

## **Perfil de Pequenas Empresas Brasileiras Atendidas Pelo Programa Empretec do Sebrae e Seus Empreendedores**

Autoria: Rosane Cruz, Claudio Forner, Naira Maria Lobraico Libermann

### **Resumo**

Este artigo analisa o perfil das pequenas empresas brasileiras atendidas pelo SEBRAE e seu desempenho econômico, focalizando-se o desenvolvimento de comportamentos empreendedores através de um programa de treinamento. O pressuposto defendido neste estudo considera que o estilo do empreendedor interfere diretamente nos resultados alcançados pela empresa. Para o estudo, foi realizada uma pesquisa descritivo-exploratória, através de uma *survey*, com empreendedores de todas as regiões brasileiras participantes do Programa Empretec – atividade desenvolvida pelo SEBRAE há aproximadamente 10 anos que busca potencializar as características empreendedoras de empresários, ou futuros empresários, de pequenas empresas. As principais conclusões apontam que, quanto maior for a qualificação para a atividade empreendedora, maiores e melhores serão os resultados da pequena empresa. A pequena empresa precisa ter um atendimento direcionado à sua realidade, e a ação, como a apresentada neste trabalho, surte efeitos positivos no contexto onde está inserida.

## **Introdução**

A visão do empreendedorismo como um fenômeno contemporâneo, e do empreendedor como gerador de riquezas, deixa clara a função essencial do empreendedor no desenvolvimento da sociedade, tanto na geração de novos negócios, como na própria ação de desenvolver estes novos negócios. A iniciativa de implantação de novos negócios tem sido fortalecida de diversas formas, sendo que as pequenas empresas respondem por cerca de 21% do PIB brasileiro e absorvem cerca de 70% da mão-de-obra ocupada.

Entretanto, é sabido que grande número de novos empresários fracassa antes de completar o primeiro ano do seu negócio. Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE de Minas Gerais (1997) analisou 1.200 micros e pequenas empresas com o objetivo de definir o perfil destas empresas e de seus proprietários. Ficou constatado que a taxa de mortalidade das empresas chega a 83% antes de completarem o segundo ano de existência. A causa destes insucessos relaciona-se a fatores como: falta de capital de giro, falta de clientes, carga tributária, recessão econômica, inadimplência, concorrência forte, falta de crédito, falta de mão-de-obra qualificada, instalações inadequadas e falta de conhecimentos gerenciais, nesta ordem.

Como maneira de minimizar os problemas, algumas alternativas têm sido estudadas. Pode-se citar como exemplo a ênfase no sistema de incubação de empresas, que tem como objetivo dar resposta para a demanda de apoio às idéias inovadoras no intuito de torná-las um negócio viável estimulando, desta forma, a cultura empreendedora.

Por outro lado, tem-se uma preocupação maior com a sobrevivência das pequenas empresas, que origina programas de qualificação de empreendedores na gestão dos negócios ou mesmo a ampliação de linhas de crédito para pequenos empreendimentos.

Por ser o mercado extremamente competitivo, tanto para as empresas de setores tradicionais como para as empresas de base tecnológica, e haver este histórico não tão promissor com relação a empreender novos negócios, é preciso ser cuidadoso. Mesmo assim, o que se observa é um número crescente de indivíduos fazendo a escolha por um novo negócio. E, nesse contexto do empreendedorismo, a posição do Brasil está relacionada a alguns fatores como criatividade e disposição do brasileiro em mudar seus rumos e vivenciar experiências inovadoras. No caso brasileiro, 13,5%, ou seja, 14 milhões de pessoas estão envolvidas na criação ou administração de algum negócio (Empreendedorismo Brasil, 2002). Estes fatores justificam a existência de iniciativas realizadas pelo SEBRAE, bem como por outros órgãos, para capacitar a pequena empresa e o empreendedor na gestão do negócio.

Nesta linha de pensamento, foi criado o Projeto de Desenvolvimento do Entrepreneurship e da Pequena Empresa, esforço de pesquisa financiado pelo Escritório para a Ciência e a Tecnologia da Agência Internacional dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional. Neste projeto incluía-se o Programa Empretec – treinamento comportamental com base em características empreendedoras, cujo objetivo é identificar e fortalecer estas características, as quais apareceram na pesquisa como fundamentais para o desenvolvimento de novos negócios (YOUNG, 1990).

Desta forma, para conhecer melhor esta realidade, propõem-se as seguintes questões no presente estudo: quais as características das empresas e dos empreendedores

atendidos pelo programa de capacitação de empreendedores do SEBRAE? O desenvolvimento destas características, através de um programa de treinamento, interfere nos resultados da empresa? E por outro lado, os resultados justificam as ações de treinamento de empreendedores?

