

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

CRISTIANE PASQUALI

**FATORES DETERMINANTES NO GERENCIAMENTO DE NEGÓCIOS DE
MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DO SETOR DE PRODUÇÃO DE
ALIMENTOS DA CIDADE DE FRANCISCO BELTRÃO**

**FRANCISCO BELTRÃO
2019**

CRISTIANE PASQUALI

**FATORES DETERMINANTES NO GERENCIAMENTO DE NEGÓCIOS DE
MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DO SETOR DE PRODUÇÃO DE
ALIMENTOS DA CIDADE DE FRANCISCO BELTRÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Engenharia de Produção da UTFPR- Universidade Tecnológica Federal do Paraná em exigência para obtenção do título de Especialista em Engenharia de Produção.

Orientador: Prof. Dr. Lindomar Subtil de Oliveira

Coorientadora: Profa. Dra. Andriele de Prá Carvalho

**FRANCISCO BELTRÃO
2019**



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Francisco Beltrão
Diretoria de Pesquisa e Pós-Graduação
Especialização em Engenharia de Produção



TERMO DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização

FATORES DETERMINANTES NO GERENCIAMENTO DE NEGÓCIOS DE MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DO SETOR DE PRODUÇÃO DE ALIMENTOS DA CIDADE DE FRANCISCO BELTRÃO

por

CRISTIANE PASQUALI

Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização apresentado às 08 horas e 00 min. do dia 14 de dezembro de 2019, como requisito parcial para obtenção do título de especialista em Engenharia de Produção, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Francisco Beltrão. A candidata foi arguida pela Banca Avaliadora composta pelos professores que abaixo assinam este Termo. Após deliberação, a Banca Avaliadora considerou o trabalho aprovado.

Lindomar Subtil De Oliveira

Professor Orientador

Andriele De Prá Carvalho

Professora Coorientadora

Membro da Banca

Paula Regina Zarelli

Membro da Banca

Prof. Maiquiel Schmidt de Oliveira

Responsável pela Coordenação do CEEP
Curso de Especialização em Engenharia de Produção

***A FOLHA DE APROVAÇÃO ORIGINAL (ASSINADA) ENCONTRA-SE NA COORDENAÇÃO DO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO.***

**À meu avô, José Clarindo dos Santos, pelo incentivo
aos estudos.**

AGRADECIMENTOS

Agradeço a UTFPR Campus de Francisco Beltrão por ofertar o curso de Especialização em Engenharia de Produção de forma gratuita e com qualidade.

Agradeço a todos os professores e em especial ao meu orientador, professor Dr. Lindomar Subtil de Oliveira.

Agradeço a todos que contribuíram para a realização deste trabalho: o secretário municipal de desenvolvimento econômico e tecnológico, Inácio M. R. Pereira; a coordenadora e agente de desenvolvimento da Sala do Empreendedor: Ângela Paludo; e os microempreendedores individuais do setor de alimentação do município que participaram desta pesquisa.

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo identificar os fatores determinantes para o gerenciamento dos negócios de microempreendedores individuais (MEIs) do setor de produção de alimentos no município de Francisco Beltrão – PR. Ressalta-se a importância dos microempreendedores individuais para a economia por representarem fonte de renda, formalização de negócios e geração de empregos. O setor foi escolhido por ser considerado essencial às pessoas no sentido em que atendem necessidades de alimentação e por ser importante fomentar a fabricação de produtos de maior valor agregado. A pesquisa caracterizou-se como aplicada, descritiva e quantitativa. Realizou-se uma pesquisa bibliográfica sobre os assuntos relacionados, fez-se o levantamento dos empreendedores e uma pesquisa com eles a fim de diagnosticar fatores determinantes relacionados ao gerenciamento dos seus negócios. Obteve-se um retorno de 35,11% da pesquisa. Atender a legislação nas boas práticas de fabricação, ter persistência/perseverança, dedicação em tempo integral ao negócio, ter um eficiente controle financeiro e gestão do capital de giro próprio, e manter um crescimento de clientes e de vendas, foram alguns dos pontos considerados determinantes para o sucesso dos negócios pelos empreendedores. Ainda, outros aspectos concernentes à qualificação dos MEIs, à gestão do negócio, à relação com o mercado e à avaliação de resultados, também foram considerados relevantes. Dada a importância dos MEIs para a economia, destaca-se que as atividades desenvolvidas por esse segmento de empreendedores exige empenho, capacitação e profissionalização na gestão do negócio. Ao final deste trabalho, as sugestões direcionaram-se para novos estudos escolhendo-se empresas de forma intencional para controlar variáveis ou ainda investigar perfis dos empreendedores e aprofundar a análise em forma de estudo de casos com os perfis encontrados.

Palavras-Chave: Gestão de negócios, Fatores de sucesso, Microempreendedor individual, Empreendedorismo.

ABSTRACT

The present work aimed to identify the determining factors for the business management of individual microentrepreneurs (MEIs) of the food production sector in Francisco Beltrão - PR. The importance of individual microentrepreneurs for the economy is highlighted because they represent a source of income, formalization of business and job creation. The industry was chosen because it is considered essential to people in meeting their food needs and because it is important to foster the manufacture of higher value-added products. The research was characterized as applied, descriptive and quantitative. A bibliographic research on the related subjects was carried out, the survey of the entrepreneurs and a research with them in order to diagnose determining factors related to the management of their business. A return of 35.11% of the research was obtained. Compliance with good manufacturing practices, persistence / perseverance, full-time business dedication, efficient financial control and working capital management, and customer and sales growth were some of the key factors for business success by entrepreneurs. Other aspects concerning the qualification of the MEIs, the business management, the relationship with the market and the evaluation of results were also considered relevant. Given the importance of the MEIs for the economy, it is noteworthy that the activities developed by this segment of entrepreneurs requires commitment, training and professionalization in business management. At the end of this work, the suggestions were directed to new studies by intentionally choosing companies to control variables or to investigate entrepreneurs' profiles and to deepen the case study analysis with the found profiles.

Key words: Business management, Success factors, Individual microentrepreneurs, Entrepreneurship.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Classificação do porte de empresas no Brasil	19
Tabela 2 - Atividades relacionadas a alimentos descritas entre as mais frequentes entre os MEIs	23
Tabela 3 - Relação de atividades desenvolvidas pelos MEIs	35
Tabela 4 - Atividades mais frequentes entre os MEIs	36
Tabela 5 - Características gerais dos MEIs	37
Tabela 6 - Fatores avaliados como sendo de grande importância pela maioria dos MEIs	40

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Crescimento do número de microempreendedores	21
Figura 2 - Resultado da avaliação de fatores referente às questões de 1 a 4	40
Figura 3 - Resultado da avaliação de fatores referente às questões de 5 a 7	42
Figura 4 - Resultado da avaliação de fatores referente às questões de 8 a 10	43
Figura 5 - Resultado da avaliação de fatores referente às questões de 11 a 14	44
Figura 6 - Resultado da avaliação de fatores referente às questões de 15 a 18	46

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fatores condicionantes do sucesso empresarial	25
Quadro 2 - Fatores contribuintes para a sobrevivência/mortalidade de empresas	25
Quadro 3 - Fatores de sucesso relacionados a produção e serviços de comidas e bebidas	28
Quadro 4 - Características dos empreendedores de sucesso	29

LISTAS DE SIGLAS

CNAE	CLASSIFICAÇÃO NACIONAL DE ATIVIDADES ECONÔMICAS
IBGE	INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA
MEI	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL
MPE	MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
SEBRAE	SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 OBJETIVOS	14
1.1.1 Objetivo Geral	14
1.1.2 Objetivos Específicos	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1 Empreendedorismo	16
2.2 Micro e pequenas empresas e a figura do microempreendedor individual	18
2.3 Fatores determinantes para o desempenho dos negócios dos MEIS	23
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	30
3.1 Caracterização da pesquisa	30
3.2 Coleta de dados	31
3.3 Análise dos dados	33
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	35
4.1 Caracterização dos MEIS	35
4.2 Fatores que podem influenciar o gerenciamento do negócio	39
4.3 Alternativas para os fatores identificados visando contribuir para o gerenciamento dos negócios	47
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERÊNCIAS	52
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	56

1 INTRODUÇÃO

É representativa a parcela de micro e pequenas empresas no Brasil. Nos últimos anos a participação delas foi incrementada pelos microempreendedores individuais. Neste ano, a lei que criou esta figura jurídica completou 10 anos de existência (Ministério da Economia, 2019).

Microempreendedor Individual (MEI) é um profissional que se cadastra como empresário e passa a ter obrigações e direitos de uma pessoa jurídica (Portal do empreendedor, 2019).

Tendo em vista a participação dessas empresas e o potencial de contribuição para a sociedade através da geração de trabalho e renda, assim como o desenvolvimento dos negócios para a economia, tem crescido os estudos sobre o tema do empreendedorismo.

Com as mudanças das relações de trabalho e com o desemprego ainda alto, o MEI tem se transformado não só em uma opção de ocupação temporária ou estratégia de sobrevivência, como também uma maneira de prestar serviços a terceiros, realizar diferentes trabalhos e obter renda atuando como pessoa jurídica a um custo baixo (G1, 2019).

De acordo com a Agência Brasil (2019) a renda obtida como microempreendedor individual (MEI) é a única fonte de recursos de 1,7 milhão de famílias no Brasil, conforme a 6ª pesquisa Perfil do MEI, feita pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Esse trabalho de conclusão de curso de pós-graduação em Engenharia da Produção propôs estudar empresas caracterizadas como microempreendedores individuais do setor de produção de alimentos da cidade de Francisco Beltrão/PR.

O setor foi escolhido por ser considerado essencial às pessoas no sentido em que atendem necessidades de alimentação, sendo então interessante aos consumidores terem diversas opções de empresas para avaliar e decidir a compra nos quesitos que considerarem importantes, como por exemplo, a qualidade e/ou preço dos produtos e assim fomentar a fabricação de produtos de maior valor agregado.

Dada a importância dos MEIs na economia, destaca-se a problemática a respeito da caracterização deles e da identificação de fatores que influenciam no gerenciamento de seus negócios. Entende-se que identificar características e como

estão constituídos, além de como estão avaliando fatores relacionadas à gestão, contribui para conhecer melhor este tipo de empreendedor e sua realidade.

Como justificativas para a realização do estudo, destacam-se: o interesse próprio pelo tema como professora da área de Administração e consultora empresarial, a possibilidade de gerar informações que podem ser subsídios para os empreendedores, a possível contribuição para estudos de empreendedorismo na área de Engenharia de Produção e também para o poder público (Prefeitura) a fim de estimular e promover ações junto aos empreendedores.

O trabalho foi organizado em 5 capítulos, sendo o capítulo 1 dedicado a esta introdução, objetivo geral e objetivos específicos.

No capítulo 2 apresenta-se o referencial teórico sobre empreendedorismo, micro e pequenas empresas e a figura do microempreendedor individual (MEI) e fatores determinantes para o desempenho dos negócios dos MEIs, temas que fundamentam este trabalho.

O capítulo 3 apresenta os procedimentos metodológicos. A pesquisa caracterizou-se como aplicada, descritiva e quantitativa. Realizou-se uma pesquisa bibliográfica sobre os assuntos relacionados, fez-se o levantamento dos microempreendedores e uma pesquisa com eles através de questionário a fim de diagnosticar fatores determinantes relacionados ao gerenciamento dos seus negócios.

O capítulo 4 apresenta os resultados e discussões em três subtítulos: caracterização dos MEIs, fatores que podem influenciar o gerenciamento do negócio e alternativas para os fatores identificados visando contribuir para o gerenciamento dos negócios.

O capítulo 5 apresenta as considerações finais, a principal contribuição deste trabalho, limitações e sugestões para estudos futuros.

Antes de apresentar os objetivos coloca-se o problema de pesquisa: quais são os fatores determinantes no gerenciamento de negócios de microempreendedores individuais do setor de produção de alimentos?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Identificar os fatores determinantes no gerenciamento de negócios dos microempreendedores individuais do setor de alimentos da cidade de Francisco Beltrão - PR.

1.1.2 Objetivos específicos

1. Identificar as características e como estão constituídos os MEIs do setor de produção de alimentos na cidade de Francisco Beltrão - PR;
2. Descrever os fatores que podem influenciar o gerenciamento do negócio;
3. Analisar os fatores mais relevantes apontados pelos MEIs;
4. Apresentar alternativas para os fatores identificados visando contribuir para o gerenciamento dos negócios desses empreendedores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo tem ganhado destaque nos meios acadêmico, político e empresarial devido a sua grande importância para o desenvolvimento local sustentável que gera benefícios, além da esfera econômica, abrangendo as esferas sociais, culturais e ambientais (PORTO *et al*, 2013).

Além disso, para parte da população destaca-se a opção pelo empreendedorismo, conforme aponta o relatório executivo Empreendedorismo no Brasil do GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM (2017). Segundo este relatório, no ano de 2016, 31,7% da população na faixa etária de 18 a 64 anos menciona “ter seu próprio negócio” como sonho ficando esta opção em quarto lugar e a frente da opção de “fazer carreira numa empresa” que ficou em oitavo lugar sendo citado por 19,5% dos pesquisados.

