

OS DESAFIOS DA MICRO E PEQUENA EMPRESA EM TABULEIRO DO NORTE: UM DIAGNÓSTICO DOS EMPREENDEDORES DA CIDADE

Samuel Lázaro Luz Lemos (LE MOS, S. L. L.)

Keully Cristynne Aquino Diógenes (DIÓGENES, K. C. A.)

Benício Bandeira Costa (COSTA, B. B.)

RESUMO

Empreendedorismo diz respeito muito mais a uma filosofia de vida que a um modelo acadêmico. Este campo de estudo parte da premissa de que a aplicação desta lógica de pensamento no ecossistema socioeconômico da região nordeste tem potencial contributivo para reverter alguns indicadores negativos. Além disto, o empreendedor é o pilar central da empresa, dele parte a execução prática das ideias, o que influencia diretamente seu tempo de vida. Com base nisto, esse estudo tem por objetivo mapear a percepção dos micros e pequenos empreendedores de Baixo do Jaguaribe, almeja-se reconhecer o perfil daqueles que constituem os micro e pequenos negócios na cidade de Tabuleiro do Norte. Para tanto, utilizou-se o método quantitativo por meio da técnica da aplicação de 193 questionários. Com base nos dados colhidos, conseguimos descobrir um perfil geral dos empreendedores de Tabuleiro do Norte, e concluímos que ele é um homem casado de 40 anos que concluiu o ensino médio e sente-se realizado com seu trabalho. Ele possui renda mensal de R\$ 2.525,77. Possivelmente exerce outra atividade além da sua empresa própria. Este empresário troca informações com outros colegas sobre os produtos ou serviços oferecem, e já sabe como e (a)onde quer que sua empresa esteja daqui há cinco anos. Ele possui domínio pleno das finanças de sua empresa e o faz pessoalmente e por meio de um caderno. Em geral, este empresário formula seus preços por meio do "perde x ganha" entre uns e outros produtos, que são comprados por meio da observação direta dos clientes que entram em sua loja, para então teste efetivo sobre sua procura. O empreendedor Tabuleirense divulga seus produtos por meio do boca-a-boca dos clientes, e acredita que seu público prima pela qualidade do produto para escolha de sua compra. Por isso, escolhe seus fornecedores conforme este mesmo critério, inclusive, por isso mesmo que eles possuem em geral apenas um fornecedor (que é de sua plena confiança). Além disto, o empresário Tabuleirense tange o seu negócio se envolvendo em quase todas as atividades da empresa, tomando decisões desde o financeiro até a relação com o fornecedor, chegando a lidar diretamente com o consumidor. A medida que o tempo passa torna-se mais seguro e em boa parte existe um sentimento de realização. Mostram-se tradicionais as formas de controle financeiro e confiantes na fidelidade de seus fornecedores. Estão pouco adeptos as inovações, atualizações e reciclagens necessárias ao seu perfil, os tornando alheios e pouco competitivos. Mesmo assim tem expectativas e planos de ações em relação ao futuro, demonstrando interesse e humildade em reconhecer a necessidade de aprimoramento.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Ecossistema Empreendedor; Tabuleiro do Norte.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, há uma metáfora que paira no imaginário de muitos empresários, que se vislumbram como tendo os próprios braços amarrados pela carga tributária, as pernas limitadas pelas leis trabalhistas, mas a despeito disso precisam ser ágeis para se diferenciarem na concorrência nacional e alcançar minimamente a chinesa que já figura à frente na corrida capitalista. A fim de estudar em profundidade a veracidade desta abstração, e em caso positivo especular mecanismos sobre como combatê-la, o presente estudo compõe o diagnóstico sobre o perfil sociodemográfico dos empreendedores (micros e pequenos) da cidade de Tabuleiro do Norte.

Todavia, preliminarmente convém esclarecer qual a percepção de empreendedorismo utilizada neste trabalho. De acordo com a ontologia dos integrantes da equipe que compõem este estudo: empreendedorismo diz respeito muito mais a uma filosofia de vida que a um modelo acadêmico. Etimologicamente a palavra deriva do latim *'imprendere'* e segundo Maximiano (2015) significa 'decidir realizar tarefa difícil' ou simplesmente 'colocar em execução', ou seja, empreender consiste em uma decisão difícil, mas necessariamente significa executar algo.