### **Características do empreendedor**

A palavra *entrepreneur* é traduzida como o empreendedor ou empresário. Diversos autores têm demonstrado que o empreendedor possui certas características que o remetem ao sucesso, aliando qualidades pessoais a um grande nível de informação. A presença do empreendedor tem sido um dos fatores relevantes na economia de países em desenvolvimento, e esta razão despertou interesse de estudiosos e profissionais que se empenharam na definição de empreendedor, seu papel, suas características e atitudes, desenvolvendo-se, desta forma, o estudo do empreendedorismo.

O empreendedor é o indivíduo que identifica a oportunidade, junta os recursos necessários, cria e é responsável pelo desempenho da organização, enquanto que empreendedorismo é o meio pelo qual são formadas empresas novas, criando riquezas através do trabalho do empreendedor (CARTON, HOFER e MEEKS, 1998).

Segundo Torres (1995), a partir da década de 70, o empreendedor tem sido foco de atenção constante em países desenvolvidos e em desenvolvimento, sendo registrado um aumento considerável de programas públicos e privados voltados para orientação de jovens sobre a atividade empresarial, incentivando-os a montar seu próprio negócio. No contexto brasileiro, observa-se a vontade empreendedora em pessoas recém-formadas que tem por objetivo aplicar novos conhecimentos, adquiridos em pesquisa, em atividades de produção e oferta de bens e serviços; ou ainda, manifesta-se em pessoas com experiência em negócios e que são levadas a criar sua própria empresa (Maculan, 1996).

Em se tratando do indivíduo empreendedor, os estudos de McClelland (1962) apontaram que os empreendedores têm alto grau de motivação para realização, e suas principais características são a responsabilidade pessoal por sua performance, a busca por objetivos, a análise de riscos e a busca de feedback de sua performance. Mais tarde, McClelland (1987) acrescentou persistência e inovação como características importantes ao empreendedor, que usa o dinheiro como medida de desempenho.

Dornelas (2001) define ainda como características dos empreendedores de sucesso a visão que eles têm de como será o futuro do seu negócio e a habilidade de implementar seus sonhos. Os empreendedores são pessoas que sabem tomar decisões em momentos críticos e deflagram suas ações com agilidade. Gartner (1989), por sua vez, analisou o perfil do empresário relacionando-o ao tipo de negócio no qual este se inseria. Miner (1996) mostrou evidências conclusivas de que o padrão de personalidade do empreendedor exerce influência dominante sobre o sucesso de seu negócio, identificando quatro tipos de padrões de personalidade operando em um dirigente: o realizador (*personal achiever*), o gerente (*real manager*), o vendedor empático (*empathic supersalesperson*) e o gerador de idéias (*expert idea generator*).

Dado o exposto, parece evidente a importância de indivíduos com características empreendedoras no atual cenário econômico, principalmente como instrumento de desenvolvimento de negócios competitivos.

**Quadro 1- Características mais Frequentemente Atribuídas  
aos Empreendedores de Sucesso**

	<i>McClelland (1962)</i>	<i>Timmons (1978)</i>	<i>Meredith, Nelson e Neck (1982)</i>	<i>Hornaday (1982)</i>	<i>Kets de Vries (1985)</i>	<i>Dornelas (2001)</i>
Inovação	X			X	X	X
Liderança				X	X	X
Analisar riscos	X	X		X	X	X
Independência	X		X	X		X
Criatividade				X		X
Autoconfiança	X		X	X		X
Orientação para Resultados	X	X	X			X
Originalidade/iniciativa		X		X		
Otimismo			X			X
Flexibilidade			X			
Habilidade para conduzir situações		X	X			X
Necessidade de realização	X		X		X	X
Envolvimento a longo prazo	X		X			
Capacidade de aprendizagem		X				X
Agressividade		X				
Comprometimento	X					X
Planejamento		X				X
Possuir redes de contatos						X
Criar valor para a sociedade						X
Necessidade de controle					X	

Fonte: Quadro elaborado pela autora a partir da revisão de literatura.

### **Comportamento empreendedor**

Um comportamento empreendedor é o reconhecimento de oportunidade, definido como a percepção para criar novos negócios ou para mudar ou melhorar negócios já existentes. Schumpeter (1934) descreve o empreendedor como alguém que desestabiliza o equilíbrio econômico existente por introduzir novos produtos e serviços, por criar novas formas de organização, ou por explorar novos materiais. Empreendedores são também identificados como organizadores de incerteza, eles reconhecem e percebem oportunidades que resultam de incertezas. O comportamento empreendedor tem sido descrito como uma visão focada em inovações (GARTNER, 1985).