Estudo anterior do GEM (2016) já tinha concluído que a mentalidade empreendedora está associada à percepção e avaliação interna do indivíduo sobre o ambiente no qual ele está inserido e a existência de condições que podem influenciar de forma positiva ou negativa na decisão de empreender. Também que essa avaliação considera questões próprias de cada um, como maior abertura para novas experiências, mas também influências sociais tais como o relacionamento com empreendedores e acesso a informações dos meios de comunicação e de instituições que apoiam a criação de novos empreendimentos (GEM, 2016, p. 81).

Posturas ou comportamentos organizacionais têm formado o conceito de orientação empreendedora e sua operacionalização tem sido bastante consistente nas dimensões propostas por Miller (1983) e refinadas em instrumento empírico por Covin e Slevin (1989), a saber: comportamento inovativo, pró-atividade e propensão a correr riscos, conforme explicado por Santos e Alves (2009).

Segundo Dornelas (2015) o conceito de empreendedorismo tem se difundido no Brasil nos últimos anos devido à preocupação por parte do governo e de entidades de classe com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos.

Uma definição que tem recebido aceitação crescente é a de que o empreendedorismo, como uma área de negócios, busca entender como surgem as oportunidades para criar algo novo, sejam produtos, serviços, mercados, processos de produção, matérias-primas ou ainda formas de organizar as tecnologias (BARON; SHANE, 2015).

Segundo os mesmos autores, oportunidades empreendedoras existem porque as pessoas dispõem de informações diferentes e isso influencia a precisão da tomada de decisão, cria faltas, excessos e o potencial de descobrir melhores maneiras de fazer as coisas. Também existem por causa de fontes externas de mudanças, particularmente mudanças tecnológicas, políticas e regulamentares, sociais e demográficas.

Assim, uma oportunidade empreendedora é uma situação na qual uma pessoa pode explorar uma nova ideia de negócio que tem o potencial de gerar lucros (BARON; SHANE, 2015. p.8).

O relatório executivo Empreendedorismo no Brasil do Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2017), apresenta duas motivações para empreender, por oportunidade percebida no ambiente ou por necessidade pela ausência de alternativas para ocupação e renda.

De acordo com o referido relatório, no Brasil em 2017, a razão entre empreendimento por oportunidade e empreendimento por necessidade é 1,5 o que significa que o componente econômico prevalece entre a população de empreendedores. Analisa-se que teoricamente, os empreendimentos baseados em oportunidades podem ter melhores condições de se desenvolverem do que aqueles destinados a cobrir necessidades imediatas sem necessariamente terem identificado uma oportunidade.

A decisão de criar uma empresa ocorre devido a fatores externos, ambientais e sociais, a aptidões pessoais ou a um somatório de todos esses elementos, e o processo empreendedor inicia-se quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio (Dornelas, 2015).

Baron e Shane (2015) sugerem então o entendimento do empreendedorismo como processo, envolvendo fases distintas como: geração de uma ideia para uma nova empresa e/ou reconhecimento de uma oportunidade, reunião dos recursos necessários para desenvolver a oportunidade, lançamento do novo empreendimento, administração do crescimento e colheita de recompensas.

Os autores expõem ainda que a probabilidade de criar uma nova empresa de sucesso varia drasticamente entre os setores, tornando importante para os empreendedores avaliar o quanto um setor incentiva novas empresas.

Dornelas (2015) comenta que gerenciar a empresa parece ser a parte mais fácil do processo em vista das outras que já foram feitas, mas não é simples assim. Cada fase do processo empreendedor tem seus desafios e aprendizados.

O autor exemplifica mencionando o empreendedor que identifica uma excelente oportunidade, elabora um bom plano de negócios e “vende” sua ideia para investidores que acreditam nela e concordam em financiar o novo empreendimento, mas na hora de colocar as ações em prática, podem surgir problemas, como os clientes não aceitarem tão bem o produto, surgir um concorrente forte, uma máquina quebrar sem existir outra para repor, entre outros problemas que precisarão ser solucionados. Então entra o estilo de gestão do empreendedor na prática, que deve reconhecer suas limitações, recrutar uma excelente equipe de profissionais para ajudá-lo a gerenciar a empresa, implementando ações que visem minimizar os problemas, identificando o que é prioridade e o que é crítico para o sucesso do empreendimento (DORNELAS, 2015, p. 34).

O empreendedorismo no Brasil mostra-se pela participação marcante de micro e pequenas empresas na economia.

2.2 Micro e pequenas empresas e a figura do Microempreendedor Individual

Os empreendedores, especialmente os de micro e pequenas empresas, são cidadãos que colocam sua capacidade de trabalho, dedicação e determinação na criação de valor, riqueza e postos de trabalho. Sua atuação vai além do que fazem pessoas que precisam trabalhar para sobreviver e desta forma se propõem a aceitar riscos e valorizam as conquistas (PORTO *et al*, 2013, p. 1).

No Brasil, a classificação de porte de empresa é definida por termos práticos como faturamento, previsto na legislação brasileira e também considerado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) ou pela quantidade de funcionários, utilizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) conforme apresenta-se na tabela 1.

Tabela 1 - Classificação do porte de empresas no Brasil

Tipo de empresa	Legislação brasileira	BNDES	Número de funcionários	
	Faturamento bruto anual	Receita operacional bruta anual	Indústria	Comércio e serviços
Microempreendedor individual	Até R\$ 81 mil	-	-	-
Microempresa	Até R\$ 360 mil	Menor ou igual a R\$ 360 mil	até 19	até 9
Pequena empresa	Maior que R\$ 360 mil até R\$ 4,8 milhões	Maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões	de 20 a 99	de 10 a 49
Média empresa	-	Maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões	100 a 499	de 50 a 99
Grande empresa	-	Maior que R\$ 300 milhões	500 ou mais	100 ou mais

Fonte: Construído a partir da Lei Complementar nº 123/06 atualizada por leis posteriores, BNDES (2019), SEBRAE (2019)

Destacando que para a legislação brasileira, uma empresa de médio a grande porte é aquela que, diferente de uma micro e pequena empresa, não tem limite de faturamento, ou atualmente tem receita bruta anual acima de R\$ 4,8 milhões.

Vale ressaltar ainda que uma pequena empresa nem sempre representa a fase inicial de evolução de uma organização para chegar a um porte maior e se tornar uma média ou grande empresa. Alguns microempreendedores individuais ou microempresas podem se manter sempre no mercado assim, ou mesmo crescendo e mudando de porte, chegarem ao limite apenas da pequena empresa.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2003), as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) se caracterizam por: baixa intensidade de capital, altas taxas de natalidade e de mortalidade, forte presença de proprietários e/ou sócios dos negócios, centralização de poder, dificuldade de acesso a crédito, confusão entre pessoa física e jurídica, registros contábeis pouco adequados, contratação direta de mão de obra, utilização de mão de obra não qualificada ou pouco qualificada, baixo investimento em inovação tecnológica, relação de complementaridade e subordinação com as empresas de grande porte.

Ao contrário da crença popular, a maioria das pequenas empresas não é inovadora, pois o objetivo da maioria dos empreendedores é alcançar a

independência profissional. Entretanto, podem ser considerados empreendimentos inovadores, aqueles que tem como objetivo oferecer novos produtos ou serviços, ou aqueles que são baseados em processos novos ou em maneiras de criar valor, não necessariamente baseados em invenções ou novas tecnologias (BESSANT, TIDD, 2009).

Quanto às características de empreendedores, pode-se destacar algumas informações do relatório GEM (2017). Em relação ao gênero, a maior parte dos países apresenta uma supremacia masculina no desenvolvimento de novos empreendimentos, mas as exceções ficam a cargo do Brasil e do México, que apresentam as taxas mais balanceadas de empreendedores entre homens e mulheres responsáveis por novos negócios. Em relação a faixas etárias, todas apresentam índices significativos de empreendedorismo, porém em alguns casos com menor expressão para os indivíduos de mais idade. Em relação à escolaridade registrada em diversas faixas, observa-se que boa parte dos indivíduos ficam ao nível secundário, sem acessar a graduação (GEM, 2017, p. 35-39).

Dornelas (2015) destaca dados publicados pelo relatório Agenda Estratégica das Micro e Pequenas Empresas 2011-2020 do SEBRAE que ratificam a importância das micro e pequenas empresas para a economia nacional, pois representam: 98% das empresas existentes no país, 21% do Produto Interno Bruto (PIB) e 52% do total de empregos com carteira assinada.

Considerando a participação das micros e pequenas empresas na sociedade brasileira, ainda em 2006 foi criada a Lei Complementar 123/2006, também conhecida como “Lei Geral da Micro e Pequena Empresa” para regulamentar o tratamento diferenciado previsto na Constituição.

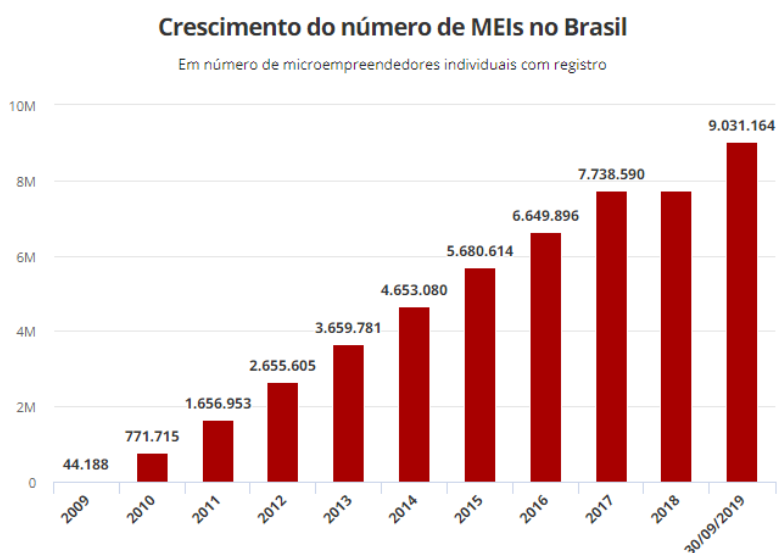
O objetivo foi estabelecer e regulamentar incentivos para as micro e pequenas empresas, de forma a promover um sistema mais simples e justo de pagamento de impostos e contribuições, crédito facilitado, redução da burocracia e maior acesso às compras governamentais, às exportações e às novas tecnologias.

A Lei complementar nº 128/2008, também conhecida como “Lei do microempreendedor individual”, foi instituída em 22 de dezembro de 2008 criando a figura do microempreendedor individual (MEI) sem a necessidade de constituir formação societária, permitindo formalizar empreendedores que mantinham seus negócios na informalidade.

Segundo a Federação do Comércio de bens, serviços e turismo do Estado de São Paulo (2018) a procura por esse tipo de formalização cresceu exponencialmente. Em 2010, havia apenas 293 mil MEIs no Brasil e em 2018 os 7,3 milhões que atuavam nessa modalidade representam 27% do Produto Interno Bruto (PIB).

De acordo com dados do governo federal, publicados no Portal do Empreendedor (2019) o contingente de microempreendedores individuais no país ultrapassou a marca de 9 milhões neste ano. Matéria do G1 (2019) mostrou através de um gráfico o crescimento ano a ano, conforme mostra a figura 1.

Figura 1 - Crescimento do número de microempreendedores



Fonte: G1 (2019) a partir de dados do Portal do Empreendedor

Além disso, segundo o SEBRAE (2016) a criação das regras de formalização do MEI associadas às estruturas muito pequenas e flexíveis que estes apresentam, parece ter resultado na criação de um tipo de “nano” negócio com elevada chance de sobrevivência, pelo menos, nos dois primeiros anos de atividade, comparado às microempresas.

Segundo o Portal do empreendedor, site que foi criado em 2009 pelo governo federal, atualmente quem quer começar um negócio ou já trabalha por conta própria e fatura até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais) por ano pode se tornar um MEI. Outras condições são: não participar como sócio, administrador ou titular de outra empresa; poder contratar no máximo um empregado ganhando até um salário mínimo ou o piso salarial da categoria (Portal do empreendedor, 2019).

O MEI que tiver empregado deve gerar a Guia do FGTS e Informação à Previdência (GFIP), por meio do sistema chamado Conectividade Social da Caixa Econômica Federal e fazer o pagamento até o dia 7 do mês seguinte. O custo é 11% do salário, sendo 3% a parte do empregador e 8% a parte do empregado (Portal do empreendedor, 2019).

O MEI pode exercer uma das atividades econômicas previstas no Anexo XI, da Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018, o qual relaciona todas as atividades permitidas ao MEI observando a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) representada por códigos que determinam quais são as atividades exercidas pela empresa.

Ainda segundo informações disponíveis no Portal do empreendedor (2019), dentro das ocupações e CNAE permitidos, é possível registrar-se como microempreendedor individual em uma ocupação principal e até 15 secundárias.

Fabricantes e vendedores de alimentos podem ser MEI. Tradicionalmente trabalham com preparação de comida para o público em geral oferecendo os produtos para consumo imediato em locais abertos em pontos permanentes como na própria residência ou estabelecimento comercial, ou então na rua, espaços disponibilizados em pontos específicos ou feiras, usando para isto trailers, carrocinhas e outros. Também vendem alimentos preparados em máquinas de serviços automáticas.

