador em sua organização. De acordo com Soares (2018), essa situação é possível devido a existência da mais recente modalidade, Microempreendedor individual, onde o empreendedor de maneira formalizada pode trabalhar por conta própria ou registrando no máximo até um funcionário em sua empresa. Todas possuem como atividade principal a comercialização de refeições destinadas a venda direta a consumidor

Quadro 2 - Número de Empregados e Tempo de atuação da empresa no mercado

Empresa 1	0 funcionários / 5 anos
Empresa 2	5 Funcionários / 4 anos
Empresa 3	13 Funcionários / 7 anos
Empresa 4	6 Funcionários / 4 anos
Empresa 5	5 Funcionário / 5 ano
Empresa 6	8 Funcionário / 4 anos
Empresa 7	0 Funcionários / 18 meses
Empresa 8	0 Funcionário / 3 anos

Fonte: elaborado pelo autor (2019).
Dados da pesquisa (2019)

Conforme identificado parte das organizações possui um tempo relevante no mercado, em média 4 anos de atuação. Este dado é justificado de acordo com SEBRAE (2016), em que pode ser visualizado que as organizações criadas a partir de 2008 receberam maiores incentivos governamentais e com isso conseguem sobreviver no mercado por tempo acima de 1 ano.

Quanto a constituição legal, duas empresas são MEI (s), uma é Sociedade Empresarial Limitada (Ltda) e as demais se enquadram como Empresa Individual. Em relação ao porte, trata-se de Microempresas (ME).

4.2 Perfil do Empreendedor

Neste item são analisadas informações relativas ao perfil do empreendedor, quanto a: Sexo, idade, escolaridade, experiência no ramo alimentício, cargo.

Visualiza-se que não existe discrepância entre o número de empreendedores do sexo masculino em comparação ao sexo feminino, possuindo uma faixa etária entre 25 e 40 anos. Um fator unânime foi em relação ao nível de escolaridade, ou seja, os que não possuem ensino superior completo, estão em formação. Todos os entrevistados são sócios proprietários da empresa. Em relação a experiência profissional 50% possuem experiência no ramo da alimentação e os outros 50% não possuem experiência alguma relacionada ao ramo de negócio. De acordo com o SEBRAE-SP (2014), a experiência ou conhecimento no ramo pelo empreendedor está diretamente ligado a permanência da organização no mercado.

Vale ressaltar que o perfil do empreendedor obtido neste estudo está em consonância com o perfil do empreendedor de MPME, apontado com as pesquisas do SEBRAE (SEBRAE,2016).

4.3 Fatores Determinantes do Sucesso/Fracasso das MPME com Foco na Gênese do Negócio

Nesta seção serão analisados os seguintes indicadores: característica do empreendedor; planejamento; composição societária, relacionamento entre os sócio e motivação

Nesta parte foram realizadas indagações de modo geral aos empreendedores para poder identificar quais seriam os elementos que levariam sua empresa ao sucesso no mercado que atua.

4.3.1 Características do empreendedor

. As características do empreendedor dentro das organizações podem contribuir de maneira significativa para o desenvolvimento da empresa. Este seria um fator de grande importância para organização, pois o líder possui papel fundamental para o êxito organizacional, o empreendedor tem características particulares que o diferencia dos demais adquirindo dessa forma vantagens competitivas. Com base nisso, os empresários foram questionados sobre as principais características de um empreendedor. Seguem as respostas:

Empreendedor 1 – humildade, bom atendimento ao cliente, planejamento prévio, estudo do mercado, criação de pratos.

Empreendedor 2 – conhecimento sobre o negócio que atua, qualificação, experiência no mercado, qualidade dos produtos, trabalhar não somente visando a lucratividade.

Empreendedor 3 – atencioso, prestativo, precavido, , pessoa qualificada.

Empreendedor 4 – inovação da sua atuação diante o mercado, comunicativo, qualificação dos que fazem parte da organização.

Empreendedor 5 – atencioso com os produtos que comercializa, atuação direta para reconhecimento da sua empresa no segmento que atua, atencioso com cliente, criativo.

Empreendedor 6 – capacitado, inovador, ser prestativo com o cliente, dedicação com sua empresa, planejamento para diminuir os riscos.

Empreendedor 7 – trabalhar com o que gosta, qualidade nos produtos que são comercializados, atencioso no tratamento que possui com o cliente, inovador.

Empreendedor 8 – busca por produtos que o concorrente não oferece, precavido, , atualizado na forma de como comercializar seu produto, cordialidade no atendimento, comunicativo.