Outros comportamentos, que interferem na performance das empresas, incluem planejamento estratégico, aplicação de recursos e inovação (STEARNS e ALLEN, 1996). O empreendedor □□bem sucedido está normalmente vinculado à pessoa que começa um novo negócio, dirige a empresa para o crescimento e, finalmente, para a venda, agindo, portanto, para melhorar a competitividade da empresa.

A identificação de oportunidades e acúmulo de recursos, por sua vez, ocorre através de um relacionamento de troca entre empreendedores e membros de uma ampla rede de contatos pessoais (ALDRICH e AUSTER, 1986). Assim, uma rede de contatos, que traduz uma das características de comportamento empreendedor, serve de ligação entre o empreendedor e a oportunidade no ambiente externo. A composição de rede de contatos variará de empreendedor para empreendedor e a informação disponível na rede pode tornar-se uma fonte de vantagem competitiva. A rede torna-se uma fonte de inteligência de negócios que habilita o empreendedor a comercializar na incerteza (JOHANNISSON et al, 1994). Em ambientes de negócios complexos, os empreendedores necessitam inovar e perseguir oportunidades ambientais, assim, a principal tarefa do empreendedor é colocar a visão para que todos contribuam com a organização, formando uma visão coletiva.

Outro estudo que mostra a inter-relação entre personalidade do pequeno dono de negócios, orientação estratégica e inovação foi desenvolvido por Kickul e Gundry (2002). Na primeira parte do modelo, foi detectado que uma personalidade proativa poderia influenciar diretamente a orientação estratégica. Este tipo de orientação estratégica é um fator chave em determinar o tipo de inovações introduzidas e implementadas dentro do negócio. Os resultados revelam que a orientação de estratégia prospectiva media o relacionamento entre personalidade proativa e três tipos de inovações: processos inovativos de mercado, sistemas organizacionais inovativos e apoio na inovação.

### **Método**

O estudo foi realizado através de uma pesquisa survey com amostra probabilística casual simples, previamente estratificada por regiões geográficas, proporcional ao número de participantes do Programa Empretec por região do país. Utilizando-se nível de confiança de 95%, foram selecionados 1445 participantes do programa para a composição da amostra de uma população total de 25.657 participantes, com erro amostral médio de 2,53%. Desses participantes, 591 representavam empresas consolidadas, 584 representavam empresas nascentes e novas, e 270 não eram empreendedores. Para efeito da amostragem, considerou-se um sistema de referência composto pelo conjunto de participantes do curso de capacitação dos estados.

Foram consideradas nascentes as empresas que, à época da pesquisa: a) estavam em fase de nascimento, b) tinham menos de três meses de funcionamento; e c) que, com mais de três meses de funcionamento, não tinham remunerado as pessoas que as compunham. Organizações com idade entre três e quarenta e dois meses, que já tivessem remunerado seus proprietários, foram consideradas empresas novas, e foram reputadas como consolidadas aquelas que propiciaram lucros antes de 1999. A pesquisa foi realizada com base na mesma estratificação geográfica do estudo dos empreendedores GEM 2001. Foram selecionados participantes do programa e entre os anos de 1999 e 2001. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário auto-preenchido sob orientação de um aplicador durante os meses de julho e agosto de 2002, também foram

utilizados dados secundários de empresas geridas pelos participantes do programa nos dois períodos anteriores e nos dois períodos posteriores à participação no programa, com os quais se elaborou a taxa de variação, comparando-se com a situação da economia brasileira no mesmo período. Os dados financeiros das empresas foram enviados via fax ou o aplicador ia até a empresa buscar o questionário, pois alguns respondentes não tinham condições de responder as informações solicitadas sem ajuda de um contador.

O tratamento estatístico compreendeu as seguintes atividades:

- cálculo e análise de indicadores dos níveis de empreendedorismo dos participantes comparando com os níveis do Brasil;
- reagrupamento de variáveis conforme a necessidade de análise;
- cálculo de intervalo de confiança para média populacional dos indicadores acima descritos;
- testes em tabelas de contingências, como teste Q-quadrado, indicando a existência/inexistência de diferenças estatisticamente significativas nas taxas acima citadas.

Além de pesquisa de campo, os dados foram complementados por uma pesquisa paralela, mantida com metodologia própria do IBPQ-PR, denominada “Avaliação do desempenho empresarial”, que forneceu o panorama do desempenho de micro e pequenas empresas no Brasil por meio do mesmo conjunto de indicadores adotados para avaliação do desempenho dos participantes do Programa Empretec.