Ocupações que envolvem atividades de manipulação, preparação, fracionamento, armazenamento, distribuição, transporte, exposição à venda e entrega de alimentos preparados ao consumo devem seguir as “Boas Práticas para Serviços de Alimentação”. Com base na Resolução-RDC nº 216/2004 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) são determinadas práticas de higiene que devem ser obedecidas desde a escolha e compra dos produtos a serem utilizados no preparo do alimento, passando pela produção com segurança sanitária, até a venda e entrega para o consumidor. O objetivo é evitar a ocorrência de doenças provocadas pelo consumo de alimentos contaminados (Portal do empreendedor, 2019).

Destacam-se informações do trabalho Perfil do microempreendedor individual do SEBRAE (2017) que apresentou as atividades mais frequentes entre os MEIs em dezembro de 2016. Considerando todo o país, entre as vinte atividades mais

frequentes constam seis relacionadas a alimentos, conforme apresenta-se na tabela 2.

Tabela 2 - Atividades relacionadas a alimentos descritas entre as mais frequentes entre os MEIs

Posição	Código CNAE	DESCRIÇÃO	Setor	Nº de MEI	% do total
4	5611203	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	Serviços	205.555	2,8%
5	5620104	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	Serviços	164.883	2,3%
6	4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, minimercados, mercearias e armazéns	Comércio	163.469	2,2%
8	5611202	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	Serviços	157.146	2,2%
10	5612100	Serviços ambulantes de alimentação	Serviços	145.464	2,0%
17	4729699	Comércio varejista de produtos alimentícios em geral	Comércio	91.641	1,3%

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2017)

Quanto aos tributos, mensalmente são recolhidos através de Documento de Arrecadação do Simples Nacional Microempreendedor Individual (DASMEI) que deverá ser paga até o dia vinte de cada mês. O MEI é isento de tributos federais, mas recolhe em guia única um valor reduzido, que dependerá do tipo de atividade exercida pela empresa. Este valor mensal é fixo, mas ajustado anualmente, é destinado a Previdência Social, ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) ou ao ISS ou ISSQN (Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza) e permite ter acesso aos benefícios (Portal do empreendedor, 2019).

Em 2019 os valores mensais referente aos tributos são de R\$ 49,90 para o INSS, acrescido de R\$ 5,00 para prestadores de serviço ou R\$ 1,00 para comércio e indústria, recolhidos por meio do DASMEI emitido através do Portal do Empreendedor com opção de débito automático e pagamento online (Portal do empreendedor, 2019).

2.3 Fatores determinantes para o desempenho dos negócios dos MEIs

Pode-se entender que o objetivo de todo empreendedor é obter sucesso através do bom resultado de seu empreendimento. Assim, fatores que influenciam o desempenho de negócios podem ser tema de estudos no campo do

empreendedorismo, em razão do crescente número de empresas iniciadas e para entender o que distingue as empresas que conseguem sobreviver, se manter e crescer daquelas que não (IBGE, 2018).

O sucesso ou insucesso de empresas de pequeno porte se tornou uma preocupação considerando os índices de mortalidade empresarial. O IBGE realiza o estudo Demografia das Empresas em que apresenta o padrão demográfico das empresas formais brasileiras, em particular, os seus movimentos de entrada, saída e sobrevivência do mercado. Em 2018, divulgou um estudo conjunto com estatísticas de empreendedorismo das empresas em 2016.

Este estudo apontou que do total de 660,9 mil empresas que nasceram em 2011, 492,8 mil (75,2%) sobreviveram em 2012; 462,2 mil (64,5%), até 2013; 346,8 mil (52,5%), até 2014; 300,2 mil (45,4%), até 2015; e 251,1 mil (38,0%), até 2016. Assim, após cinco anos da entrada no mercado, verifica-se que 38,0% das empresas entrantes em 2011 sobreviveram até 2016 (IBGE, 2018).

Baron e Shane (2015) reforçam que para ter um empreendimento de sucesso, os empreendedores precisam de uma variedade de habilidades que são úteis na construção de sua empresa. Assim, pode-se falar em competências gerenciais, entendidas como os conhecimentos, atitudes e habilidades que um gestor precisa ter para gerir, de forma estratégica, o desenvolvimento de si, da empresa e de seus colaboradores, alcançando metas e objetivos (TWYGO EAD, 2019).

Em decorrência da apropriação de conhecimentos, o ser humano sistematiza ideias e conceitos em práticas que evidenciam sua habilidade em realizar determinada tarefa ou função. Utilizando o exemplo do ato de dirigir, tem-se como ação a condução do veículo, mas inerente a este movimento estão os conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias ao motorista para desempenhar com competência este ato (BERTI, BAGATINI, FROZZA, 2009).

Neste sentido, é possível mencionar levantamentos realizados pelo SEBRAE (2005) sobre fatores condicionantes do sucesso empresarial, determinantes da sobrevivência e mortalidade, que avaliaram os principais motivos segundo a opinião dos empresários que levaram ou não as empresas ao encerramento das atividades. Os fatores de sucesso apontados pelos empresários foram agrupados segundo três categorias comuns: 1) habilidades gerenciais; 2) capacidade empreendedora; 3) logística operacional que são apresentadas no quadro 1.

Quadro 1 - Fatores condicionantes do sucesso empresarial

Segundo as habilidades gerenciais	Segundo a capacidade empreendedora	Segundo a logística operacional
Bom conhecimento do mercado onde atua	Criatividade do empresário	Escolha de um bom administrador
Boa estratégia de vendas	Empresário com persistência/perseverança	Uso de capital próprio
	Aproveitamento das oportunidades de negócio	Reinvestimento dos lucros na empresa
	Capacidade de liderança do empresário	Acesso a novas tecnologias
	Capacidade do empresário para assumir riscos	Terceirização das atividades por meio das empresas

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2005)

Outra pesquisa do SEBRAE (2016) que buscou identificar os fatores que determinam a sobrevivência/mortalidade das empresas apontou a combinação de um conjunto de fatores contribuintes, que podem ser agrupados em, pelo menos, quatro grandes conjuntos, expostos no quadro 2.

Quadro 2 - Fatores contribuintes para a sobrevivência/mortalidade de empresas

1. Situação antes da abertura: - tipo de ocupação do empresário - experiência no ramo - motivação para abrir o negócio 2. Planejamento do negócio 3. Gestão do negócio 4. Capacitação dos donos em gestão empresarial

Fonte: SEBRAE (2016)

Este estudo revela que, ao contrário das empresas que fecharam, dentre as empresas que continuavam em atividade, havia uma menor proporção de desempregados antes de abrir o negócio, uma maior proporção de empresários com maior experiência no ramo, que abriram o negócio porque identificaram uma oportunidade e/ou que desejavam ter o próprio negócio (SEBRAE, 2016).

O estudo revela também que estas empresas tiveram mais tempo para planejar, que conseguiram negociar com fornecedores e obter empréstimos em bancos, que aperfeiçoavam seus produtos/serviços, que investiram na capacitação da mão-de-obra, que inovavam mais, que faziam o acompanhamento rigoroso de receitas e despesas, que diferenciavam seus produtos em relação ao mercado e que investiam na sua própria capacitação em gestão empresarial (SEBRAE, 2016).

Baron e Shane (2015) confirmam que os empreendedores são mais bem-sucedidos quando abrem uma empresa que atende a uma necessidade real, quando atende um problema do cliente que nenhum outro produto ou serviço pode resolver ou quando apresenta uma proposta superior que os clientes ficam estimulados a mudar de produto. Nesse sentido, pode-se dizer que o setor de alimentação incentiva o surgimento de novas empresas e se propõe a atender uma necessidade real, pois as pessoas precisam se alimentar, algumas não tem tempo ou disposição de preparar suas refeições ou mesmo preferem alimentos prontos.

Destacam ainda que os empreendedores têm mais sucesso em mercados grandes e em crescimento, pois os grandes mercados amortizam o custo fixo de se abrir uma empresa em virtude do grande número de unidades produzidas e porque é mais fácil vender em mercados que crescem rapidamente (BARON; SHANE, 2015, p. 264).

No entanto, é preciso considerar que o sucesso pode ser entendido sob diferentes abordagens. No aspecto econômico tenderá a considerar os resultados financeiros, mas se em uma mesma empresa outro aspecto for considerado ou acrescentado é possível ter outra perspectiva e avaliação.

A avaliação de sucesso também pode se relacionar com as motivações para a abertura da empresa e considerar questões como estilo de trabalho mais flexível, satisfação pessoal, sentimento de realização (LIRANI, 2014).

Existem formas quantitativas conhecidas que podem ser usadas para definir sucesso de uma empresa, tais como o seu tamanho (número de funcionários), o tempo de existência no mercado e o crescimento de receitas ou de ativos (bens) em um determinado período de tempo (LIRANI, 2014).

Essa visão, normalmente apresentada nos estudos sobre as organizações, remetem o sucesso ao tamanho da empresa, na lógica de que quanto maior a empresa, mais sucesso foi obtido por ela (LIRANI, 2014, p. 61).

Para Galbreath citado por Lirani (2014) o sucesso da empresa é determinado por seus recursos, ou seja, seu valor ou sua capacidade. Para o autor, o valor é usado tanto no sentido tangível, quanto no intangível, devendo assim a empresa considerar aspectos não físicos e não financeiros, além do seu balanço patrimonial. Além dos recursos financeiros e físicos, recursos humanos, cultura, políticas de gestão, estrutura organizacional, reputação da empresa no mercado devem ser considerados na avaliação do sucesso.

Apesar de não haver um consenso sobre o sucesso das organizações é possível ver a ligação de algumas práticas que podem contribuir para realizar o que foi proposto, cumprir objetivos e alcançar os resultados, caracterizando fatores de sucesso. Mas assim como não há um só entendimento sobre sucesso, também não há um só entendimento em relação aos fatores que o determinam, sendo então destacados alguns.

O conceito de fatores críticos de sucesso proposto por Watson *et al* (1992) citado por Candido, Lira, Melo (2010) é de que representam um conjunto de condições vitais de um dado projeto social, que, quando falhos, aumentam a probabilidade de insucesso e quando satisfatórios, asseguram o alcance dos objetivos pretendidos.

Para Fergusson e Dickinson mencionados por Lirani (2014) os fatores de sucesso são aspectos internos ou externos da organização que precisam ser considerados, pois serão responsáveis pelo alcance ou não dos objetivos organizacionais.

Os autores mencionados declaram ainda que os tomadores de decisão sempre pensam e agem sob os termos dos fatores de sucesso, visto que objetivos e metas da empresa sempre são considerados e devem ser gerenciados.

Lirani (2014) menciona o trabalho de Song Ng *et al* (2011) que após uma vasta revisão bibliográfica apontam os quatro principais fatores intangíveis de sucesso mais abordados: liderança, inovação, imagem organizacional e reputação, e satisfação dos funcionários. Além disso, propõem que o tamanho da empresa e os anos no mercado influenciam no seu sucesso.

É preciso considerar que fatores de sucesso não serão padronizados, até porque existem diferenças entre empresas, seus objetivos e como trabalham seus produtos e/ou serviços, mas pesquisar fatores críticos de sucesso permite propor ações para aumentar as chances de sucesso.

Relacionado ao setor estudado, destaca-se Monteiro (2012), que após a revisão da literatura apresenta fatores críticos de sucesso para hotéis do Reino Unido e Holanda e lista fatores na produção e serviços relacionados a comidas e bebidas, conforme apresenta-se no quadro 3.

Quadro 3 - Fatores de sucesso relacionados a produção e serviços de comidas e bebidas

Produção de comidas e bebidas	Serviços de comidas e bebidas
Produzir alimentos de qualidade consistentes Normas e procedimentos adequados Compras eficientes e fornecedores Minimização de desperdícios de alimentos Usar métodos de produção eficiente Elevados padrões de higiene	Fornecer um nível elevado de serviço Atendimento ao cliente Níveis elevados das competências do pessoal Atitude adequada pessoal/aparência Qualidade do ambiente e meio ambiente Qualidade da apresentação das comidas e bebidas

Fonte: Adaptado de Monteiro (2012)

Besser citado por Lirani (2014) entrevistou dirigentes de pequenas empresas a respeito de medidas que poderiam se relacionar com o sucesso e constatou forte associação com o sentimento de realização e a existência de planos para o futuro. Descobriu ainda que outros fatores de sucesso foram considerados como a responsabilidade social, a competitividade, a idade da empresa, a quantidade de funcionários e os anos de experiência do dirigente.

A responsabilidade socioambiental está ligada a ações que respeitam o meio ambiente e a políticas que tenham como um dos principais objetivos a sustentabilidade. Todos são responsáveis pela preservação ambiental: governos, empresas e cada cidadão (Ministério do Meio Ambiente, 2019). Assim, ao MEI cabe uma dupla responsabilidade, enquanto cidadão e enquanto representante de uma empresa.