Neste sentido, partimos do pressuposto de que essa tal filosofia de vida possui um papel com potencial contributivo para superar alguns indicadores negativos do Nordeste, afinal, conforme o estudo de Hissa-Teixeira (2018) revela, ainda que a pobreza e a desigualdade de renda tenham diminuído nas últimas décadas, esta região ainda apresenta os piores indicadores sociais, em relação às demais do país. Sendo empreendedorismo o exercício de tomar uma decisão difícil ou executar uma tarefa complexa, partimos da premissa de que aplicada a área socioeconômica ele possui potencial para compor uma ferramenta de transformação social e, portanto, de melhoria da condição de vida da população, logo, importante para seu desenvolvimento.

Analogamente a metáfora inicial, utilizamos o ecossistema como uma alegoria didática interessante para este trabalho; afinal, a partir dela reflete-se sobre a necessidade de conhecer os empreendedores e seu ambiente – em seus aspectos culturais, econômicos e sociais – em que um deles será produto e influência do outro. Neste sentido, buscamos por meio deste trabalho reconhecer o perfil daqueles que constituem os micro e pequenos negócios na cidade de Tabuleiro do Norte.

Sob este supracitado prisma, mapear o ecossistema socioeconômico da urbe em análise figura como um passo fundamental para uma atuação mais incisiva em suas eventuais limitações. Por tal razão, o presente estudo assume uma importância ímpar na função intelectual das instituições públicas (e coletivas) de transformar a realidade sob a qual estão inseridas.

Sintetizando estas considerações preliminares, considerando a importância da área estudada, o presente trabalho parte da ideia Foucaultiana de que o papel do intelectual não é se posicionar nem acima, nem abaixo, mas emparelhado com as questões sociais que permeiam seu ambiente. Portanto, a análise primordial do perfil sociodemográfico dos empreendedores (micros e pequenos) da cidade de Tabuleiro do Norte, seguida em nível específico da reflexão e conjecturações acerca dos problemas comuns entre eles pode trazer informações relevantes para o campo de estudo (Empreendedorismo em uma cidade do Baixo Vale do Jaguaribe), ao ponto de isto assumir potencial para melhorar os índices econômicos na região.

Em fins didáticos, expomos ora a formatação deste trabalho, no qual posterior a esta (1) introdução, contextualizamos o (2) plano de fundo teórico, no qual serão apresentadas as suas bases acadêmicas, para então demonstrar-se a (3) metodologia, (4) resultados e então uma (5) síntese provisória.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

As micro e pequenas empresas, doravante chamadas de MPEs, são por definição legal aquelas com receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (LEI COMPLEMENTAR 123/2006), elas possuem uma relevância estratégica para a economia nacional. Sua sobrevivência tem impacto direto na economia brasileira, dado que representam 27% do PIB. No entanto, estimativas do Sebrae (2016) mostram que apenas 77% das empresas constituídas sobrevivem aos dois primeiros anos, segundo este estudo, isto é reflexo, entre outros fatores, da falta de conhecimento sobre administração estratégica dos micro e pequenos empresários.

Pessoa; Nascimento e Neto (2008) já apontavam que o maior número de empreendimentos encerra suas atividades sem a percepção do proprietário acerca das motivações para seu fracasso, o que o leva a culpabilizar o poder público, a situação econômica nacional e/ou a suposta concorrência desleal. Estes autores afirmam ainda não ser possível cravar o perfil empreendedor como o fator chave para o falecimento das empresas, pois são muitas variantes que atuam na vida empresarial, todavia, o sucesso estará ligado a habilidade de converter em prática o que se idealiza como meta organizacional.

No âmbito regional, Mesquita (2015) aponta que a maioria das empresas estão estáticas no mercado há mais de dez anos, pagam baixa remuneração aos seus proprietários, além disso, possuem em média um pequeno número de funcionários e com muitos deles sendo familiares e/ou não regularizados.