#### **Análise e interpretação dos dados**

A análise dos dados comprova que a taxa de atividade empreendedora-TAE-dos participantes do programa EMPRETEC é de 40% para as empresas consolidadas; é de 21% para as empresas nascentes e de 19,4% quando analisadas as empresas novas. Existem os empreendedores que empreendem por oportunidade, quando o empreendedor visualiza um ambiente favorável de negócios e age em busca de oportunidades, e os empreendedores que empreendem por necessidade, aqueles motivados por desemprego ou subemprego. Conforme análise dos dados, observa-se que os participantes do programa possuem um alto índice de TAE por oportunidade. Os participantes do programa Empretec são motivados por oportunidade com um percentual de 33,6% e de 6,9% quando a motivação é por necessidade, o que confirma a teoria defendida por McClelland (1962) que diz que o empreendedor realiza a atividade de empreender motivado por um forte apelo de realização pessoal, utilizando o dinheiro como medida de desempenho.

**TABELA 1 – Taxa de empreendedorismo (em %)**

TAXAS	PARTICIPANTES DO PROGRAMA EMPRETEC
Empresas nascentes	21,0
Empresas novas	19,4
Empresas consolidadas	40,4
TAE necessidade	6,9
TAE Oportunidade	33,6

Fonte: SEBRAE/IBPQ

Outro dado que chama a atenção é a taxa de permanência entre empresas novas e nascentes (93%) que somam 584 empresas, com a maior presença de empresas consolidadas, que somam 591 empresas, o que indica maior sobrevivência de empresas novas e nascentes geridas por participantes do Programa Empretec. Por outro lado, pode-se vincular esta performance à homogeneidade dos participantes do programa em seu perfil socioeconômico-cultural e em suas características e comportamentos.

O fato de o TAE por oportunidade ser elevado neste grupo não é por acaso. O programa trabalha diretamente na prospecção e busca de novas oportunidades, bem como na iniciativa de empresas já consolidadas, para diversificação de nichos de mercado e lançamento de novos produtos e serviços através do sistemático planejamento de curto, médio e longo prazo, inovando em projetos e planos para o futuro. Este aspecto é mencionado nos estudos de Kickul e Gundry (2002) que apontam que a personalidade do empreendedor está relacionada com a orientação estratégica e com a inovação da pequena empresa, estabelecendo que a postura proativa estabelece o tipo de inovação que será introduzido na empresa.

**TABELA 2– GÊNERO DOS PARTICIPANTES DO PROGRAMA EMPRETEC**

TAXAS	MASCULINO	FEMININO
Empresas nascentes	65,9	341
Empresas novas	714	28,6
TAE	68,6	314
TAE por necessidade	69,7	30,3
TAE por oportunidade	68,3	31,7

Fonte: SEBRAE/IBPQ

**TABELA 3– ESCOLARIDADE DOS PARTICIPANTES DO PROGRAMA EMPRETEC**

TAXAS	SEM EDUC. FORMAL	1º GRAU	2º GRAU	SUPERIOR
Empresas nascentes	0	1,9	19,0	79,3
Empresas novas	0	2,0	20,0	78,2
TAE	0	1,9	19,5	78,8
TAE por necessidade	0	2,4	13,1	84,8
TAE por oportunidade	0	1,9	20,8	77,5

Fonte: SEBRAE/IBPQ

Os participantes do programa possuem educação formal mais sólida que a maioria da população brasileira, ou seja, 4 em cada 5 participantes possuem educação universitária. Entre os respondentes da pesquisa houve incremento na educação após a realização do programa de treinamento, os números sugerem uma busca contínua de instrução formal. Para deixar mais clara a importância desta característica no desempenho das empresas, compara-se este dado com relatório GEM onde 1 entre 5 empreendedores brasileiros não estudou ou possui apenas o ensino fundamental. Porém, este dado não é homogêneo, aparecendo discrepâncias quanto ao nível de escolaridade nas diferentes regiões do Brasil. As maiores taxas de escolaridade concentram-se nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste, ficando bem mais baixa nas regiões Norte e Nordeste.

**TABELA 4– ESCOLARIDADE DOS PARTICIPANTES DO PROGRAMA EMPRETEC POR REGIÃO**

ESCOLARIDADE	SUDESTE	SUL/CENTRO-OESTE	NORTE-NORDESTE
Sem educação formal	0	0	0
Ensino fundamental	1,7	1,8	1,7
Ensino médio	17,8	25,5	30,8
Ensino superior	80,4	72,7	67,5
Total	100	100	100