Ainda quanto à esse aspecto é preciso mencionar que o Ministério do Meio Ambiente propõe políticas públicas que visam promover a produção e o consumo sustentáveis, que cabem muito bem ao setor de alimentos. A proposta é criar bens e serviços que atendam às necessidades básicas, proporcionando uma melhor qualidade de vida, enquanto minimizam o uso de recursos naturais e materiais tóxicos, a geração de resíduos e a emissão de poluentes, de modo que não se coloque em risco as necessidades das gerações futuras (Ministério do Meio Ambiente, 2019).

Existem estudos que focam no gestor da empresa, em traços de personalidade, hábitos e práticas que podem levar ao sucesso do negócio. Geralmente, aos empreendedores de sucesso são atribuídas um conjunto de características, destacando-se algumas no quadro 4.

Quadro 4 - Características dos empreendedores de sucesso

- São indivíduos que fazem a diferença, visionários, dedicados, determinados e dinâmicos
- São otimistas e apaixonados pelo que fazem
- São independentes e constroem o próprio destino
- São líderes e formadores de equipe
- São bem relacionados e organizados
- Sabem tomar decisões
- Sabem explorar ao máximo as oportunidades
- Possuem conhecimento
- Planejam
- Correm riscos calculados
- Criam valor para a sociedade

Fonte: Adaptado de Dornelas (2015)

Após extensa revisão, Lirani (2014) apresenta os principais fatores de sucesso citados na literatura, sendo: habilidades gerenciais nos processos administrativos, negociação e relações comerciais; competitividade frente aos concorrentes; idade da empresa; anos de experiência do dirigente da empresa; reputação da empresa no mercado; satisfação dos clientes em relação aos serviços oferecidos; dedicação ao trabalho; características do negócio como ramo de atuação e mercado em que está inserido. Constatando-se assim que os fatores de sucesso são de natureza diversa, tanto internos, quanto externos, econômicos e não econômicos.

Esse capítulo de referencial teórico serviu de base para a construção da metodologia de pesquisa, pois dos estudos consultados, foram extraídas as principais questões para a elaboração do instrumento de pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Caracterização da pesquisa

Quanto à natureza, o presente estudo é uma pesquisa aplicada porque caracteriza-se por seu interesse prático, que os resultados sejam aplicados na solução de problemas que ocorrem na realidade (CERVO, BERVIAN, SILVA, 2007, p. 06).

Quanto aos fins, é considerada uma pesquisa descritiva pois envolve descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos, objetivando o seu funcionamento no presente (CERVO, BERVIAN, SILVA, 2007, p. 06). No estudo, pretendeu-se descrever os fatores determinantes no gerenciamento dos negócios da população estudada.

Quanto ao procedimento, o trabalho se caracteriza como um estudo de campo.

Tipicamente, o estudo de campo focaliza uma comunidade, que não é necessariamente geográfica, já que pode ser uma comunidade de trabalho, de estudo, de lazer ou voltada para qualquer outra atividade humana. Basicamente, a pesquisa é desenvolvida por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo (GIL, 2002, p. 53).

Para a realização do trabalho também utilizou o levantamento, que se caracteriza pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer, acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados (GIL, 2002, p. 50).

Nos levantamentos, a preocupação do pesquisador é a de descrever com precisão essas características, utilizando instrumentos padronizados de coleta de dados, tais como questionários e formulários, que conduzem a resultados de natureza quantitativa (GIL, 2002, p. 131).

A pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las (PRODANOV, FREITAS, 2013, p. 69).

A abordagem pode ser complementada pela pesquisa qualitativa, pois enquanto nas pesquisas quantitativas as variáveis são medidas, nas qualitativas, elas são descritas ou explicadas (PRODANOV, FREITAS, 2013, p. 92).

Toda pesquisa necessita reunir informações sobre o tema, sendo utilizada para isto a pesquisa bibliográfica que abrange a pesquisa já tornada pública em relação ao tema de estudo (MARCONI, LAKATOS, 2013). Buscou-se trabalhos similares que pesquisaram fatores que influenciam o gerenciamento de negócios, destacando aqueles considerados mais relevantes para cumprir o propósito deste trabalho.

3.2 Coleta de dados

Para o levantamento, foram buscados dados sobre os microempreendedores individuais do setor de produção de alimentos da cidade na Sala do Empreendedor. Esta sala é disponibilizada pela Prefeitura através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Tecnológico, como local de atendimento aos empreendedores, oferecendo serviços relacionados a negócios, como o processo de registro e legalização de empreendimentos, abertura e baixa de empresas, bem como orientação e serviços exclusivos aos MEIs.

A primeira constatação foi de que não haviam dados atuais já compilados sobre o número de microempreendedores e do setor de produção de alimentos porque o software usado na Sala do Empreendedor destina-se ao registro dos atendimentos prestados aos MEIs. Buscou-se então via software da Prefeitura dados de cadastros ativos em CNAEs relacionados à alimentação de empreendedores optantes pelo MEI, através de diferentes relatórios que então foram compilados os dados em planilha.

A segunda constatação foi de que o número de MEIs pode ser variável no decorrer do tempo por conta da abertura de novas empresas, migração de empresas devido ao porte e baixa de empresas. Compilando os relatórios com data de 05/09/2019, chegou-se a informação de 94 (noventa e quatro) microempreendedores individuais do setor de produção de alimentos.

Como nos relatórios fornecidos não constavam número de telefone, foi realizado o trabalho de consulta de cada CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas) das empresas no site da Receita Federal para conseguir os números.

A primeira intenção era pesquisar toda a população e obter dados de todos os MEIs. Porém, ao realizar a abordagem por contato telefônico para convidá-los a participar da pesquisa, encontrou-se algumas dificuldades devido a dados desatualizados, como número de telefone incorreto, não pertencer mais a pessoa, entre outras situações.

Segundo Gil (2002) na maior parte dos levantamentos não se pesquisam todos os integrantes de uma população estudada, e sim, se seleciona uma amostra significativa do universo, através de procedimentos estatísticos. Assim, usando a calculadora online da empresa de pesquisa SOLVIS (2019) foi calculada o tamanho da amostra. Ao nível de confiança de 95% preestabelecendo margem de erro de 10% para um universo de 94, resultaria em uma amostra composta por 48 microempreendedores.

Considerando a data preestabelecida de aplicação do questionário, a parcela da população que foi atingida e concordou em participar da pesquisa, a amostra caracterizou-se por acessibilidade, sendo constituída pelos 33 microempreendedores que responderam o questionário. Numa avaliação geral, o número de respostas é satisfatório considerando o curto tempo para desenvolvimento da pesquisa. Além disso, o número representa mais de um terço do total e neste trabalho os dados não foram generalizados.

O questionário foi construído com base em outros estudos e questionários já utilizados com questões adaptadas baseadas em conceitos retirados da literatura, mas que pudessem responder os objetivos deste trabalho.

Dentre os principais trabalhos publicados, Pilz (2017) apresenta uma monografia, que teve como objetivo identificar o perfil dos MEIs do município de Mato Leitão - RS. Este trabalho contribuiu para a identificação de aspectos relacionados à caracterização dos microempreendedores individuais.

Outro trabalho interessante que foi consultado foi a dissertação de mestrado de Lirani (2014), cujo objetivo foi identificar os fatores críticos de sucesso relevantes aos dirigentes da pequena empresa do setor de varejo do segmento de vestuário de São Carlos - SP. Como realizou extensa revisão bibliográfica, este trabalho foi mencionado no Referencial Teórico e ao elencar os principais fatores de sucesso citados na literatura se tornou a principal inspiração para elaboração das questões sobre fatores determinantes no gerenciamento dos negócios.

Uma pesquisa de campo realizada pelo SEBRAE (2005) apresentou os “Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil (2003–2005)” sendo também usado como referência para composição das questões sobre fatores determinantes no gerenciamento dos negócios.

Ainda foi considerado, o terceiro relatório do SEBRAE (2016) desenvolvido com o objetivo de identificar a taxa de sobrevivência de empresas com até 2 anos e os fatores determinantes da manutenção ou fechamento dos negócios.

Assim, após análise dos trabalhos publicados, elaborou-se o questionário final o qual foi resultado de vários refinamentos e foi validado pelo orientador, considerando o conteúdo exposto no Referencial Teórico. Continha um cabeçalho apresentando o trabalho e o comprometimento com a confidencialidade, solicitando ao final a concordância em respondê-lo. O questionário que está disponibilizado no APÊNDICE A, foi organizado em duas partes: caracterização dos MEIs com sete questões e avaliação de fatores que influenciam no gerenciamento do negócio com dezoito questões.

Para medir a importância, os fatores levantados e selecionados pela revisão de literatura, foram apresentados para avaliação em escala Likert de 1 a 5 pontos, sendo 1 fator de pouca importância e 5 fator de grande importância. A escala foi considerada a melhor opção por apresentar a avaliação em vários graus de intensidade para um mesmo item, permitir a análise de opinião e identificar os mais significativos.

O questionário foi transformado em formulário eletrônico online usando a plataforma Google para otimizar a coleta das respostas, sendo o link enviado por e-mail ou whatsapp para ser respondido pelo MEI.

3.3 Análise dos dados

Na apresentação dos resultados foram considerados primeiramente os dados do levantamento dos MEIs e na sequência os dados apurados pela pesquisa através do questionário.

No módulo sobre os fatores algumas questões de aspectos semelhantes foram agrupadas num mesmo gráfico para facilitar a comparação e análise.

Para a análise dos dados foi utilizado o método da estatística descritiva, que segundo Guimarães (2008) tem como objetivo resumir as principais características de um conjunto de dados por meio de tabelas, gráficos e resumos numéricos.

Tabelas de frequências são apropriadas para resumir um grande conjunto de dados, agrupando informações em categorias. As classes que compõem a tabela podem ser categorias pontuais ou por intervalos (GUIMARÃES, 2008, p. 26). Essa técnica foi utilizada para apresentar de forma resumida as características gerais dos MEIs.

Os gráficos possibilitam uma visualização das principais características da amostra. Alguns exemplos de gráficos são: diagrama de barras, diagrama em setores, histograma, box-plot, ramo-e-folhas, diagrama de dispersão (GUIMARÃES, 2008, p. 26). Foram utilizados gráficos de barras para apresentar todos os fatores avaliados pelos MEIs e os percentuais de avaliação nos pesos de 1 a 5 pontos, sendo 1 fator de pouca importância e 5 fator de grande importância.

Medidas descritivas ou resumos numéricos podemos levantar importantes informações sobre o conjunto de dados, tais como: a tendência central, variabilidade, simetria, valores extremos, valores discrepantes, etc. (GUIMARÃES, 2008, p. 26). Nesse sentido, foi avaliado se os fatores apresentados foram considerados importantes pelos pesquisados, como foram avaliados na escala de importância e se alguns fatores se sobressaíram na avaliação.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Caracterização dos MEIs

Como resultado do levantamento inicial, destaca-se que, do total de 94 MEIs, 30 tem registro em apenas uma atividade, 35 tem registro em duas, 16 tem registro em três, 6 tem registro em quatro atividades e 7 tem registro em 5 ou mais atividades diferentes. Existe diversidade de atividades relacionadas à fabricação e/ou comercialização de diferentes produtos e alguns serviços conforme se apresenta na tabela 3 por ordem de numeração do CNAE.

Tabela 3 - Relação de atividades desenvolvidas pelos MEIs

Código CNAE	Descrição da atividade	Número de MEIs
1013-9/01	Fabricação de produtos de carne	1
1031-7/00	Fabricação de conservas de frutas	1
1032-5/99	Fabricação de conservas de legumes e outros vegetais, exceto palmito	1
1061-9/02	Fabricação de produtos do arroz	1
1091-1/02	Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria	9
1092-9/00	Fabricação de biscoitos e bolachas	2
1093-7/01	Fabricação de produtos derivados do cacau e de chocolates	1
1094-5/00	Fabricação de massas alimentícias	18
1095-3/00	Fabricação de especiarias, molhos, temperos e condimentos	2
1096-1/00	Fabricação de alimentos e pratos prontos	17
1099-6/01	Fabricação de vinagres	1
4712-1/00	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios	4
4721-1/02	Padaria e confeitaria com predominância de revenda	9
4721-1/04	Comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes	2
4723-7/00	Comércio varejista de bebidas	14
4729-6/99	Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente	6
4789-0/99	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	3
5611-2/01	Restaurantes e similares	4
5611-2/02	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	17
5611-2/03	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	35
5612-1/00	Serviços ambulantes de alimentação	29
5620-1/01	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para empresas	4
5620-1/03	Cantinas - serviços de alimentação privativos	2
5620-1/04	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	18
7721-7/00	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos	1
8230-0/01	Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas	2
8292-0/00	Envasamento e empacotamento sob contrato	1
8599-6/99	Outras atividades de ensino não especificadas anteriormente	1

Fonte: Autoria própria (2019).

Reorganizando os dados por número de MEIs (tabela 4) é possível observar as atividades mais frequentes, destacando-se lanchonetes e serviços ambulantes de alimentação. Na sequência, aparece a fabricação de massas, o fornecimento de alimentos prontos e a ocorrência da comercialização de bebidas que normalmente acompanham as refeições e/ou lanches.