Para o Sebrae (2014) apesar da importância das MPEs para a economia e para o desenvolvimento regional, é possível verificar altos índices de mortalidade precoce gerados por vários fatores. De maneira complementar, os estudos de Carvalho e Schiozer (2012) ressaltam que a gestão dos recursos é um fator determinante para a sobrevivência delas. Mas quem seria o responsável por isto?

Uma visão de senso-comum sugere que uma figura rege para (a)onde a empresa deve ir, é a partir disto são tomadas as decisões, o Empreendedor. Segundo Fillion (1999), ele é uma pessoa que idealiza e executa as visões, assim sendo, desenvolve um papel determinante para o sucesso ou fracasso da empresa.

Galdino (2015) avança nessa discussão traçando um perfil predominante no país, definindo empreendedor como alguém que sofre com a política financeira pelos altos juros e tributos, que tem dificuldades de acesso ao crédito e com a concorrência internacional desleal, além disso, é carente informações especializadas. Mas em âmbito local, em Tabuleiro do Norte, estas informações encontram eco?

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo foi essencialmente o reconhecimento descritivo dos empreendedores estudados. Ele é etapa *sine qua non* para futuros estudos longitudinais. Hodiernamente, a fim de vencer este arcabouço pragmático, fez-se mister aprofundar-se no aspecto numérico do objeto de estudo (GODOI; BANDEIRA-DE-MELO; SILVA, 2006). Em outras palavras, utilizou-se o método quantitativo (BRYMAN; BELL, 2011) sob a técnica do questionário (SACCOL, 2009), utilizada a fim de levantar objetivamente as perguntas mais relevantes predefinidas pelos pesquisadores.

Isto foi possível a partir de um estudo iniciado em 2017, que utilizou o método quantitativo por meio da técnica da aplicação de dois questionários; um deles apenas para validar os dados, que foram refinados em uma versão mais enxuta e focada no escopo da pesquisa, resultando na eliminação de vários excessos inadequados quanto a uma linguagem inteligível aos empreendedores, e resultando em 193 instrumentos de análises de empreendedores da cidade.

A versão final do questionário possuía 30 perguntas, sendo as nove primeiras sociodemográficas, as cinco seguintes relacionadas a verificar o nível de planejamento empresarial quanto ao próprio futuro; as questões 16 a 19 focadas nas finanças, seguidas por uma abordagem sobre o marketing empregado aos empreendimentos; posteriormente sua

logística e por fim, a política interna de recursos humanos e visão dos empresários sobre ela. Logo, o questionário possuía um olhar sobre algumas das principais áreas da Administração.

Os dados foram tabulados e categorizados no software *Statistical Package for Social Sciences* (IBM SPSS Statistics 21.0®), ainda com o apoio do Microsoft Excel 2016®. Para então seguir-se à análise da estatística descritiva (Média, Desvio padrão, Coeficiente de variância e Porcentagem), seguida por outras técnicas de análise como a ANOVA (análise de variância) e o Teste T para amostras independentes, a fim de identificar eventuais diferenças relevantes. Foram realizadas também Correlações (bivariável) para checar a existência de relacionamento entre algumas variáveis.

Para se aprofundar ainda mais nestes dados, além da estatística descritiva foram realizados outros testes. Neste sentido, primeiramente foi realizado o teste de Kolmogorov-Smirnov no software SPSS Statistics 21.0® para averiguar se os dados são provenientes de uma distribuição normal. Confirmando esta hipótese, deu-se andamento aos testes de correlação para os dados investigados. Após isto, os dados foram processados e transcritos conforme os resultados a seguir expostos.

4 RESULTADOS

Os dados demonstraram haver uma predominância de empresas do ramo alimentício (quase 30%). A idade dos empreendedores foi variável entre 18 e 72 anos, tendo a média nos 40 anos e mediana um ano acima disto (o que significa dizer que pelo menos metade dos empresários possui mais de 41 anos). Pouco mais da metade são do sexo masculino, sendo mais de 60% deles casados – seguidos por 30% de empreendedores solteiros.