Fonte: SEBRAE/IBPQ

**TABELA 5– FAIXA ETÁRIA DOS PARTICIPANTES DO PROGRAMA EMPRETEC**

TAXAS	18-24 ANOS	25-34 ANOS	35-44 ANOS	45-54 ANOS	55-64 ANOS
Empresas nascentes	6,0	23,3	39,9	24,6	6,3
Empresas novas	6,5	36,2	33,0	21,1	3,2
TAE	6,2	29,5	36,6	22,9	4,8
TAE por necessidade	5,1	22,2	41,4	28,3	3,0
TAE por oportunidade	6,4	31,0	35,6	21,8	5,2

Fonte: SEBRAE/IBPQ

A faixa etária dos participantes do programa é de 35 a 44 anos com 49,9%, seguida da faixa que vai dos 45 aos 54 anos com 24,6%, o que representa um público mais velho e mais experiente na atividade de empreender um novo negócio. São pessoas que buscam obter conhecimentos em outras atividades antes de se arriscar ao assumir um negócio de risco, ou seja, eles minimizam os riscos inerentes a qualquer tipo de negócio trazendo sua experiência como empregado na produção ou comercialização dos seus produtos. A comparação das faixas etárias revela perfis equilibrados nas diferentes regiões do Brasil, com diferença significativa somente na região Norte-Nordeste que apresenta maior número de jovens empreendendo.

Levantou-se, também, a evolução das características empreendedoras com a realização do Programa Empretec. Para as médias anteriores a realização do programa, utilizou-se o questionário de auto-avaliação que os participantes respondem no início do programa, comparando-se estes dados ao questionário respondido à época desta pesquisa. A conclusão que se chega neste aspecto é que se reduz a dispersão entre as diversas características tornando o perfil destes empreendedores mais homogêneo.

Os impactos do programa sobre seus participantes fazem-se sentir também nas decisões acerca de seu futuro como empreendedores, sendo que no redirecionamento das ações é que os resultados são mais significativos: 40% dos empreendedores, 54% dos não-empreendedores e 58% dos representantes de empresas consolidadas afirmaram ter redirecionado o que estavam fazendo em função de terem participado do programa. Conclui-se, ainda, que a participação não influi de forma expressiva na mudança de opinião inicial e seu efeito é praticamente nulo na decisão de desistir de empreender.

Revelou-se através dos dados da pesquisa que os participantes do programa evoluem seu status profissional. Mais de um quarto dos participantes com empresas novas e nascentes que compõem a TAE declararam terem sido empregados registrados antes de



participarem do programa, caindo para 18% após a realização do programa, o que implica numa redução de 31% no número de empregados registrados, sendo que 28% destes participantes passaram a ser proprietários ou sócios de empresa formal. Pode-se inferir que os empreendedores melhoram sua visão de futuro, que, segundo Dornelas (2001), é importante para se ter sucesso no negócio.

A queda dos estudantes sem renda antes do programa também foi bastante expressiva. Dos 12 que havia, somente dois permaneceram em sua posição original, e 7 tornaram-se empresários. É de destacar que todos os participantes desempregados deixaram de sê-lo após a realização do programa.

Para mensurar a contribuição do programa Empretec aos participantes em seus empreendimentos ou negócios, pediu-se que os respondentes elessem os tópicos em que esta contribuição ocorreu. Interpretando-se os resultados para os grupos de empreendedores e não-empreendedores, infere-se que a contribuição maior propiciada pelo programa dá-se no plano estratégico mais geral e de relações com o mercado, aparecendo, com destaque, o relacionamento e a busca de satisfação com o cliente, elaboração e atualização de metas, planos e projetos e, ainda, o aprimoramento da qualidade dos produtos e serviços.

**QUADRO 2 – CONTRIBUIÇÃO DO PROGRAMA EMPRETEC PARA A GESTÃO DO NEGÓCIO**

CONTRIBUIÇÃO	SKORES MÉDIOS
Relacionamento e busca de satisfação do cliente	4,17
Aprimoramento da qualidade dos produtos e serviços	4,06
Elaboração e atualização de metas, planos e projetos.	4,04
Avaliação e acompanhamento de resultados	3,67
Desenvolvimento de parcerias	3,45
Busca de inovação de produtos	3,42
Gerenciamento/capacitação de recursos humanos	3,33
Avaliação mercadológica	3,28
Formas de comercialização	3,27
Busca de novas tecnologias para os processos	3,18
Controles contábeis e financeiros	3,14
Identificação de fontes de recursos financeiros	2,36

Fonte: SEBRAE/IBPQ

Embora os dados quantitativos não expressem de maneira destacada a rede de contatos que o empreendedor deve ter para estabelecer relações comerciais promissoras, cabe tecer comentários, visto este ser um dos focos do programa. As redes estabelecidas durante e após o treinamento aparecem como possibilidades de negócios e são incentivadas como tal, propondo-se encontros periódicos e até rodadas de negociações para os participantes do programa. Conforme Johannisson et al.(1994), a rede de contatos torna-se uma fonte de inteligência que não pode ser desprezada nos períodos de incerteza.