Percebe-se, diante dos depoimentos dados, que os empreendedores de alimentos saudáveis, quanto aos principais fatores condicionantes para o sucesso empresarial, mostram convergência com os estudos de Dornelas (2017) e Galvão (2015) quando dizem que empreendedores de sucesso, focam na qualificação, na inovação, na qualidade do produto ou serviço e no cliente. Sendo assim, os empreendedores que buscam por novas ideias possuem um diferencial dentro de segmento. Conforme Dornelas (2017, p.33) “O talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho dessas pessoas especiais, que fazem acontecer. ”.

4.3.2 Planejamento do negócio

Conforme SEBRAE (2014), uma das funções do planejamento é facilitar a vida do empreendedor quanto o conhecimento prévio do mercado antes de iniciar um novo negócio, promovendo assim, maiores chances de sucesso no empreendimento.

Planejamento segundo Ortigara, Grapeggia, Candido (2011, p.50), refere-se “aos fatores relacionados a preparação para o início do negócio. Planejar implica em sair para o mundo e se questionar sobre a relevância das questões externas para o seu negócio.”.

Sobre este tema, na criação e desenvolvimento do negócio, observa-se a importância que é dada pelos empreendedores. Mas as respostas informam que nem todos os empreendedores fizeram um planejamento, inclusive, aqueles que não possuíam conhecimento técnico ou pouco dinheiro para investimento. Cerca de 62,5% dos entrevistados não realizaram um planejamento antes da abertura, mas ressaltaram necessidade logo após o funcionamento da empresa, a saber:

Empreendedor 1 – No início não foi realizado planejamento. Após diversos erros no negócio, o empreendedor começou a realizar planejamentos a curto prazo com base nos erros cometidos, fazendo assim, com que não os repetissem.

Empreendedor 2 – antes da abertura foi realizada uma simples busca de informações sobre o mercado de alimentação saudável e vegana na cidade de Aracaju.

Empreendedor 3 – não realizou nenhum planejamento. Após a criação do negócio observou a necessidade de se preparar melhor.

Empreendedor 4 – não respondeu à pergunta.

Empreendedor 5 – realizou um plano de negócio. Devido ao conhecimento técnico que possuía sabia o quão necessário seria esse fator para sucesso da sua organização.

Empreendedor 6 – realizou um plano de negócio com auxílio do SEBRAE (serviço brasileiro de apoio às micros e pequenas empresas)

Empreendedor 7 – não realizou nenhum planejamento

Empreendedor 8 – realizou um plano de negócio, mas de maneira incompleta sem todas informações necessárias.

A ausência do planejamento poder ser algo fundamental para reduzir longevidade de uma organização em um mercado que se torna cada vez competitivo (SOARES,2018). Percebe-se, por meio dos resultados da entrevista que a ausência do planejamento acaba sendo mais frequente no empreendedor que não possui uma experiência técnica ou profissional, pois, nos casos onde os empreendedores possuem principalmente conhecimento técnico o planejamento foi realizado de alguma forma, mesmo que de forma superficial.

Vale ressaltar com base neste resultado que o planejamento ainda não faz parte da rotina dos empreendedores do ramo de alimentos saudáveis. Ainda são poucos os que se preocupam com a função planejamento.

Esse fato quanto a falta de planejamento reforça a ideia de Alvarenga (2016), a não existência de planejamento nas rotinas do empreendedor é uma das principais causas para mortalidade das micros e pequenas empresas.

Da mesma forma, para Perry (2011 *apud* ALVARENGA, 2016) a implantação do plano de negócio, como auxílio para criação da empresa, diminui os riscos de insucesso elevando a efetividade da organização.

4.3.3 Composições societárias das organizações

No presente trabalho, foi verificado apenas 1 (uma) organização composta pela modalidade LTDA, com divisão do capital social, dessa forma sendo obrigado a ser dessa modalidade (CONTABNET, 2017). As demais por não possuírem sócios encontram-se nas modalidades Empresa Individual.

Quando os donos de negócios foram questionados sobre os motivos pelos quais optaram pela modalidade escolhida (composição societária) e ao relacionamento entre os sócios, apenas um empresário afirmou que possui sócios como estratégia para diminuição da carga tributária e que mantém um bom relacionamento entre eles. Os demais optaram por abrirem um negócio sozinhos e justificaram informando, no caso dos MEI (s) que a legislação não autoriza a introdução de sócios no negócio, os demais informaram que devido ao tamanho do negócio (porte da empresa), não seria necessária participação de sócios. O resultado encontrado difere em parte com Shane, Locke, Colins (2003 *apud* Grapeggia, Ortigara, Candido, 2011) quando dizem que, empreendedores ao iniciar um negócio, geralmente encontra dificuldades para seguir sozinho com o projeto de empreender, podendo ser por falta de capital ou conhecimento para desenvolver o projeto e com isso acabam aderindo a alternativa de dividir o capital social para alcançar o sucesso da organização.