Tabela 4 - Atividades mais frequentes entre os MEIs

Código CNAE	Descrição da atividade	Número de MEI
5611-2/03	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	35
5612-1/00	Serviços ambulantes de alimentação	29
1094-5/00	Fabricação de massas alimentícias	18
5620-1/04	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	18
1096-1/00	Fabricação de alimentos e pratos prontos	17
5611-2/02	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	17
4723-7/00	Comércio varejista de bebidas	14

Fonte: Autoria própria (2019).

No levantamento foi constatado ainda que algumas empresas além de comercializarem alimentos e bebidas, oferecem aos clientes outros produtos como itens de higiene pessoal e de limpeza no caso de mercearias ou utilidades domésticas, suvenires, bijuterias e artesanatos em lojas de variedades.

Como resultado da aplicação do questionário à amostra, tem-se algumas características dos MEIs resumidas na tabela 5.

Em relação ao gênero, há um equilíbrio entre homens e mulheres, resultado compatível com a informação apresentada no referencial teórico sobre as taxas de empreendedorismo inicial de mulheres e homens no Brasil.

Quanto a faixa etária, há ausência de jovens até 20 anos e presença em todas as demais faixas, com mesmo número de ocorrência 15,2% na faixa de 21 a 30 anos e de 41 a 50 anos. Considerando cada faixa isoladamente, a maior ocorrência é de 31 a 40 anos representando 33,3% dos pesquisados. Mas considerando as faixas de 51 a 60 anos e acima de 60 anos juntas soma-se 36,3% contrariando a informação de menor expressão em idades mais elevadas, o que pode ter relação com a renda, sendo a atividade de microempreendedor um complemento ao emprego ou aposentadoria.

Tabela 5 - Características gerais dos MEIs

Gênero	n	%
Feminino	16	49
Masculino	17	51
Total	33	100

Faixa etária	n	%
Até 20 anos	0	0
De 21 a 30 anos	5	15,2
De 31 a 40 anos	11	33,3
De 41 a 50 anos	5	15,2
De 51 a 60 anos	8	24,2
Acima de 60 anos	4	12,1
Total	33	100

Tempo formalizado como MEI	n	%
Menos de 1 ano	4	12,1
Até 2 anos	2	6,1
Até 3 anos	8	24,2
Até 4 anos	5	15,2
Até 5 anos	4	12,1
Mais de 5 anos	10	30,3
Total	33	100

Possui outra fonte de renda	n	%
Não	23	69,7
Sim, emprego formal	3	9,1
Sim, emprego informal	3	9,1
Sim, aposentado ou pensão	4	12,1
Sim, outra, qual:	0	0
Total	33	100

Nível de escolaridade	n	%
Fundamental incompleto	7	21,2
Fundamental completo	3	9,1
Médio incompleto	4	12,1
Médio completo	11	33,3
Superior incompleto	3	9,1
Superior completo	5	15,2
Total	33	100

Local de atuação do empreendimento:	n	%
Em casa	7	21,2
Na rua/ambulante	4	12,1
Estabelecimento próprio	7	21,2
Feiras e exposições	9	27,3
Casa ou estabelecimento do cliente	1	3
Estabelecimento alugado	5	15,2
Total	33	100

Tem funcionário	n	%
Não	19	57,5
Sim, um familiar	9	27,3
Sim, uma pessoa que não é da família	5	15,2
Total	33	100

Fonte: Autoria própria (2019).

Ainda quanto à faixa etária, o estudo do GEM (2016) já mencionava um possível crescimento do empreendedorismo entre pessoas de idades mais elevadas, que junto com a tendência de envelhecimento da população e a reforma da

previdência social, apontaria uma oportunidade para elaboração de políticas públicas de suporte às iniciativas empreendedoras da população com mais idade.

Quanto ao nível de escolaridade, há ocorrências em todos os níveis, mas destaca-se o maior valor no nível médio completo com 33,3%, em segundo lugar o fundamental incompleto com 21,2% e o nível superior completo em 3º lugar com 15,2%. Tal resultado confirma a informação de que muitos empreendedores estudaram até o nível médio, mas o número de empreendedores com ensino superior completo já é representativo e pode estar crescendo.

Sobre isso, o estudo do GEM (2016) menciona a necessidade de incluir na educação básica (fundamental e médio) discussões e conteúdos relacionados à atividade empreendedora, pois uma parcela dos empreendedores adultos do país possui apenas este nível de escolaridade.

No quesito tempo formalizado como MEI, há presença nos diferentes tempos estimados, inclusive novos com menos de 1 ano. Mas identificou-se que 30,3% já possuem empreendimento a mais de 5 anos e a segunda maior ocorrência são de MEIs com até 3 anos que representam 24,2%. O tempo 5 anos é uma medida interessante, pois representa metade do tempo de existência da lei que criou a figura jurídica do MEI que completou 10 anos em 2019. Também é importante destacar que a maioria das empresas já ultrapassou o tempo emblemático de fechamento do negócio antes de completar 2 anos de existência no mercado. Não foi possível apurar no entanto, quantos MEIs do setor de produção de alimentos iniciaram atividades e fecharam a empresa durante os 10 anos de existência da lei.

Quanto ao local de atuação, confirmou-se a diversidade, mas destaca-se feiras e exposições com 27,3% explicada pela estratégia de exposição de produtos e comercialização através de feira semanal no centro da cidade e/ou bairros. Em segundo lugar aparecem empatados as opções de estabelecimento próprio e em casa, com o percentual de 21,2%. Explicando-se que é possível utilizar a residência como endereço comercial desde que não exerça atividade que exija um local específico e que sejam cumpridas as normas estabelecidas.

A maioria dos MEIs com 69,7% possui o negócio como a principal fonte de renda, afirmando que não possuem nenhuma outra. Dentre os que afirmaram possuir outra fonte de renda, há o mesmo percentual entre emprego formal e informal com 9,1% cada e ainda a opção de aposentadoria ou pensão com 12,1%, que pode ter sido mencionada pelos empreendedores com maior faixa etária. É

preciso destacar que os dados confirmam a informação da Agência Brasil (2019) de que a renda obtida como MEI é a única fonte de recursos para muitas famílias no Brasil.

A maioria dos MEIs pesquisados não possui funcionário, representando 57,5%. Dos que possuem, prevalece o auxílio de um familiar com 27,3% e a opção de uma pessoa que não é da família para 15,2%. Vale ressaltar que o MEI pode ter apenas um funcionário, e que alguns MEIs, especialmente os que atuam em casa, contam com a ajuda do cônjuge, filho ou outro familiar.

Apesar dos resultados obtidos não poderem ser generalizados, entende-se que servem para indicar tendências quanto a sua aplicação ao restante total da população.

4.2 Fatores que podem influenciar o gerenciamento do negócio

Apresentando o segundo módulo do questionário, referente ao segundo e terceiro objetivos específicos, as questões foram direcionadas para a avaliação de fatores que podem influenciar o gerenciamento do negócio. Lembrando que os fatores foram levantados e selecionados pela revisão de literatura.

Inicialmente, destaca-se que as respostas não mantêm um padrão, havendo algumas respostas com valores crescentes na escala de importância e outras não, com diferentes avaliações.

No geral, todos os fatores relacionados foram considerados importantes, mas é possível destacar alguns que se sobressaíram, sendo avaliados por mais de 50% dos MEIs como um fator de grande importância (peso 5) conforme apresenta-se na tabela 6 na página a seguir.

Constatou-se que dez dos dezoito fatores apresentados foram avaliados como um fator de grande importância pelos MEIS, validando os fatores pesquisados. Há fatores diretamente relacionados ao proprietário/gestor da empresa, à gestão do negócio, à relação com o mercado e à avaliação de resultados.

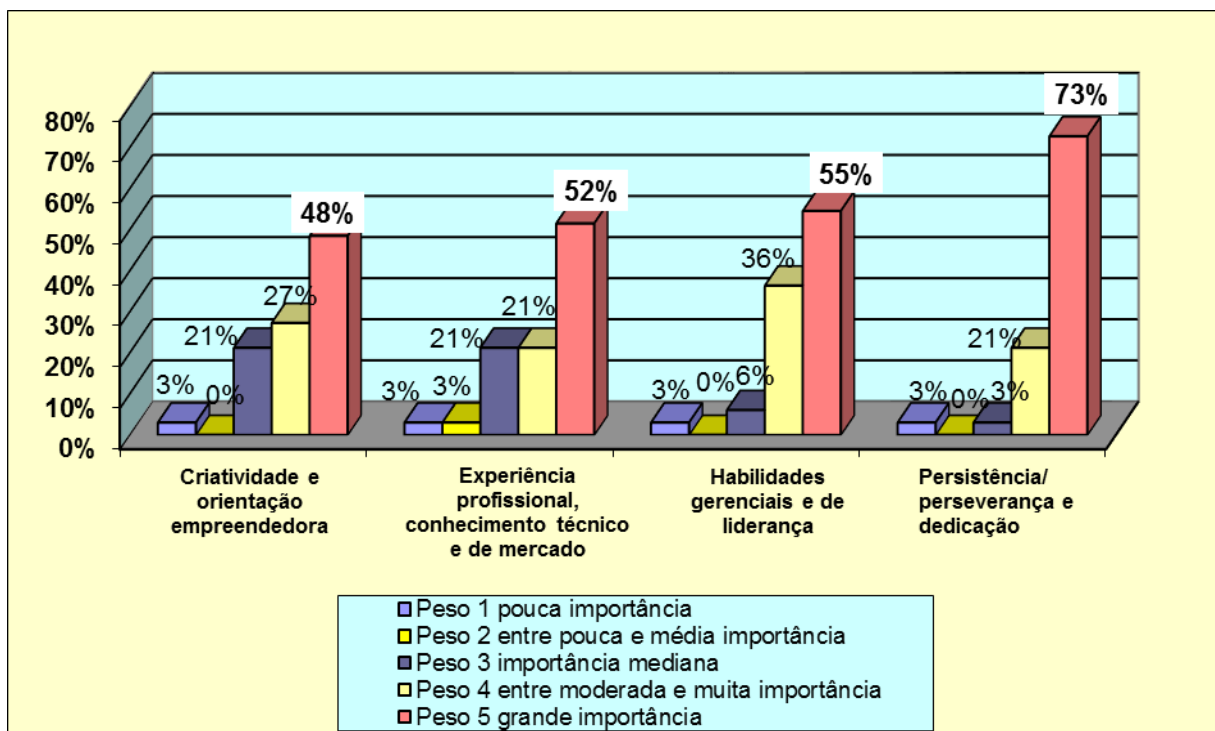
Tabela 6 - Fatores avaliados como sendo de grande importância pela maioria dos MEIS

Fator avaliado (por ordem de apresentação)	Percentual de avaliação como fator de grande importância
Experiência profissional, conhecimento técnico e de mercado do proprietário no negócio, gestor da empresa	52
Habilidades gerenciais e capacidade de liderança do proprietário, gestor da empresa	55
Persistência/perseverança, e dedicação em tempo integral ao negócio	73
Definição de objetivos e planos para alcançá-los	55
Ter crescimento de clientes e aumentar o volume de vendas	67
Tempo de existência da empresa no mercado	55
Imagem e marca da empresa no mercado	58
Responsabilidade social e ambiental	64
Ter um eficiente controle financeiro e gestão do capital de giro próprio, reinvestindo os lucros da empresa	70
Atender a legislação nas boas práticas de fabricação	76

Fonte: Autoria própria (2019).

Para apresentar todos os fatores avaliados pelos MEIS, foram gerados gráficos agrupando em cada um alguns fatores, comentados na sequência. Nas primeiras questões, buscou-se avaliar fatores relacionados ao proprietário, gestor da empresa, conforme apresentado na figura 2.

Figura 2 - Resultado da avaliação de fatores referente às questões de 1 a 4



Fonte: Autoria própria (2019).

No que tange à criatividade e orientação empreendedora verificou-se que 48% dos MEIs consideraram como um fator de grande importância. Percebe-se assim o reconhecimento do comportamento inovativo, de pró-atividade e a propensão a correr riscos comuns a quem decide empreender. Destaca-se que pequena empresa com estrutura mais flexível pode promover a criatividade.

Já a experiência profissional, conhecimento técnico e de mercado, foi considerado um fator ainda mais importante para os MEIs, pois 52% consideraram como sendo de grande importância. Esse reconhecimento é muito válido, pois tanto o conhecimento técnico, como as competências comportamentais e a experiência profissional, quando existente, são importantes para qualquer profissional, especialmente empreendedores.

Em se tratando de habilidades gerenciais e de liderança, constatou-se que 55% dos MEIs atribuíram elevada importância. Esse fator complementa o anterior em relação ao conhecimento técnico e de mercado, reconhecendo também habilidades que o gestor precisa ter para conduzir e desenvolver a empresa e colaboradores. Destaca-se que habilidades gerenciais incluem processos administrativos e de controle financeiro, além do relacionamento com clientes e fornecedores, sendo imprescindível liderança.

Persistência/perseverança e dedicação do proprietário ao negócio foi um fator que sobrepujou os demais, pois foi considerado de grande importância por 73% dos MEIs. Complementando os fatores anteriormente avaliados, as atitudes também são reconhecidas, confirmando a importância da flexibilidade para lidar com problemas, buscar alternativas, aprender e superar os desafios validando a exposição de Dornelas (2015) sobre gestão do negócio.