Dos 408 participantes do programa, que tiveram questionário validado na parte da pesquisa referente ao estilo de gestão e seus resultados sobre o negócio, 27 foram considerados como proprietários de empresas nascentes, 65 empresas novas e 316 de empresas consolidadas. Mais de 87% dessas empresas possuem atividades relacionadas ao setor serviços. A produtividade do trabalho dessas empresas foi de aproximadamente R\$ 42 mil, valor bem superior à produtividade do trabalho em média da economia brasileira (R\$ 17 mil).

No caso das 408 empresas, os quesitos possíveis de serem analisados são os seguintes: faturamento, valor adicionado (VA), pessoal ocupado, resultado líquido, relação VA/faturamento e produtividade do trabalho. Estes dados focalizam o dinheiro e o acompanhamento de resultados como medida de desempenho.

**TABELA 7 – FATURAMENTO DAS EMPRESAS PARTICIPANTES DO PROGRAMA**

	Nº DE EMPRESAS	% EM RELAÇÃO AO TOTAL	MÉDIA DE CRESC/QUEDA
<b>NASCENTE</b>			
Crescimento	20	74%	64%
Queda	3	11%	-14%
Manteve	3	11%	
N.R.	1	4%	
Total	27	100%	
<b>NOVA</b>			
Crescimento	46	71%	121%
Queda	7	11%	-23%
Manteve	11	17%	
N.R.	1	2%	
Total	65	100%	
<b>CONSOLIDADA</b>			
Crescimento	222	71%	53%
Queda	59	17%	-10%
Manteve	33	12%	
N.R.	2	1%	
Total	316	100%	

Fonte: SEBRAE/IBPQ

As principais evidências da análise dessas variáveis ou indicadores, antes e depois da realização do programa Empretec, são as seguintes:

-71% das empresas apresentaram crescimento no faturamento (25%).

-o valor adicionado aumentou em 69% das empresas.

-e a geração de valor adicionado por de idéias de vendas aumentou em 29% das empresas e permaneceu estável em 42%. Em 28% dos casos essa relação apresentou uma queda. O aumento no valor desse indicador revela maior capacidade da empresa em gerar valor adicionado oportunidade de valor das vendas, o que indica maior sucesso das estratégias de mercado e de relações com fornecedores, ou, ainda, progresso técnico ou incorporação de valor do processo de produção.

-em no mínimo 50% das empresas pode ser observado o momento de seus resultados; em 203 empresas da amostra o aumento do resultado foi de 66%, enquanto que 22% das empresas (91) apresentaram queda em seus resultados.

-62% das empresas informaram sobre a quantidade de seu pessoal ocupado: 62% apresentaram aumento de 48% em seus quadros de pessoal, em 13% ocorreu uma diminuição do nível de emprego (-31%).

-em 62% das empresas da amostra foi possível calcular a produtividade do trabalho por meio de relação Valor Adicionado/Quantidade de Pessoal Ocupado. Em 53% dessas empresas a produtividade aumentou em cerca de 28%.

A realização do programa impacta significativamente na percepção de risco por parte dos participantes. No grupo das empresas nascentes, 41% afirmaram que o programa ajudou a afastar o medo do insucesso e 38% responderam que a realização do treinamento tranqüilizou quanto aos riscos da atividade. Cerca de 18% deste grupo responderam que depois do treinamento passaram a preocupar-se quanto aos riscos não conhecidos. É interessante observar que o programa afeta diretamente a avaliação de risco dos indivíduos que vão empreender, independentemente se é empresa nascente, nova ou consolidada, fato que vem confirmar uma das características importantes para o empreendedor de sucesso apontado na literatura por vários autores consultados (vide: McClelland, Hornaday, Timons e Dornelas).

**QUADRO 3– INTERESSE PELO PROGRAMA E SEUS RESULTADOS NA GESTÃO DO NEGÓCIO**

		Empresas nascentes	Empresas novas	Empresas consolidadas
PROCURA PELO PROGRAMA	Antes de definir o negócio	42,6	21,4	4,7
	Depois de definir o negócio	55,8	78,3	93,9
	Apesar de ter conhecimento do negócio	49,2	64,8	80,7
	Por não possuir conhecimento do negócio	47,9	33,1	15,1
APÓS O PROGRAMA	Afasta receio de insucesso	40,9	40,6	29,4
	Preocupa quanto a riscos desconhecidos	17,8	17,1	13,7
	Aumenta o receio de insucesso	2,0	0,4	0,7
	Informa os riscos da atividade	38,0	413	53,6