4.3.4 Fator motivação do empreendedor

Este item aborda os principais motivos que impulsionam um empreendedor a iniciar um negócio. Segundo SEBRAE (2014), os principais motivos são: o desejo do empreendedor em ter seu próprio negócio; identificação de uma oportunidade; necessidade existente entre

clientes; aumento de valor monetário das pessoas e demais motivos, até mesmo como desemprego ou necessidade em criar algo para desenvolver alguma atividade (SEBRAE, 2014).

Neste estudo cerca de 85% dos empresários entrevistados iniciaram a criação do negócio por alguma necessidade, seja por estar desempregado ou por colocar em prática algum tipo de conhecimento adquirido com a experiência no ramo de alimentação ou por terem feito cursos específicos e até mesmo por tentarem ficar livres do mercado de trabalho convencional deixando de ser empregado em outras organizações. Apenas 15 % enxergaram uma oportunidade no mercado para dá início ao negócio.

Empreendedor 1 – desejo em possuir seu próprio negócio, colocar em prática o que aprendeu na sua vida acadêmica, uma forma de se mostrar útil para sociedade em criar um negócio, contribuindo de alguma forma para um mundo melhor.

Empreendedor 2 – contribuir com a melhoria da qualidade de vida da sociedade, fornecer saúde em forma de comida, participar do despertar dos indivíduos para uma vida saudável. Expandir esse segmento.

Empreendedor 3 – possuir horários flexíveis trabalhando por conta própria, admiração pela vida empreendedora de correr riscos e não seguir uma linha metódica que todos possuem na sociedade.

Empreendedor 4 – ideia de que a alimentação saudável e vegetariana precisa ser espalhada, compartilhar de ideias e estilo de vida voltado para uma melhor saúde, física e espiritual da sociedade.

Empreendedor 5 – colocar em prática sua experiência técnica acadêmica e experiência gastronômica, além de observar a procura feita pela sociedade por alimentos saudáveis. Buscar novos conceitos. Associar sabor e saúde em seus pratos.

Empreendedor 6 – aumento da sua renda monetária, trabalhar sem ter alguém limitando suas novas ideias e sonhos. Colocar em prática o que aprendeu na sua vida acadêmica. Enxergar o segmento como algo em crescimento.

Empreendedor 7 – por não estar satisfeita na antiga área que atuava. Desemprego.

Empreendedor 8 – por estar desempregado com dificuldades em encontrar um emprego digno dos seus conhecimentos.

Os resultados apresentam uma divergência entre o estudo de Galvão (2015), em que informa que existiu um aumento considerado nos empresários que criaram um negócio observando uma oportunidade. Mas por outro lado, tal estudo mostrou-se coerente em relação a pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor*, (GEM,2016), devido a recessão que o país sofre desde 2014, o cenário econômico ficou prejudicado, aumentando assim o índice

de desemprego, dessa forma a criação de negócios por necessidade acabou aumentando.

Ribas (2011) ressalta que o movimento empreendedor, possui como motivação o enfrentamento de riscos na criação do negócio ligado a uma recompensa futura.

4.4 Fatores Determinantes do Sucesso/Fracasso com Foco na Operação do Negócio

Nesta seção, são mostrados fatores ligados a operação da organização no mercado que atua. Operação está, que pode resultar em sucesso ou fracasso. Além de destacar os fatores internos (controláveis) e externos (não controláveis) pelo empreendedor (ORTIGARA, GRAPEGGIA, CANDIDO, 2011).

4.4.1 Fatores internos que condicionam o sucesso organizacional

Chegando nesta parte da pesquisa, pode ser observado o uso dos fatores que os empreendedores possuem controle para fomentar seu negócio diante da concorrência. Mas vale ressaltar o pouco de conhecimento ou pensamento confuso dos entrevistados para diferenciação dos fatores externo e interno.

Dessa forma, utilizou-se da fundamentação teórica para melhor interpretação dos empreendedores. Pois, para Lezana, Tonelli (1998 *apud* ORTIGARA, GRAPEGGIA, CANDIDO, 2011), estes fatores influenciam diretamente o funcionamento da organização, sendo que os internos podem ser alterados pelos gestores para um melhor desenvolvimento da empresa no mercado.