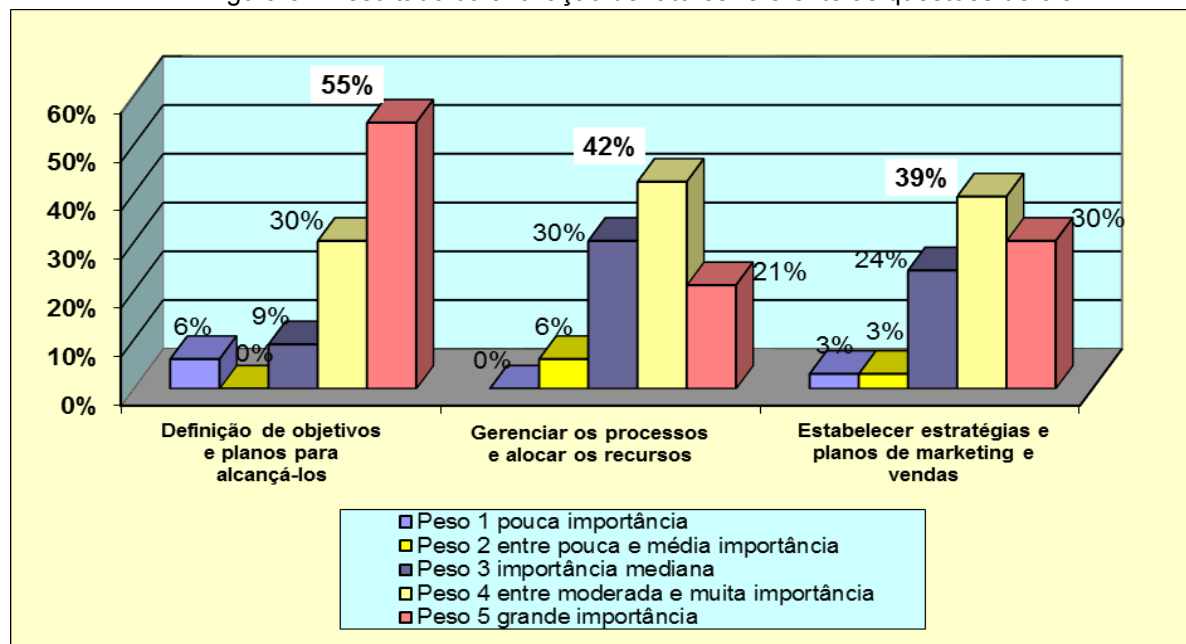
A dedicação do proprietário ao negócio é elementar já que ele representa a empresa e é o responsável por suas atividades, podendo ter pelo enquadramento como MEI somente um funcionário para auxiliá-lo.

Nas questões de 5 a 7, buscou-se avaliar fatores relacionados à gestão do negócio, conforme apresenta-se na figura 3 na página a seguir.

A definição de objetivos e planos para alcança-los foi considerado como fator de grande importância para 55% dos MEIs. Observa-se que, mesmo que muitos empreendedores não tenham conhecimentos sobre planejamento estratégico, conseguem perceber que a definição de objetivos e planos podem contribuir para o alcance de resultados. Muitas vezes os objetivos e planos estão na mente dos

empreendedores, mas não são escritos, o que seria importante para visualizar, organizar ideias e colocar em prática.

Figura 3 - Resultado da avaliação de fatores referente às questões de 5 a 7



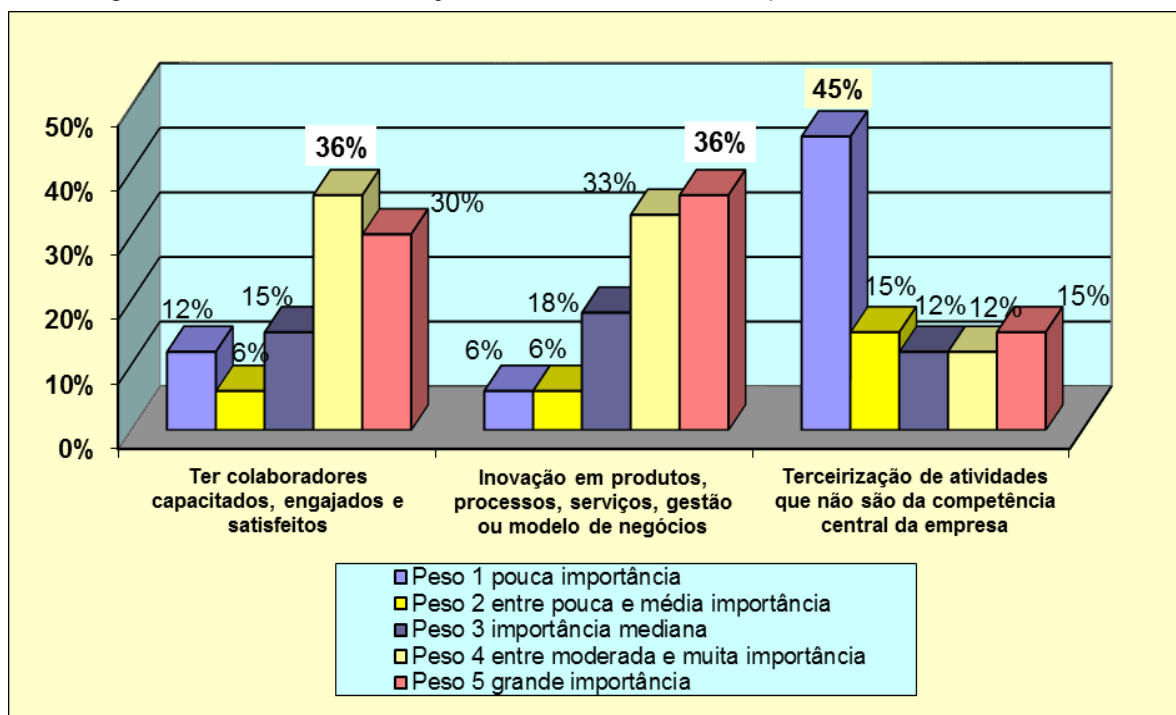
Fonte: Autoria própria (2019).

Quanto à gerenciar os processos e alocar adequadamente os recursos da empresa, observou-se que houve diferentes graus de importância para os MEIs, dividindo-os entre 6% que atribuíram entre pouca e média importância, 30% que atribuíram importância mediana, 42% entre moderada e muita importância e 21% que consideraram esse fator como sendo de grande importância. Ao analisar estes percentuais é possível relacionar a percepção dos empreendedores com o número de atividades desenvolvidas, variedade de produtos e o próprio processo de fabricação.

Sobre estabelecer estratégias e planos de marketing/vendas também houve diferentes graus de importância, destacando que 24% dos MEIs atribuíram importância mediana, 39% entre moderada e muita importância e 30% consideraram esse fator como sendo de grande importância. Tais números chamam a atenção, pois o total de vendas é uma das medidas para avaliar os resultados do negócio, então estabelecer planos de marketing/vendas deveria ser um fator com importância destacada. Uma possível explicação pode ser o foco em atividades operacionais, deixando de lado atividades estratégicas.

Seguindo as questões de 8 a 10, continuou-se a avaliação de fatores relacionados à gestão do negócio, conforme apresentado na figura 4.

Figura 4 - resultado da avaliação de fatores referente às questões de 8 a 10



Fonte: Autoria própria (2019).

Sobre ter colaboradores capacitados, engajados e satisfeitos constatou-se diferentes graus de importância, destacando que 15% dos MEIs atribuíram importância mediana, 36% entre moderada e muita importância e 30% consideraram esse fator como sendo de grande importância. Considera-se que pesos de menor importância foram dados pelos MEIs que não tem colaboradores ou terceirizam algumas atividades.

A inovação em produtos, processos, serviços, gestão ou modelo de negócios também ficou com avaliação distribuída, destacando percentuais próximos entre moderada e muita importância com 33% e grande importância com 36%. Tais números podem confirmar que pequenas empresas não são necessariamente inovadoras. Não havendo invenções ou novas tecnologias, muitos não conseguem identificar oportunidades de inovar em produtos, serviços, processos ou maneiras de criar valor para o cliente.

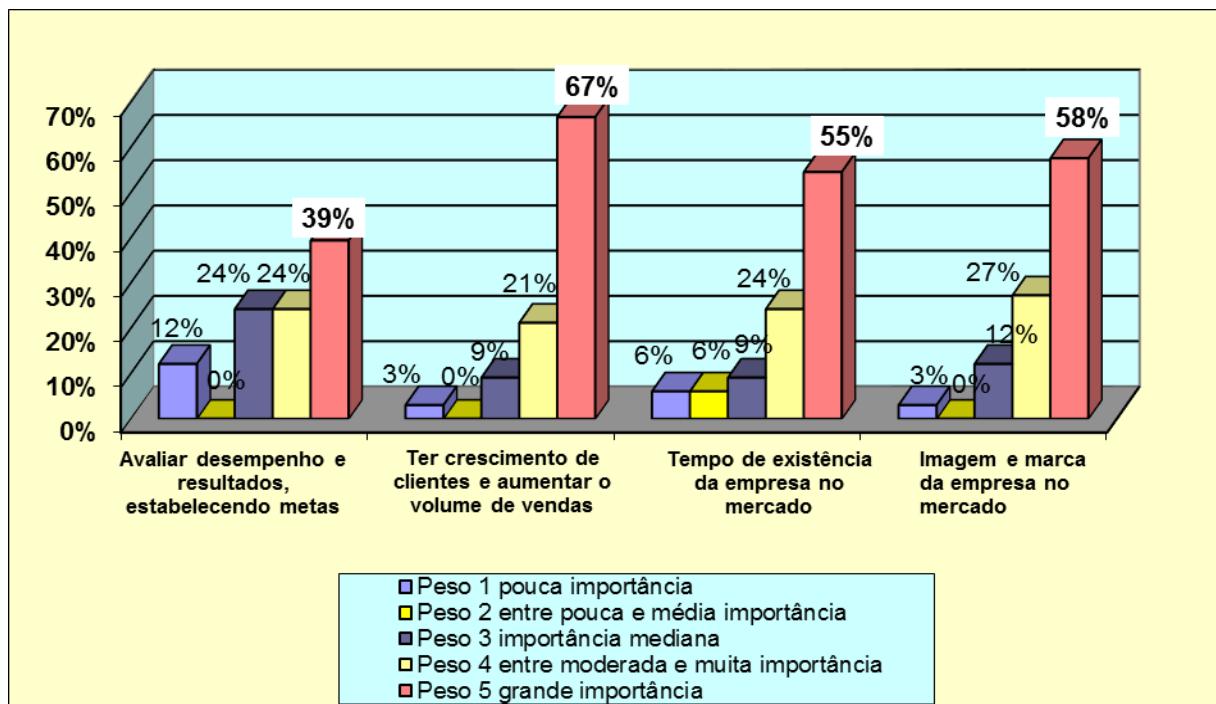
Outro fator analisado foi a terceirização de atividades que não são da competência central da empresa, sendo refutado, pois 45% dos MEIs afirmaram ser um fator de pouca importância. Os 55% restantes ficaram distribuídos de maneira equivalente entre os outros pesos de avaliação.

A lei estabelece que o MEI só pode ter um empregado, assim algumas atividades podem ser terceirizadas, contratando-se prestadores de serviços, tais

como contador, que é opcional ao MEI, advogado, profissional de propaganda, entre outros. Embora isso possa estar ocorrendo, a terceirização de atividades não foi considerada importante.

Seguindo a avaliação de fatores relacionados a gestão, questões de 11 a 14, a figura 5, mostra que, em relação a estes fatores, prevaleceu a avaliação como sendo de grande importância.

Figura 5 - Resultado da avaliação de fatores referente às questões de 11 a 14



Fonte: Autoria própria (2019).

No que tange à avaliar o desempenho e resultados da empresa, estabelecendo metas e indicadores, há diferentes graus de importância para os MEIs, sendo que 12% atribuíram como sendo de pouca importância, ninguém atribuiu entre pouca e média importância e 24% atribuiu importância mediana e o mesmo percentual entre moderada e muita importância. O fator foi considerado de grande importância por 39%. Esse resultado assemelha-se ao fator de estabelecer estratégias e planos, pois sempre são desejados os melhores resultados, mas avaliação e planejamento nem sempre são constantes, revelando estes percentuais.

Vale destacar que o MEI como proprietário e gestor do negócio toma decisões de acordo com suas próprias intenções. Assim, objetivos da empresa podem se confundir com objetivos pessoais do dirigente e metas do negócio podem coincidir

com metas pessoais. Como exemplo: aquisição de veículo para uso da empresa e também para uso pessoal.

Ter crescimento de clientes e aumentar o volume de vendas foi notoriamente destacado como fator de grande importância, sendo assim avaliado por 67% dos MEIs. Esse fator está relacionado com a satisfação dos clientes em relação aos produtos e serviços oferecidos destacada como fator que pode contribuir ao sucesso conforme apresentado pela literatura. O crescimento do número de clientes e do volume de vendas pode impactar positivamente as receitas e lucro do negócio.