Sobre a renda é perceptível um grande abismo entre o valor mínimo respondido (R\$ 200,00) e o máximo apontado (R\$ 30.000,00). Todavia, uma análise dos percentis demonstrou que mais de 60% alegam ter uma renda de pelo menos R\$ 2000,00. A média mensal de todo o conjunto de dados foi de R\$ 2.525,77, todavia sob um alto desvio padrão (em virtude dos números extremos). Estes dados, analisados em contexto regional provocam uma reflexão acerca das informações trazidas por Mesquita (2015) e seus apontamentos sobre baixa remuneração dos proprietários. Ainda que seja uma quantia notoriamente não elevada, posiciona-se como acima da média do *Rendimento nominal mensal domiciliar per capita* (R\$ 1.268,00 no Brasil e R\$ 824,00 no Ceará), índice divulgado pelo IBGE (2017). O que sugere que o empreendedor possui renda superior à média nacional.

Quanto a escolaridade, verificou-se que a maior parte possui ensino médio completo (32,8%), todavia, um considerável número (26,2%) não concluíram o ensino fundamental. Neste ponto, convém apontar a única correlação encontrada (Forte e Positiva), entre renda e escolaridade. Há evidências de que elas sejam diretamente proporcionais, ou seja, quanto maior a escolaridade do empreendedor há uma tendência de que maior seja a sua renda. A tabela a seguir comprova a alegação.

Tabela 1 – Expectativa: Correlações entre escolaridade x renda.

	Escolaridade	Renda	Correlação
Pearson Correlation	0,221	0,221	Forte
Sig. (2-tailed)	,007	,007	

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Por volta de 30,4% dos entrevistados alegaram exercer em paralelo à seu empreendimento alguma outra atividade; destaque também para o fato de quase 30% dos inquiridos responderem precisar exercer também a atividade doméstica (Dona de casa) em sua rotina. Indiferente a isto, mais de 60% dos empresários alegaram sentir-se realizados profissionalmente. Os dados apontam que 33,3% dos empresários buscavam uma fonte de renda própria ao idealizar o negócio, neste quesito, quase o mesmo número (32,2%) alegaram sonhar com o próprio negócio. Antes de iniciar as atividades da empresa 33,5% estavam empregados em empresas privadas e um bom número já tinha algum tipo de atividade autônoma (24,2%).

Dentre os respondentes 77,2% costumam trocar informações com outros empresários, sendo em maioria a respeito de produtos (60,1%) e fornecedores (37,2%). Daqueles que assumiram não trocar nenhum tipo de informações, 14,2% alegam que assumem tal postura pela falta de contato com outros empreendedores. Tais dados rememoram as afirmações de Galdino (2015), que aponta a concorrência desleal como um dos fatores de fragilidade dos empreendedores. Esta troca de informações seria um fator que possibilita tal dano? Este mesmo autor aponta a carência de informações especializadas como uma problemática. Seriam estas informações obtidas em contatos com outros empresários ou tal déficit é vencido apenas com consultorias especializadas? Estudos futuros podem debruçar-se sobre estes dois questionamentos.

Ao responder sobre os planos para o futuro, 68,9% já idealizam como querem que a empresa esteja nos próximos cinco anos e destes, 60,7% já sabem exatamente qual plano de ação será necessário para chegar ao estado desejado; 44,8% o elaborou por conta própria. Este alto índice sugere haver relativa reflexão dos empresários sobre como gestar seus empreendimentos. O quão isto tem sido suficiente para suplantiar os números que o Sebrae (2016) aponta como

empresas fadadas à mortalidade por falta de conhecimento sobre administração estratégica devem ser averiguados de maneira longitudinal e aliado a outros indicadores.

Quanto às finanças, 78,1% responderam ter seu controle absoluto, e a grande maioria (88,0%) assume tais cuidados pessoalmente. Questionados pelos meios apontados de controle, 86,3% o fazem manualmente por meio de um simples caderno. O que por um lado corrobora com a literatura de Pessoa; Nascimento e Neto (2008) que discute a falta de habilidade acerca de técnicas de gestão como um fator de fragilidade, mas por outro sugere o reaquecimento do debate entre teoria x prática no mundo dos negócios: seria mesmo o caderno uma técnica inadequada para pequenos e médios empreendimentos, ou tal mecanismo é satisfatório ante as exigências impostas? Apesar da era da informação sugerir esta mera dicotomia como algo absurdo – afinal existem técnicas ‘superiores’ à anotação manual – não cabe a este estudo cravar de modo finalista uma maneira correta que suplante todas as outras, almeja-se aqui levantar o perfil dos empreendimentos, não valorar seu desempenho.