Para detalhar melhor o uso dos fatores internos como estratégia de sucesso, foram descritos alguns fatores ligados ao grau de importância dada pelo empreendedor, sendo (1) não importante; (2) pouco importante; (3) indiferente; (4) importante e (5) muito importante. Como pode ser observado no quadro - 3

Quadro 3 - Fatores internos condicionantes do sucesso usado pelos empreendedores

Fatores	Média	Classificação
Conhecer o mercado auxilia o sucesso da empresa	5	1º

Adequar os produtos e serviços às necessidades do mercado e dos clientes contribui para o sucesso	5	1º
Para uma gestão de sucesso é necessário saber lidar com situações novas.	4,5	3º
Para uma administração de sucesso é preciso conhecer as leis que regem o negocio	2,5	6º
Para ter uma gestão de sucesso é preciso um mecanismo de controle administrativo efetivo.	3,75	4º
A gestão do capital de giro contribui para o sucesso da empresa.	4,60	2º
O preço dos produtos / serviços é um fator que influencia o sucesso da empresa	3,10	5º

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Após análise das respostas onde os empreendedores informaram o grau de importância sobre cada fator, verificou-se o grau de importância que possuem os fatores internos por parte de todos os gestores, alcançando uma média geral acima de 4 (quatro), ou seja, esses fatores que são relevantes para a o negócio.

Apresentando-se de maneira mais detalhada, os fatores ligados ao conhecimento do mercado e ajuste de produtos/serviços para as necessidades dos clientes, ocuparam o primeiro lugar no grau de importância, justificando relatos passados, em que, empreendedores informaram que o segmento de alimentação saudável possui bastante mudanças, por esse motivo o olhar para esses fatores seria imprescindível.

Logo em seguida vem o fator financeiro, como aplicação do capital de giro, algo fundamental para pode aumentar a produção com a compra de equipamentos. O preparo para lidar com as mudanças do mercado deve existir, pois são constantes essas mudanças no segmento de alimentação saudável. Sobre o controle administrativo, os empreendedores consideram importante, mas nem tanto, com base na pesquisa, identificou-se que a maior parte

possui conhecimento básico. O fator preço possui pouca importância, porém alguns empreendedores relataram que deve existir um preço competitivo. Por último, o grau de conhecimento de leis que regem o negócio, em que alguns relataram que possuem assessoria para tratar desse assunto.

Apesar de uma média geral alta acerca desses fatores, os fatores que apresentaram uma média baixa no grau de importância se relacionam ao conceito de Gomes, Pires, Piau (2005 *apud* GALVÃO, 2015) quando dizem que o amadorismo ainda segue alguns pequenos empreendedores dificultando a gestão dos fatores internos da empresa. No tocante aos fatores que os empreendedores deram maior importância, esses coincidem com o estudo de Grapeggia, Ortigara e Candido, (2011).

4.4.2 Fatores externos que condicionam o sucesso organizacional

Conforme Medeiros, Machado (2012 *apud* BRITTO 2015), dentre os fatores existentes, os externos geralmente são relatados como sendo mais tendenciosos a negatividade do que a positividade do desenvolvimento do negócio. Vale ressaltar que os fatores externos, fogem do controle dos empreendedores.

Dessa forma, como apresentado no quadro 3 na seção anterior, o quadro 4 apresenta os principais fatores externos e grau de importância que possui para os empreendedores entrevistados, sendo utilizada a mesma metodologia para análise dos dados do quadro 3.

Quadro 4 - Fatores externos condicionantes do sucesso usado pelos empreendedores

Fatores	Média	Classificação
Ter acesso facilitado e financiamentos auxilia o sucesso da empresa	4,65	1º
Poucos clientes atrapalham o negócio	4,20	2º
Ter financiamento de compras com fornecedores auxilia uma gestão de sucesso	2,40	5º
A relação entre preço e quantidade na compra é um fator relevante para o sucesso da empresa	2,60	4º
Facilitar o financiamento nas vendas para	1,5	6º

os clientes contribui para o sucesso do empreendimento		
A concorrência determina o sucesso da empresa	3,25	3º

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018 baseado em Candido, Grapeggia, Ortigara (2011).
Dados da pesquisa (2018).

Conforme dados apresentados, não existiu nenhum fator externo que apresentasse nota máxima no grau de importância dos empreendedores.