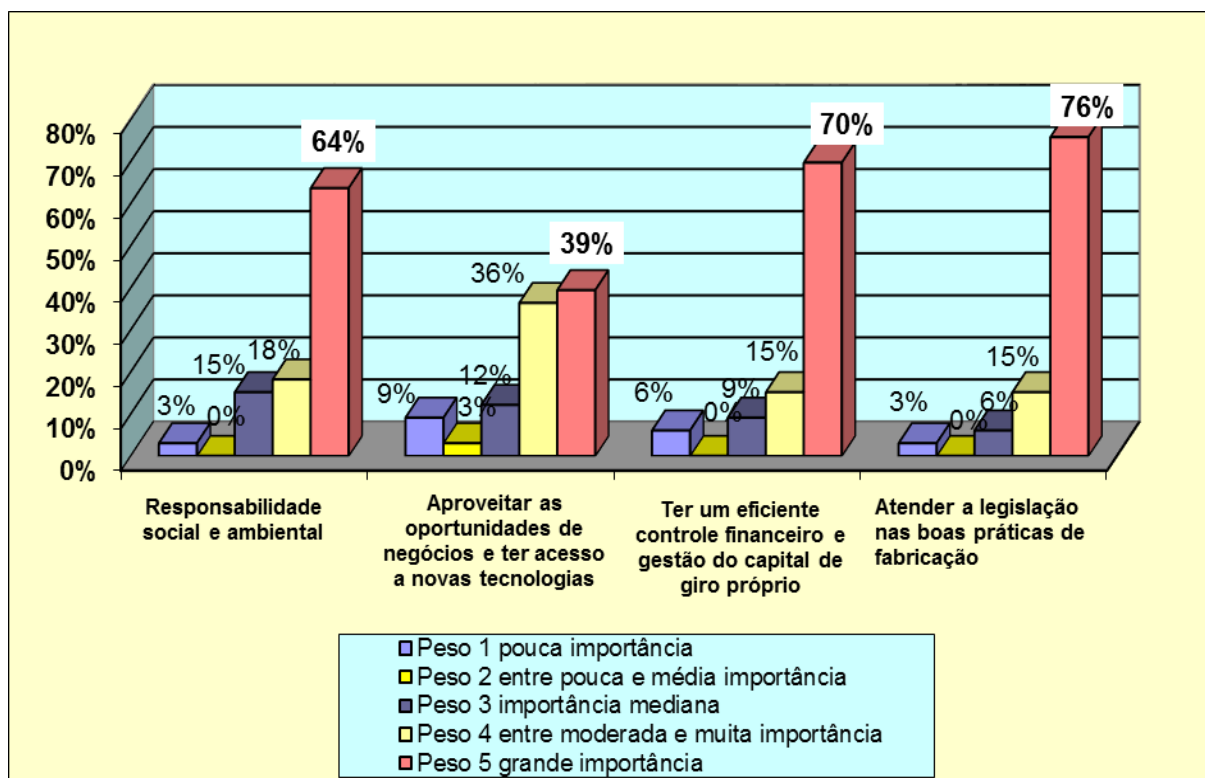
O tempo de existência da empresa no mercado foi considerado um fator de grande importância por 55% dos MEIs. Esse resultado valida o fator como forma quantitativa de avaliar o sucesso de uma empresa, conforme mencionado no referencial. O percentual de 55% justifica-se pela maioria dos respondentes estar há mais de 5 anos no mercado. Considera-se no entanto, que o tempo de existência pode não ser tão importante para empreendedores que estão a pouco tempo no mercado, mas mesmo assim o fator persistência/perseverança também teve grande destaque. Destaca-se que a sobrevivência de empresas e o tempo de permanência no mercado já se tornaram objetos de estudos do GEM e SEBRAE.

Quanto à imagem e marca da empresa no mercado, 58% dos MEIs considerou como sendo fator de grande importância. O percentual confirma esse fator intangível de sucesso conforme apresentado na literatura. A construção da reputação da empresa envolve a relação de credibilidade com fornecedores e clientes.

Seguindo as questões de 15 a 18, continuou-se a avaliação de fatores relacionados à gestão do negócio, conforme apresentado na figura 6 na página a seguir.

Em se tratando de responsabilidade social e ambiental constatou-se que 64% dos MEIs atribuíram elevada importância, confirmando como fator determinante no gerenciamento do negócio, conforme mencionado na literatura. Considera-se que essa visão de responsabilidade é importante desde a origem do negócio e para o desenvolvimento da empresa. Observado o conceito amplo, não basta o respeito ao meio ambiente, é também necessário o respeito aos valores humanos nas relações comerciais e sociais da empresa.

Figura 6 - Resultado da avaliação de fatores referente às questões de 15 a 18



Fonte: Autoria própria (2019).

Quanto à aproveitar as oportunidades de negócios e ter acesso a novas tecnologias, observou-se que houve diferentes graus de importância para os MEIs, destacando um relativo equilíbrio entre os que avaliaram como sendo de moderada e muita importância com 36% e como grande importância com 39%. Esse fator que relaciona-se ao próprio conceito de empreendedorismo conforme destacado por Baron e Shane (2015), talvez não seja reconhecido por alguns empreendedores.

Ter um eficiente controle financeiro e gestão do capital de giro próprio, reinvestindo os lucros da empresa, também foi destacado como fator de grande importância, sendo assim avaliado por 70% dos MEIs. Confirma-se assim que recursos financeiros são considerados na avaliação do sucesso, conforme apresentado na literatura. Conforme exposto no referencial, financeiramente a ideia de negócio só é interessante se tem potencial de gerar lucros e o capital próprio é fator importante para a logística operacional.

Sobre atender a legislação nas boas práticas de fabricação que é uma exigência para os MEIS que trabalham com alimentos, confirmou-se como fator de grande importância, sendo assim avaliado por 76% dos MEIs. De fato, não cumprir a

legislação pode caracterizar infração sanitária punível, mas mesmo questões básicas de higiene não adequadas podem levar a perda de clientes.

4.3 Alternativas para os fatores identificados visando contribuir para o gerenciamento dos negócios

Primeiramente, o gestor do negócio deveria conhecer os fatores que podem influenciar o desempenho de sua empresa e determinar o sucesso. Nesse sentido, todas as pesquisas amplas, estudos específicos de setor, publicações na mídia, eventos e capacitações sobre o tema são importantes. O acesso à informações pode ocorrer através de iniciativa própria ou pode ser incentivada por instituições de várias esferas como prática de políticas públicas de apoio ao empreendedorismo.

Já existem pesquisas sobre conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias aos empreendedores para que estes desempenhem com competência suas atividades, como o trabalho de Berti, Bagatini, Frozza (2009) mencionado no Referencial Teórico. Destaca-se também o trabalho de Salgado, Camilotti, Lezana (2012) que discutiu a importância das habilidades e da gestão do conhecimento para o ato de empreender. E ainda, o trabalho de Zampier e Takahashi (2011) que verificou a inter-relação entre os processos de desenvolvimento de competências empreendedoras e de aprendizagem empreendedora, que os sustentam. Então informar-se e capacitar-se a respeito disso também é importante para o desenvolvimento profissional do dirigente da empresa

Além disso, cada empresa pode fazer uma pesquisa, em versão simples, com seus clientes para avaliar a satisfação deles e identificar os fatores que influenciam esta avaliação. Identificados quais fatores são relevantes é possível estabelecer planos de ação para melhorar em cada um.

Como sugestão é possível trabalhar a regra 80/20 do Gráfico de Pareto, conhecida ferramenta de qualidade, que baseia-se no pressuposto de que, na maioria dos casos, 80% dos problemas correspondem somente a 20% das causas (Candeias *et al*, 2017). Nesta lógica, os fatores podem ser classificados por ordem de importância, destacando áreas que precisam ser trabalhadas e ações que precisam ser priorizadas num primeiro momento.

Tal consideração não significa descuidar-se de outros fatores, inclusive os notoriamente reconhecidos, como a qualidade no atendimento, produto e/ou serviço.

Na ótica de pontos fortes e pontos fracos, é sempre importante reforçar o que for positivo e resolver os aspectos negativos. Pontos fortes podem proporcionar vantagens, e pontos fracos não trabalhados, podem se tornar fatores de insucesso e representar obstáculos para atingir os objetivos da empresa e o sucesso do negócio.

Se vários fatores podem influenciar o desempenho da empresa, reconhece-se a necessidade de trabalhar cada um deles e o conjunto para o alcance do sucesso.

Além dessas recomendações gerais, também é possível destacar ações importantes para atender os fatores identificados como sendo determinantes para o gerenciamento dos negócios dos MEIs do setor de alimentação.

Para atender a legislação nas boas práticas de fabricação é importante conhecer as leis e recomendações, cumprir todas as orientações, monitorar e controlar os processos e inspecionar os produtos.

Para manter a persistência/perseverança e dedicação em tempo integral ao negócio é importante encarar as adversidades como desafios a serem superados, pesquisar alternativas para a solução de problemas, aprender e evoluir.

Para ter um eficiente controle financeiro e gestão do capital de giro próprio, reinvestindo os lucros da empresa é importante separar pessoa física e pessoa jurídica, registrar toda movimentação financeira, controlar custos e despesas, compor uma reserva para emergências, investir parte dos lucros em melhorias ou desenvolvimento do negócio.

Para ter crescimento de clientes e aumentar o volume de vendas é importante mostrar aos clientes que o produto tem valor (relação custo X benefício), manter contato com os clientes, ter um bom atendimento e diferenciado dos concorrentes, estreitar o relacionamento, conquistar novos clientes e vender mais para os clientes atuais. Considerando-se que perder clientes lucrativos pode afetar drasticamente os lucros de uma empresa e que atrair um novo cliente pode custar cinco vezes mais do que manter um já existente, o segredo para a retenção de clientes é o marketing de relacionamento (KOTLER, KELLER, 2012, p. 19).

Para desenvolver a responsabilidade social e ambiental é importante conhecer e respeitar as leis ambientais, aproveitar adequadamente os recursos, eliminar desperdícios, desenvolver ações com a comunidade, promover saúde e educação, quando possível fazer doações a instituições sociais.

Para fortalecer a imagem e marca da empresa é importante realizar pesquisa e saber como a imagem e marca da empresa está sendo percebida e avaliada pelos

clientes, investir na identidade visual (logomarca, material impresso), destacar o diferencial da empresa ou marca, estar presente na Internet e nas redes sociais, não fazer propaganda enganosa e cumprir o que foi combinado com os clientes.

Para desenvolver habilidades gerenciais e capacidade de liderança do proprietário é importante que ele busque não só desenvolver habilidades técnicas de planejamento, comunicação, análise, mas também habilidades comportamentais de relacionamento interpessoal, trabalho em equipe, motivação.

Para definir objetivos e planos para alcançá-los é importante que o gestor conheça noções de planejamento estratégico e ferramentas para desenvolver o planejamento. Seria importante desenvolver um plano de negócio antes da implantação da empresa. O plano de negócio é uma descrição detalhada da empresa, de seu funcionamento e do que é necessário para sua instalação (Maximiano, 2011, p. 223).

Como alternativa a quem já iniciou o negócio, é possível trabalhar a metodologia Canvas. Este modelo de negócio considera a análise de componentes centrais de um empreendimento: segmento de clientes, proposta de valor, canais de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades chave, principais parcerias e custos (SEBRAE).

Ainda, como ferramenta de gestão estratégica, há o *Balanced Scorecard* (BSC) que foca o desempenho organizacional definindo indicadores sob quatro perspectivas: financeira, dos clientes, dos processos internos, e do aprendizado e crescimento (NORTON, KAPLAN, 1997).

Para garantir o tempo de existência da empresa no mercado é importante considerar todos os outros fatores que influenciam o negócio, conhecer o mercado e a concorrência, ter capacidade de adaptação às mudanças que surjam, identificar e aproveitar oportunidades e inovar no que for possível.

Finalmente, quanto à experiência profissional, conhecimento técnico e de mercado do proprietário é importante aproveitar a experiência profissional de empregos anteriores e a de trabalhar para si mesmo. Também buscar informações e conhecimentos diversos conforme já comentado anteriormente.

Resumindo, dada a importância dos MEIs na economia, destaca-se que as atividades desenvolvidas por eles exigem empenho, capacitação e profissionalização na gestão do negócio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No questionário, obteve-se um retorno de 35,11% dos respondentes. Através das respostas, constatou-se equilíbrio entre homens e mulheres, chama a atenção a ausência de jovens até 20 anos e presença de empreendedores em todas as outras faixas etárias. Há ocorrência de todos os níveis de escolaridade, diferentes tempos de atuação como MEI e atuação em diversos locais. Constatou-se ainda que a maioria dos MEIs possui o negócio como a principal fonte de renda e não possui funcionários.

Para cumprir os objetivos de descrever os fatores e analisar os mais relevantes apontados pelos MEIs, aqueles que foram identificados na pesquisa bibliográfica foram apresentados em dezoito questões para serem avaliados pelos MEIs em escala de importância no questionário. Constatou-se que todos tiveram representatividade, confirmando os fatores pesquisados e apresentados na literatura.