No que tange a política de preços, 47% deles assumem que ganham bem mais em alguns produtos para compensar a perda em outros, enquanto 32,2% têm uma margem de lucro fechada.

Em relação ao reconhecimento das necessidades do cliente, 64,5% optam por comprar o produto para então testar sua saída. Paralelo a isto, 30,1% destacam observar bem o cliente no momento que ele entra a loja e dão atenção ao mais procurado pela clientela.

Apesar das ferramentas de comunicações atuais, a divulgação boca-a-boca dos produtos ainda é a melhor forma no ponto de vista dos entrevistados (73,8%), curiosamente, pouco mais da metade dos inquiridos confirmaram fazer uso disto (52,5%). Dentre os aplicativos de comunicação, o WhatsApp se destaca com 19,1% de uso.

Para os respondentes os elementos que mais influenciam na hora do cliente optar por uma compra são: a qualidade do produto (35%), seguido pelo preço (24%) e em terceiro lugar o atendimento (21,9%).

Em relação ao contato com fornecedores, os empresários inquiridos buscam essencialmente qualidade (47%) e confiança (23%). A pesquisa aponta que 36,6% deles confiam no um fornecedor que os atende atualmente, já 33,3% possuem vários fornecedores para evitar a dependência deles; neste quesito, 24,6% alegam fazer pesquisa de preço e seguir as melhores condições ofertadas.

Quanto às relações com os funcionários 28,4% dos respondentes acreditam que seus empregados exercem seu trabalho com todo o esforço possível. Quanto a maneira de motivar seu pessoal, 26,8% dos empreendedores alegam adotar uma política de respeito e amizade e

20,2% acreditam que o pagamento em dia é o incentivo para o bom desempenho. Quando se trata de descrever a relação, 29,5% encara os funcionários como meros parceiros de trabalho.

5 CONCLUSÃO – SÍNTESE PROVISÓRIA

O empreendedor é uma figura chave na atual era. Ainda que ele não seja tudo dentro de uma empresa, parte dele as principais decisões quanto ao seu funcionamento e sobrevivência. Neste sentido, a partir dele espera-se mudanças, inovações e sobretudo a execução de um determinado plano de ação. Todavia, nem sempre este ícone estará apto a tantas expectativas, seja por razões técnicas ou mesmo psicológicas. Neste sentido, entender o Empreendedor em seu ecossistema, figura como uma maneira de reconhecê-lo em suas principais percepções sobre seu cotidiano para então conjecturar sobre sua atuação.

Concluimos analisando os dados que o empresário Tabuleirense tange o seu negócio se envolvendo em quase todas as atividades da empresa, tomando decisões desde o financeiro até a relação com o fornecedor, chegando a lidar diretamente com o consumidor. A medida que o tempo passa torna-se mais seguro e em boa parte existe um sentimento de realização. Mostram-se tradicionais as formas de controle financeiro e confiantes na fidelidade de seus fornecedores. Estão pouco adeptos as inovações, atualizações e reciclagens necessárias ao seu perfil, os tornando alheios e pouco competitivos. Mesmo assim tem expectativas e planos de ações em relação ao futuro, demonstrando interesse e humildade em reconhecer a necessidade de aprimoramento.

Para estudos futuros, almeja-se realizar um aprofundamento exploratório sob uma perspectiva multifacetada, ou seja, de modo multiparadigmático; vislumbra-se tal aplicação como um mecanismo de enxergar diferentes nuances, de modo a demonstrar ângulos relevantes em um mesmo fenômeno. Em outras palavras, para os próximos trabalhos o presente grupo de pesquisa tentará uma harmônica combinação de formas de enxergar o objeto de estudo (SILVEIRA, 2013) e assim compreendê-lo em maior profundidade.

Com base nos dados colhidos, conseguimos descobrir um perfil geral dos empreendedores de Tabuleiro do Norte, e concluimos que ele é um homem casado de 40 anos que concluiu o ensino médio e sente-se realizado com seu trabalho. Ele possui renda mensal de R\$ 2.525,77. Possivelmente exerce outra atividade além da sua empresa própria.