Relacionando o fator de acesso a financiamentos, pode-se observar o maior grau de importância que recebeu dos empreendedores, informando que a compra de equipamentos, instalações físicas para cumprimento de normas da vigilância sanitária ou até mesmo uma futura mudança do local físico se caso fosse necessário seria importante a tomada de empréstimos financeiros para crescimento do negócio, mas os empreendedores relatam dificuldade para realizar esses investimentos. Esse relato se assemelha ao conceito de Dornelas (2017), ressaltando que dificuldades existem para adesão de empréstimo, porém, os pequenos empreendedores não possuem estratégias para obter outras opções de incentivos monetários, como habilidades para negociar e uma boa rede de contatos para observar outras alternativas.

Logo em seguida, com uma média pouco maior que 4 (quatro), o fator que se refere a cartela de clientes, muitos informaram que uma boa quantidade de cliente interfere diretamente o negócio, pois, o crescimento da organização depende dos clientes, mas ressaltaram que apesar de um crescimento do segmento, muitas pessoas associam a comida saudável a uma comida que não possui sabor ou a comida destinada para pessoas com alguma restrição alimentar.

O fator concorrência apresentou uma média pouca acima de 3 (três) não possuindo de maneira geral um alto grau de importância. Contrário ao conceito Dornelas (2017), pois, o estudo sobre a concorrência é algo essencial para o sucesso da organização.

Relacionando preço e quantidade, os empreendedores de comidas saudáveis informaram que existem uma particularidade que causa dificuldade nesse fator, pois, todos informaram que trabalham com itens que possuem valores elevados. Dessa forma, os preços dos produtos não são atrativos. Devido a não possuir um preço tão atrativo nos itens comercializados, os empreendedores do ramo informam que é importante a política de prazo e desconto de acordo com a quantidade da compra.

Já em relação ao acesso de financiamentos diante dos fornecedores, apesar de uma média baixa, alguns empreendedores relataram conforme a instabilidade política que passa o país, prazos oferecidos de maneira geral auxiliam a sobrevivência do negócio em momentos de

dificuldades. Os mesmos informam que o cenário político interfere de maneira direta, pois, é responsável pelos incentivos que as empresas precisam.

Apesar de relatos consistentes, a média de importância para esses fatores foi relativamente baixa, divergindo de maneira geral com os fatores determinantes de sucesso empresarial, encontrados nos estudos teóricos pesquisados.

Deste modo, através das respostas obtidas, mostra-se que as ações que vem sendo tomadas pelos empreendedores como: inovação, o planejamento, o estudo de mercado, a criação de produtos para atender uma demanda neste recente mercado de alimentação saudável, torna-se essencial para manter o negócio em atividade. Vale observar que muitos empreendedores seguem buscando novas atualizações no segmento, pois informam que o mercado pode apresentar um crescimento ainda maior.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se iniciou este trabalho de pesquisa, percebeu-se a importância de estudar o sucesso organizacional das empresas relacionadas ao segmento de alimentação saudável que apresentam crescimento em uma economia em retração, mostra-se relevante o estudo de um novo segmento, pois, desta forma é possível encontrar soluções para os empreendedores enfrentar as adversidades que possam acontecer. Diante disso a presente pesquisa teve como objetivo principal, analisar os fatores determinantes para o sucesso das MPME (s) que comercializam refeições saudáveis. Tal objetivo foi alcançado, tendo em vista os relatos consistentes dos gestores das organizações, uma vez que possuem experiência no mercado de alimentos saudáveis.

Dessa forma, neste trabalho foi identificado um perfil característico dos empreendedores brasileiros, com idade mediana, bom nível de escolaridade de ambos os sexos, com boa parte possuindo experiência profissional relacionada ao segmento que de certa forma contribui para um bom funcionamento organizacional.

Fatores ligados a gênese do negócio se mostra essencial na criação e desenvolvimento da organização, esta, liga-se as atitudes do gestor. Espírito empreendedor diante a empresa, planejamento, pois, algo projetado com maior dedicação será propício ao sucesso, da mesma forma será de grande importância o fator motivacional da pessoa em relação a abertura de um negócio, bem como a organização de como será criada essa empresa, como a composição societária.

Relacionado a operação do negócio foram identificados os fatores internos e externos, sendo os internos fatores controláveis como: gestão, produção, pessoal, finanças e o comercial. Dentro da mesma importância, verificou-se os externos como: fornecedores, clientes, concorrentes dentre outros. Desse modo, o resultado encontrado demonstra que esses fatores com foco na gênese e operação contribuem para o sucesso da organização apesar dos empreendedores dessa pesquisa possuírem algumas limitações diante desses fatores.