Fonte: SEBRAE/IBPQ

Nesse contexto, e considerando as ressalvas feitas, os resultados da pesquisa com os participantes do programa fornecem as seguintes indicações:

- o empreendedor que participa do programa Empretec evolui como empresário já que os resultados cresceram de forma expressiva no período em análise;
- o empreendedor que passa pelo programa possui melhor desempenho e toma as decisões de forma consciente, diminuindo os riscos comuns na gestão de qualquer negócio;
- as pequenas empresas participantes da pesquisa advêm de oportunidades percebidas no mercado num percentual bem superior as empresas que resultam de necessidade imediata do empreendedor para suprir a falta de emprego;

- o grupo participante da pesquisa tem características sócio-culturais superiores a maioria da população brasileira, independentemente da região onde se situa este empreendedor;
- as regiões brasileiras atendidas pelo programa não apresentam diferenças significativas com relação aos aspectos analisados, com pequenas exceções mencionadas anteriormente;
- as pequenas empresas atendidas pelo programa caracterizam-se como novas e nascentes, ou seja, tem de 3 meses a 42 meses.

### **Conclusão**

Como analisado anteriormente, vários são os estudos do empreendedorismo que procuram discutir e apontar a performance da empresa; cada qual focalizando um aspecto importante deste vasto campo de análise. O objetivo desta análise foi identificar a realidade nas empresas brasileiras de pequeno porte atendidas pelo programa EMPRETEC oferecido pelo SEBRAE, verificando como se dá a interface do empreendedor com os resultados alcançados pelas empresas. Um dos fatores chaves do sucesso destas empresas pode residir no foco visionário do empreendedor e sua capacidade de gerenciar o negócio, prospectando novos mercados e novas possibilidades, assim como fortalecendo as iniciativas empreendedoras para que um número maior de pessoas assuma os riscos de novos negócios com maior segurança.

É possível ao empreendedor, através da sua qualificação e da percepção do contexto no qual está inserido, reorientar sua forma de atuação. Assim sendo, é importante iniciativa como esta, implantada pelo SEBRAE, que desenvolve as características e potencialidades para empreender, possibilitando que um número maior de indivíduos adquira confiança na ação de empreender, através de autoconhecimento e conscientização do que é importante para a gestão de um negócio promissor.

Dentro desse escopo, a pesquisa buscou analisar qual o tipo de empresa atendida por programas como este do SEBRAE. São pequenas empresas com idade que variam de 3 meses a 3 anos e meio, dos mais variados segmentos econômicos, com uma concentração de 87% de empresas com atividades relacionadas ao setor de serviço (comércio, serviços prestados às empresas); 71% destas pequenas empresas atendidas pelo programa aumentou seu faturamento de forma expressiva.

A conclusão é de que os participantes tiveram desempenho significativamente superior nos indicadores de cunho econômico-financeiro após a realização do programa. Os efeitos também podem ser percebidos na atitude dos participantes em relação a seus negócios e mesmo em relação à atividade empreendedora de um ponto de vista mais amplo. O participante torna-se um indivíduo mais seguro em relação à sua atividade e à sua vocação empresarial, avaliando melhor os riscos e planejando adequadamente suas ações. Fica evidenciado que o programa potencializa as características empreendedoras em indivíduos que já atuam em seus negócios, proporcionando as ferramentas que os auxiliam na gestão.

Deve-se atentar para os limites à extrapolação deste estudo: não se pode, portanto, afirmar que este ou aquele elemento isoladamente é a única explicação para o funcionamento desta realidade, como se observou na questão do desempenho econômico dos participantes do programa Empretec.