Dez fatores se sobressaíram, sendo avaliados por mais de 50% dos MEIs como um fator de grande importância, identificando os determinantes no gerenciamento dos negócios. Atender a legislação nas boas práticas de fabricação, ficou em primeiro lugar. Em seguida, ter persistência/perseverança e dedicação em tempo integral ao negócio. Ter um eficiente controle financeiro e gestão do capital de giro próprio, reinvestindo os lucros da empresa, ficou em terceiro lugar. Já o fator ter crescimento de clientes e aumentar o volume de vendas, ficou em quarto lugar.

Os MEIs reconheceram a importância da responsabilidade social e ambiental, e da imagem e marca perante o mercado. E ainda, destacaram a importância das habilidades gerenciais e capacidade de liderança do proprietário/gestor da empresa; da definição de objetivos e planos para alcançá-los; do tempo de existência da empresa no mercado e da experiência profissional, conhecimento técnico e de mercado do proprietário/gestor da empresa.

Esperava-se que a questão de atender a legislação nas boas práticas de fabricação fosse um fator em destaque, por ser uma exigência para os MEIS que trabalham com alimentos, mas não que esse fator iria se sobrepôr a outros relacionados aos resultados do negócio, à relação com os clientes, às habilidades gerenciais e conhecimento técnico e de mercado.

Confirmou-se a consideração de sucesso por formas quantitativas destacadas por Lirani (2014), mas também por aspectos pessoais relacionados à habilidades gerenciais e capacidade empreendedora apresentadas por SEBRAE (2005) que constam no Referencial Teórico.

Destacou-se o comprometimento do proprietário/gestor da empresa com seu negócio e também com a sociedade, revelada pela avaliação de importância da responsabilidade social e ambiental.

Quanto ao objetivo de apresentar alternativas para os fatores identificados visando contribuir para o gerenciamento dos negócios desses empreendedores, foram feitas considerações e sugestões em subtítulo destacado no capítulo 4.

Assim considera-se que o objetivo geral e os objetivos específicos do trabalho foram alcançados pois foram realizados.

A principal contribuição do trabalho foi sintetizar fatores relacionados ao gerenciamento de negócios apresentados na literatura e identificar, através da avaliação dos empreendedores, os fatores determinantes.

A realização do levantamento, a elaboração do questionário, a aplicação da pesquisa, o uso da estatística descritiva e a interpretação de resultados representaram aprendizado para a pesquisadora.

A principal limitação foi o tempo escasso para conseguir respostas de todos os microempreendedores, ficando a amostra reduzida para generalizar os resultados da pesquisa, mas esses indicam que pode haver um comportamento semelhante entre os demais.

Não foi possível apurar quantos MEIs do setor de produção de alimentos iniciaram atividades e fecharam a empresa durante os 10 anos de existência da lei, sugerindo-se para isso a realização de um levantamento futuro.

Sugere-se ainda para trabalhos futuros uma amostra com maior significância estatística e ampliar a estatística descritiva para maior aprofundamento analítico quantitativo para validar o modelo de fatores determinantes.

Outra possibilidade é escolher empresas de forma intencional para controlar variáveis, como o tempo de existência de empresa ou atividades desenvolvidas, ou ainda investigar perfis dos empreendedores e aprofundar a pesquisa em forma de estudo de casos com os perfis encontrados.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL (2019). **Sebrae: mais de 5,4 milhões de pessoas dependem da renda de um MEI**. Disponível em:

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-09/sebrae-mais-de-54-milhoes-de-pessoas-dependem-da-renda-de-um-mej>. Acesso em: 12 out. 2019.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. Cengage Learning, 2015.

BERTI, Ariel; BAGATINI, Daniela; FROZZA, Rejane. **Competências profissionais de empreendedores da tecnologia da informação**. Disponível em:

http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2009_tn_sto_098_661_12861.pdf.

Acesso em: 15 out. 2019.

BESSANT, John; Tidd, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BNDES (2019). **Quem pode ser cliente**. Disponível em:

<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/quem-pode-ser-cliente/>. Acesso em: 31 out. 2019.

CANDEIAS *et al.* **Aplicação de ferramentas de qualidade: estudo de caso em uma microempresa do ramo calçadista**. Disponível em:

http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_239_385_32449.pdf. Acesso em: 11 out. 2019.

CANDIDO, G. A.; LIRA, Waleska Silveira; MELO, Islania Maria. **Análise dos fatores críticos de sucesso nas micro e pequenas empresas familiares do Estado do Rio Grande do Norte**. Revista da Micro e Pequena Empresa. V. 4, n. 3, p. 4-14. Faculdade Campo Limpo Paulista, 2010. Disponível em:

<http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/174/142>. Acesso em: 07 out. 2019.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2016**. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2017. 208 p. Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2019.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil Relatório Executivo 2017**. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2017. 23 p. Disponível em:

https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 25 jul. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

G1. Com trabalho por conta própria em nível recorde, número de MEIs ultrapassa a marca de 9 milhões. Disponível em:

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/10/06/com-trabalho-por-conta-propria-em-nivel-recorde-numero-de-meis-ultrapassa-a-marca-de-9-milhoes.ghtml>. Acesso em: 12 out. 2019.

Guimarães, Paulo Ricardo Bittencourt. **Métodos Quantitativos Estatísticos**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2008.

IBGE. As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil 2001.

Série Estudos e Pesquisas Informação Econômica número 1. Rio de Janeiro: IBGE, 2003. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv1898.pdf>. Acesso em: 11 out. 2019.

IBGE. Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo 2016.

Série Estudos e Pesquisas Informação Econômica número 31. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101612.pdf>. Acesso em: 15 out. 2019.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

Ministério da economia. **Formalização do Microempreendedor individual completa 10 anos com 8,5 milhões de inscritos**. Disponível em:

<http://www.economia.gov.br/noticias/2019/07/mei-completa-10-anos-com-8-5-milhoes-de-inscritos>. Acesso em: 20 ago. 2019.

Ministério do Meio Ambiente. **Responsabilidade Socioambiental**. Disponível em: <https://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental.html>. Acesso em: 01 set. 2019.

MONTEIRO, Filipa Maria Lopes. **A aplicação do conceito de fatores críticos de sucesso em diversos ambientes: revisão de estudos empíricos**. ISCTE Business School, Instituto Universitário de Lisboa, 2012. Disponível em:

https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/6238/1/Tese_Filipa_Monteiro.pdf. Acesso em: 12 set. 2019.

NORTON, David; KAPLAN, Robert. **A Estratégia em Ação: *Balanced Scorecard***. 6ª Edição. Tradução Luiz Euclides Trindade Frazão Filho. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

PILZ, Sabrina Elisa. **Microempreendedor individual: uma análise do município de Mato Leitão**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso. Disponível em: <https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/1979/1/2017SabrinaPilz.pdf>. Acesso em: 13 set. 2019.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Como contratar um empregado?** Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/ja-sou/servicos/contratar-empregado/como-contratar-um-empregado>. Acesso em: 01 out. 2019.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Dicas de segurança da Vigilância Sanitária**. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/dicas-de-seguranca-da-anvisa>. Acesso em: 01 out. 2019.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **O que é ser um MEI?** Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/O-que-e-ser-um-mei>. Acesso em: 01 out. 2019.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **O que um MEI pode fazer?** Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/atividades-permitidas>. Acesso em: 01 out. 2019.

PORTO, Geciane *et al.* **Gestão da inovação e empreendedorismo**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SALGADO, Andreia Maria Pedro; CAMILOTTI, Luciane; LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas. **A importância das habilidades e da gestão do conhecimento para o ato de empreender**. SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, v. 9, 2012. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/64116371.pdf>. Acesso em: 15 out. 2019.

SANTOS, Ana Clarissa Matte Zanardo; ALVES, Maise Soares Pereira da Cruz. **Dimensões da orientação empreendedora e seus diferentes impactos no desempenho de empresas instaladas em incubadoras tecnológicas da região sul do Brasil**. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO171.pdf>. Acesso em: 21 out. 2019.

SEBRAE. **Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil, 2003-2005**. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf). Acesso em: 21 out. 2019.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil 2016**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2019.

SEBRAE. **Perfil do microempreendedor individual 2017**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual-2017-v10.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2019.

SEBRAE (2019). **Como construir um modelo de negócio para sua empresa**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-construir-um-modelo-de-negocio-para-sua-empresa,6054fd560530d410VqnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 14 nov. 2019.

SEBRAE (2019). **Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual: diferenças e características**. Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/epp-microempresa-mei/>. Acesso em: 31 out. 2019.

SEBRAE (2019). **Critérios de classificação de empresas: MEI - ME - EPP**. Disponível em: <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>. Acesso em: 31 out. 2019.

SOLVIS (2019). **Cálculos de amostragem**. Disponível em: <https://www.solvis.com.br/calculos-de-amostragem/>. Acesso em: 21 out. 2019.

TWYGO EAD. **O que são competências gerenciais e quais são indispensáveis para um bom líder?** Disponível em: <https://www.twygoead.com/site/blog/competencias-gerenciais/>. Acesso em: 15 out. 2019.

Zampier, Marcia Aparecida; Wunsch Takahashi, Adriana Roseli. **Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa**. Cadernos EBAPE.BR, vol. 9, julho, 2011, pp. 564-585. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3232/323227830007.pdf>. Acesso em: 15 out. 2019.

APÊNDICE A – Questionário

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA SOBRE FATORES DETERMINANTES NO GERENCIAMENTO DE NEGÓCIOS

Este questionário é um instrumento de pesquisa elaborado pela aluna Cristiane Pasquali para a realização de um trabalho de conclusão de curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção na UTFPR, campus de Francisco Beltrão.

Sua participação é fundamental para o desenvolvimento do trabalho, o qual visa coletar dados acerca das características e fatores determinantes no gerenciamento de negócios dos Microempreendedores Individuais – MEIs do setor de alimentos de Francisco Beltrão PR.

A sua participação nessa pesquisa é opcional. Os dados coletados são sigilosos, para fins exclusivamente acadêmicos e serão tratados e analisados coletivamente. Portanto, nenhuma informação será abordada e divulgada de maneira individual, sendo preservada sua identidade.

Não existem respostas certas ou erradas, sendo solicitado apenas que responda de forma sincera a todas as questões.

Aceita responder o questionário? Sim Não

MÓDULO I – CARACTERIZAÇÃO DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS - MEIS

1 - Gênero:

Feminino Masculino

2 - Faixa etária

Até 20 anos De 21 a 30 anos De 31 a 40 anos
 De 41 a 50 anos De 51 a 60 anos Acima de 60 anos

3 - Nível de escolaridade:

Fundamental incompleto Fundamental completo Médio incompleto Médio completo Superior incompleto Superior completo

4 - Tempo formalizado como MEI:

Menos de 1 ano Até 2 anos Até 3 anos Até 4 anos Até 5 anos Mais de 5 anos

5 - Local de atuação do empreendimento:

Em casa Na rua/ambulante Estabelecimento próprio Feiras e exposições Casa ou estabelecimento do cliente Estabelecimento alugado

6 - Possui outra fonte de renda:

Não Sim, emprego formal Sim, emprego informal
 Sim, aposentado ou pensão Sim, outra, qual: _____

7 - Tem funcionário?

Não Sim, um familiar Sim, uma pessoa que não é da família

MÓDULO II – FATORES DETERMINANTES NO GERENCIAMENTO DE NEGÓCIOS						
Fatores determinantes no gerenciamento de negócios são práticas que contribuem para o sucesso da empresa. Tendo como base a sua realidade, manifeste sua opinião sobre a importância dos fatores citados abaixo para o sucesso da sua empresa, sendo 1 fator de pouca importância e 5 fator de grande importância.						
		1	2	3	4	5
1	Criatividade e orientação empreendedora do proprietário, gestor da empresa					
2	Experiência profissional, conhecimento técnico e de mercado do proprietário no negócio, gestor da empresa					
3	Habilidades gerenciais e capacidade de liderança do proprietário, gestor da empresa					
4	Persistência/perseverança, e dedicação em tempo integral ao negócio					
5	Definição de objetivos e planos para alcançá-los					
6	Gerenciar os processos e alocar adequadamente os recursos da empresa (RH, Informática, produção, operações, etc.)					
7	Estabelecer estratégias e planos de marketing e vendas					
8	Ter colaboradores capacitados, engajados e satisfeitos					
9	Inovação em produtos, processos, serviços, gestão ou modelo de negócios					
10	Terceirização de atividades que não são da competência central da empresa					
11	Avaliar o desempenho e resultados da empresa, estabelecendo metas e indicadores chaves					
12	Ter crescimento de clientes e aumentar o volume de vendas					
13	Tempo de existência da empresa no mercado					
14	Imagem e marca da empresa no mercado					
15	Responsabilidade social e ambiental					
16	Aproveitar as oportunidades de negócios e ter acesso a novas tecnologias					
17	Ter um eficiente controle financeiro e gestão do capital de giro próprio, reinvestindo os lucros da empresa					
18	Atender a legislação nas boas práticas de fabricação					

Fonte: Questionário adaptado de PILZ (2017), LIRANI (2014) e SEBRAE (2005 e 2016).