No tocante as principais dificuldades que levam ao impedimento do sucesso das empresas que comercializam refeições saudáveis em Aracaju-SE, são similares com as encontradas em outros segmentos, a exemplo: da falta de preparo dos empreendedores para gerir o negócio; da não utilização de planejamento ou da falta de conhecimento sobre o plano de negócio na pré-abertura da empresa, de políticas públicas para incentivo as pequenas empresas, da falta do espírito empreendedor, de estruturas precárias, além de conjuntura econômica apresentada no país.

Sobre estratégias que os donos de negócios entrevistados estão realizando para manter suas empresas, principalmente aqueles que possuem um conhecimento técnico, destacaram-se: as inovações, estudos do mercado, qualificações e treinamentos, além da observação das necessidades dos seus clientes, criação de um melhor canal entre empresa e consumidor.

A devida pesquisa não somente possui contribuições para aqueles que desejam empreender no segmento de alimentação saudável, mas também abrange aqueles que almejam empreender em diferentes ramos de negócio, pois os conceitos são os mesmos, existindo, apenas pequenas particularidades de cada segmento. Demonstrando assim, que o sucesso do empreendedor não está ligado diretamente aos segmentos que estão em crescimento como o da alimentação saudável, mas possui ligação direta com o seu comportamento diante a criação e desenvolvimento do negócio, devendo existir máxima dedicação e empenho na gestão da sua empresa.

Como limitações do estudo, destacam-se: tempo restrito para melhor desenvolvimento da pesquisa, questões financeiras, pois, alguns órgãos públicos cobravam por informações solicitadas para a realização desta pesquisa e a falta de interesse por parte de alguns empreendedores em participar da pesquisa. Por outro lado, mesmo com essas limitações o alcance do resultado desejado foi alcançado, sendo sugerido para pesquisas futuras acerca dessa temática, o estudo dos fatores determinantes do sucesso empresarial em empresas deste mesmo segmento e de maior porte que atuam em outras regiões do país, além da comparação com estabelecimentos que fornecem refeições triviais e refeições funcionais..

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA - ANVISA. **Alimentos Funcionais**. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/resultado-de-busca?p_p_id=101&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_101_struts_action=%2Fasset_publisher%2Fview_content&_101_assetEntryId=2866855&_101_type=content&_101_groupId=219201&_101_urlTitle=alimentos-funcionais&inheritRedirect=true>. Acesso em 15 mar. 2019
- ALVARENGA, A.R. **Estudo dos fatores contribuintes para a mortalidade das micros e pequenas empresas do Estado do Maranhão**. São Paulo Jul/2016
- BATISTA, E. U. R. **Guia de orientação para trabalhos de Conclusão de Curso: relatório, artigo e monografias**. Aracaju: FANESE, 2011. *E-book*. Disponível em: <<http://academico.fanese.edu.br/>>. Acesso em 15 set. 2018
- BRITTO, R. G. **Significados de crescimento e de sucesso para empreendedores do setor de vestuário**. Maringá, 2015.
- CERVO, A. L.; SILVA, R., BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CHEMIN, B. F. **Manual da univates para trabalhos acadêmicos: planejamento, elaboração e apresentação**. 3 ed. Lajeado: Univates, 2015.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. rev. E atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007
- CONTABNET. **Conheça todos os tipos de empresas antes de abrir a sua**. Agosto 2017. Disponível em: <<https://contabnet.com.br/blog/tipos-de-empresa/>>. Acesso em 04 maio. 2019
- COUTINHO, C. P. **Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: Teoria e prática**. 2. ed. Coimbra: Almedina, 2014.
- Dornelas, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio**. -6. Ed. – São Paulo: Empreender/atlas, 2017
- DATASEBRAE. **Sobrevivência das empresas**. Sebrae, 2016. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/sobrevivencia-das-empresas/>>. Acesso em 31 maio 2019
- FARIAS, A. N. **Organização de empresas – empresa- previsão, planejamento e implantação**. 5 ed. rev. Atual. Rio de Janeiro, livros técnicos e científicos, 1979. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901983000100010> . Acesso em 30 junho 2019
- DOLABELA, F. C. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

FERRO, R. J. **Sucesso empresarial vai muito além dos resultados no curto prazo.** Revista época, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901983000100010>. Acesso em 01 de junho 2019

FGV INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA. **Cenário econômico muito incerto.** Boletim Macro IBRE. Brasília: FGV, julho 2018. Disponível em: <<https://portalibre.fgv.br/main.jsp?lumChannelId=4028818B3BDE4A56013C071D0C174AD1>>. Acesso em 22 agosto. 2018

KLAFKE, S. R. **O crescimento do mercado de alimentação saudável.** Sebrae- rs, 2018. Disponível em: <<https://sebraers.com.br/alimento/o-crescimento-do-mercado-de-alimentacao-saudavel/>>. Acesso em 17 abril. 2019

KOTLER, P. **Administração de marketing.** 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000

GALVÃO, C. C. A. **Fatores de sucesso para a abertura e sobrevivência das micros e pequenas empresas do Estado de Pernambuco participantes do prêmio MPE Brasil 2013.** Recife: FBV/ 2015.

GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. (org) **Métodos de pesquisas.** Porto Alegre Universidade aberta do Brasil- UAB/UFRGS e Curso de Graduação Tecnologia – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/ UFRGS, 2009. *E-book.* Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2018.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil: 2016.** Disponível em:<[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/\\$File/7592.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/$File/7592.pdf)>. Acesso em 05 maio. 2019

GONÇALVES, V. **Cinco passos para começar um negócio de sucesso.** 2012. Disponível em: <<https://novonegocio.com.br/montar-negocio/cinco-passos-para-comecar-um-negocio-de-sucesso/>>. Acesso em 02 junho 2019.

GRAPEGGIA, M; LEZANA, R. G. A; ORTIGARA, A. A; Santos, F.C.P. **Fatores condicionantes de sucesso e /ou mortalidade de micro e pequenas empresas em Santa Catarina.** Florianópolis – SC set/2011.

LOPES, R. M. A.(org) **Ensino de empreendedorismo no Brasil:** panorama, tendências e melhores práticas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=RB83DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR23&dq=LOPES,+R.+M.+A.\(org\)+Ensino+de+empreendedorismo+no+Brasil:+panorama,+tend%C3%A2ncias+e+melhores+pr%C3%A1ticas.+Rio+de+Janeiro:+Alta+Books,+2017&ots=1UGgwo07a-&sig=LRLn6-PC9ECQRHuh7fLO1kLoo1M#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=RB83DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR23&dq=LOPES,+R.+M.+A.(org)+Ensino+de+empreendedorismo+no+Brasil:+panorama,+tend%C3%A2ncias+e+melhores+pr%C3%A1ticas.+Rio+de+Janeiro:+Alta+Books,+2017&ots=1UGgwo07a-&sig=LRLn6-PC9ECQRHuh7fLO1kLoo1M#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em 12 set. 2018

MACHADO, G. **O que é ter sucesso para você?** . Guilhermemachado. Disponível em: <<http://guilhermemachado.com/o-que-e-ter-sucesso-para-voce>> Acesso em: 27 mar. 2019

MASCARENHAS, S. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

SCHUMPETER, J. **The theory of economic development**. Harvad University Press, 1949. Disponível em < https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=schumpeter+j.+%281949%29.+the+theory+of+economic+development.+&btnG=>. Acesso em 02 junho 2019.

SERAFIM, M. **O papel do empreendedor na globalização**. Administradores.com 2012. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/o-papel-do-empendedor-na-globalizacao>>. Acesso em 30 maio 2019.

ORIGEM DA PALAVRA. **Sucesso**. 2011. Disponível em: <<https://origemdapalavra.com.br/pergunta/origem-da-palavra-sucesso>>. Acesso em: 27 mar. 2019

PEROVANO, D. G. **Manual de metodologia da pesquisa científica**, Curitiba: InterSaberes, 2016. *E-book*. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/#/interesses>>. Acesso em 15 de set. 2018

RIBAS, R. **A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação**. Caderno de Administração da PUC-SP, São Paulo, v.5 n.1, 2011. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/7781/6624>>. Acesso em 02 junho 2019

RODRIGUES, W. C. **Metodologia científica**. Paracambi: FAETEC/ITS, 2007. *E-book*. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/#/interesses>>. Acesso em 15 de set. 2018

SANTINI. S. **Empreendedorismo e sobrevivência de empresas**. Santa Maria – RS 26 fev. 2013.

SEBRAE NACIONAL. **Leis geral das micros e pequenas empresas**. Brasil, 2019. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> . Acesso 19 mar. 2019

SEBRAE NACIONAL. **Alimentação saudável cria ótimas oportunidades de negócios**. Brasil, 2019. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/segmento-de-alimentacao-saudavel-apresenta-oportunidades-de-negocio,f48da82a39bbe410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso 16 abril. 2019

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. Brasília: SEBRAE, 2016.

SEBRAE-SP. Causa Mortis: o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros cinco anos de vida. SEBRAE, JUL 2014.

SEBRAE. Unidade de gestão estratégica: Perfil do Microempreendedor individual 2015. Brasília – DF, 2016.