Este empresário troca informações com outros colegas sobre os produtos ou serviços oferecem, e já sabe como e (a)onde quer que sua empresa esteja daqui há cinco anos. Ele possui domínio pleno das finanças de sua empresa e o faz pessoalmente e por meio de um caderno.

Em geral, este empresário formula seus preços por meio do "perde x ganha" entre uns e outros produtos, que são comprados por meio da observação direta dos clientes que entram em sua loja, para então teste efetivo sobre sua procura.

O empreendedor Tabuleirense divulga seus produtos por meio do boca-a-boca dos clientes, e acredita que seu público prima pela qualidade do produto para escolha de sua compra. Por isso, escolhe seus fornecedores conforme este mesmo critério, inclusive, por isso mesmo que eles possuem em geral apenas um fornecedor (que é de sua plena confiança).

No que tange aos próprios funcionários, os empreendedores de Tabuleiro do Norte acreditam na boa-fé e esforço pleno de seus colaboradores, por isso usam o respeito e amizade como principal política de motivação.

REFERÊNCIAS

BRYMAN, A.; BELL, E. **Business Research Methods 3ed.** New York: Oxford, 2011.

CARVALHO, Claudinê Jordão; SCHIOZER, Rafael Felipe. Gestão de capital de giro: um estudo comparativo entre práticas de empresas brasileiras e britânicas. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 16, n. 4, p. 518-543, 2012.

Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm> Acesso em 19 de jul. 2018.

FILION, Louis Jacques; DOLABELA, Fernando. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, v.34, n.2, p.19, 1999.

GALDINO, Francisco de Assis. Histórias de vida de empreendedorismo: um estudo múltiplo de casos da região do Vale do Jaguaribe; 2015; Trabalho de Conclusão de Curso; (Graduação em Ciências Contábeis) - Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza; Orientador: Raphael de Jesus Campos de Andrade.

GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R.; SILVA, A. B. (orgs). Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais. São Paulo: Saraiva, 2006.

HISSA-TEIXEIRA, Keuler. Uma análise da estrutura espacial dos indicadores socioeconômicos do nordeste brasileiro (2000-2010). *EURE (Santiago)*, Santiago, v. 44, n. 131, p. 101-124, enero 2018. Disponível em: <https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612018000100101&lng=es&nrm=iso>. Acessado em 07 de maio de 2018.

IBGE – RENDIMENTO NOMINAL MENSAL DOMICILIAR PER CAPITA.

Disponível em:

<ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Renda_domiciliar_per_capita/Renda_domiciliar_per_capita_2017.pdf> Acesso em 20 de jul. 2017.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à Teoria Geral da Administração. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

MESQUITA, Jarina Maia Alvino de. O COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DOS PROPRIETÁRIOS/GERENTES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO SETOR DE BENEFICIAMENTO DE FRUTOS E LATICÍNIOS NA REGIÃO DO BAIXO JAGUARIBE – CE; 2015; Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará - Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade; Orientador: Prof. Dr. Érico Veras Marques (2015).

PESSOA, Raimundo Wellington Araújo; NASCIMENTO, Leandra Fernandes do; NETO, Edmundo Soares. Perfil dos empreendedores formais de Aracati/CE. Revista Alcance – Eletrônica, v. 15, nº 02. ISSN 1983-716X, UNIVALI, p. 223, mai/ago. 2008.

SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Rev. Adm. UFSM**, v. 2, n. 2, p. 250-269, 2009.

SEBRAE. *Sobrevivência das empresas no Brasil*. Brasília, 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-dasempresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>>. Acesso em: 13 de abr. 2018.

SEBRAE. **Causa Mortis O sucesso e o Fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida**. 2014. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf> Acesso em: 13 de abr. 2018.

SILVEIRA, R. Z. Mãe!? O mundo vai acabar...? Reflexões sobre desdobramentos e implicações dos paradigmas sociológicos de Burrell e Morgan para os estudos organizacionais. **Cad. EBAPE.BR**, v. 11, n. 1, 2013.