Embora se considere um estudo preliminar, a iniciativa advinda do Programa Empretec parece estar surtindo efeito positivo, tanto para os participantes como para o desenvolvimento econômico, trazendo resultados positivos nos indicadores econômicos apontados na pesquisa, feitas as devidas ressalvas. Sugere-se um acompanhamento mais pormenorizado do Programa que pode se desdobrar em outros produtos ou mesmo ser ampliado, atingindo a uma parcela maior da população.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AVALIAÇÃO DO PROGRAMA EMPRETEC NO BRASIL. SEBRAE/IBPQ. Paraná, setembro 2002.
- ALDRICH, H. e AUSTER, E. Even Dwarfs Started Small: liabilities of age and size and their strategic implications. In: STAW, B. M. e CUMMINGS, L. L. (eds). *Research in Organizational Behavior*, v. 8, p. 165-198. Greenwich, 1986.
- BYGRAVE, W. The entrepreneurial process. The Portable MBA in Entrepreneurship. Ney York, 1994.
- CARTON, R. B, HOFER, C. W e MEEKS, M, D. The entrepreneur and entrepreneurship: definition of role in the society. Georgia University. [www.sbaer.uca.edu/research/1998](http://www.sbaer.uca.edu/research/1998). Acesso em 21 de jan. de 2002.
- DORNELAS, J. C. de A. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DOUGLAS, E. J. Entrepreneurship as a Career Choice: attitudes, entrepreneurial intentions and utility maximization. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Massachusetts: Babson College, 2000. [www.babson.edu/entrep/](http://www.babson.edu/entrep/) . Acesso em 09 de jan. 2002.
- DRUCKER, P. F. *Inovação e Espírito Empreendedor*. São Paulo: Pioneira, 1986.
- EMPREENDEDORISMO NO BRASIL. *Relatório Global 2002*. GEM – Global Entrepreneurship Monitor. IBPQ, Paraná. 2002.
- FALBE, c. M. e LARWOOD, L. The context of entrepreneurial vision. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Massachusetts: Babson College, 1995. [www.babson.edu/entrep/](http://www.babson.edu/entrep/) Acesso em 24 de out. 2001.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, v.34, n.2, p. 05-28, abril / julho, 1999.
- GARTNER, W.B. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, v.10, p.696-706, 1985.
- \_\_\_\_\_. Who is the entrepreneur its wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v.12, p.47-64, 1989.
- GARTNER, W. B. et al. Psychological factors in success at getting into business. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Massachusetts: Babson College, 1996. [www.babson.edu/entrep/](http://www.babson.edu/entrep/) . Acesso em 08 de dez.2001.
- HAMEL, G. e PRAHALAD, C. K. *Competindo pelo Futuro*. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- JOHANNISSON, B. et al. Beyond Entrepreneurs in Contextual Networks. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1994.
- KICKUL, J. e GUNDRY, L. K. Prospecting for stretegic advantage: the proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*. Milwaukee, apr 2002, v. 40 (2), p. 85.
- MACULAN, A.M.D. Estratégia Tecnológica de micro-empresas localizadas numa incubadora. In: SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 19. São Paulo. *Anais ...* São Paulo: USP/PGT/PACTo, 1996. p.357-369.
- McCLELLAND, D. Business Drive and National Achievement. *Harvard Business Review*, july-august, p.99-112, 1962.
- \_\_\_\_\_. Characteristics of Successful Entrepreneurs, *The Journal of Creative Behavior*, v.21, n.3, p.219-233, 1987.

- McCLELLAND, D. C., BURHAM, D. H. *O Poder é o Grande Motivador*. São Paulo: Nova Cultural, 1987.
- MINER, J.B. Evidence for the Existence of a Set of Personality Types, Defined by Psychological Tests, that Predict Entrepreneurial Success. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College, 1996.
- NAVARRO, L. *Talento Para Ser Feliz*. São Paulo: Editora Gente, 2000.
- RELATÓRIO GEM 2001. Global Entrepreneurship Monitor – Fundação Ewing Marion Kauffman e Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. SEBRAE/IBPQ. Paraná, 2002.
- SANTOS, S.. *A Criação de Empresas de Alta Tecnologia: capital de risco e os bancos de desenvolvimento*. São Paulo: Pioneira, 1987.
- SCHUMPETER, J. A . *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982 [1934].
- SMITH, N. R. e MINER, J. B. Types of entrepreneur, Typi of Firm, and Managerial Motivation: implications for organizational life cycle theory. *Strategic Management Journal*, v.4, p.325-340, 1983.
- STEARNS, T. M e ALLEN, K. R. The Foundations of High Technology Start-Ups: the who, where, when and why. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Massachusetts: Babson College, 2000. Acesso em 08 de jan. 2002.
- STEVENSON, H. H. e JARILLO, C. Preserveng Entrepreneurship as Companies Grow. *Journal of Business and Entrepreneurship*, v. 8 (1), p. 1-18, 1996.
- TORRES, R. S. O processo de formação de empreendedores nas empresas de base tecnológica ligadas às incubadoras tecnológicas do nordeste. João Pessoa, 1995. *Dissertação de Mestrado em Administração* – Universidade Federal da Paraíba.
- VENKATARAMAN, S. The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research: an editor's perspective. In J.Katz e R. Brockhaus (eds.), *Advances in Entrepreneurship, firm emergence and growth*, v.3, p.119-138. 1997.
- YOUNG, R. *Formação Empreeneurial e Consolidação do Desempenho Empresarial*. Contrato nº DAN-5314-C-00-3074-00. Agência para o Desenvolvimento Internacional, Washington D.C. 20523, outubro 1990.