SOARES, S.S. Sobrevivência das Micro e Pequenas Empresas do Estado do Rio Grande do Norte entre 1980 e 2016. Natal/RN, 2018.

VELOSO, C.A. 27 ideias de negócios em alta e que devem crescer ainda mais. Pegn 2016. Disponível em:< <https://revistapegn.globo.com/Como-abrir-uma-empresa/noticia/2016/10/27-ideias-de-negocios-em-alta-e-que-devem-crescer-ainda-mais.html> >. Acesso em 31 maio 2019

VERGARA, S.C. Projetos e relatórios de pesquisas em administração. 10. Ed. São Paulo. Atlas, 2009.

APÊNDICE

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista para empreendedores do segmento alimentos saudáveis no município de Aracaju-SE.

Perfil da empresa:

1. Nome da empresa?
2. Há quanto tempo a empresa está no mercado?
3. Qual o porte da empresa de acordo com o faturamento ou número de funcionários?
4. Número de empregados atualmente?
5. Constituição legal?
6. Atividade principal?

Perfil do empreendedor

7. Qual a idade do empreendedor e sexo?
8. Grau de escolaridade?
9. Tempo de experiência no ramo alimentício?
10. Cargo que exerce na empresa?

Fatores determinantes do sucesso/fracasso de MPME com foco na gênese do negócio

11. Características do empreendedor?
12. Quais os fatores característicos do empreendedor que o fazem intervir no processo de criação e desenvolvimento da sua empresa?
13. Quais os fatores condicionantes do sucesso de sua empresa?
14. Planejamento: você se preparou para abrir o seu negócio? Como?
15. Como você planejou o processo de criação e desenvolvimento do seu negócio?
16. Composição societária e relacionamento entre os sócios – Quais fatores impactaram na decisão de abrir a sua empresa sozinho ou com sócios? Justifique.
17. Motivação – Quais fatores lhe motivaram a abrir o seu negócio? Justifique cada um.

Fatores determinantes do sucesso/fracasso de MPME com foco na operação do negócio.

Aspetos internos

18. Quais são os principais fatores internos (que você tem domínio) e lhe ajudam a gerenciar a sua empresa?

19. Quais as principais dificuldades internas que você identifica na gestão do seu negócio?

20. Quais as estratégias adotadas para superar as dificuldades encontradas na gestão de seu negócio? Marque de 1 a 5, sendo (1) não é importante e (5) muito importante.

Fatores	(1) Não é importante (2) Pouco importante (3) Indiferente (4) importante (5) Muito importante
Conhecer o mercado auxiliar no sucesso da empresa.	(1) (2) (3) (4) (5)
Adequar os produtos e serviços às necessidades do mercado e dos clientes contribui para o sucesso.	(1) (2) (3) (4) (5)
Para uma gestão de sucesso é necessário saber lidar com situações novas.	(1) (2) (3) (4) (5)
Para uma administração de sucesso é preciso conhecer as leis que regem o negocio.	(1) (2) (3) (4) (5)
Para ter uma gestão de sucesso é preciso um mecanismo de controle administrativo efetivo.	(1) (2) (3) (4) (5)
A gestão do capital de giro contribui para o sucesso da empresa.	(1) (2) (3) (4) (5)
O preço dos produtos/serviços é um fator que influencia o sucesso da empresa	(1) (2) (3) (4) (5)

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018 baseado em Candido, Grapeggia, Ortigara (2011).

Aspectos externos

22. Quais fatores externos (fogem do controle do empreendedor) determinantes para o sucesso do seu negócio?

23. Quais as principais dificuldades externas que você identifica na gestão do seu negócio? Marque de 1 a 5, sendo (1) não é importante (5) muito importante

Fatores	(1) Não é importante (2) Pouco importante
---------	---

	(3) Indiferente (4) importante (5) Muito importante
Ter acesso facilitado e financiamentos auxilia o sucesso da empresa	(1) (2) (3) (4) (5)
Poucos clientes atrapalham o negocio	(1) (2) (3) (4) (5)
Ter financiamento de compras com fornecedores auxilia uma gestão de sucesso	(1) (2) (3) (4) (5)
A relação entre preço e quantidade na compra é um fator relevante para o sucesso da empresa	(1) (2) (3) (4) (5)
Facilitar o financiamento nas vendas para os clientes contribui para o sucesso do empreendimento	(1) (2) (3) (4) (5)
A concorrência determina o sucesso da empresa	(1) (2) (3) (4) (5)
Oferta de insumos	

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018 baseado em Candido, Grapeggia, Ortigara (2011).