

## **Perfil Empreendedor e Ações de Apoio ao Empreendedorismo: o NAE/SEBRAE em questão**

Autoria: Dilson Campos de Oliveira, Liliane de Oliveira Guimarães

### **Resumo**

Nosso trabalho teve por objetivos analisar os motivos que levam as pessoas a criarem o próprio negócio e identificar similaridades e diferenças entre os empreendedores que permanecem no mercado em relação àqueles cujas empresas encerraram atividades. Adicionalmente, levantar a percepção desses empreendedores sobre o papel das agências de apoio – especificamente o Núcleo para Abertura de Empresas do SEBRAE -, para o desenvolvimento dos pequenos negócios. Analisamos os dados estatísticos produzidos pela NAE/SEBRAE sobre as características dos usuários no ano de 1999. A partir deste cadastro, entrevistamos, 23 empreendedores. Constatamos que fatores provocados pelo desemprego e aposentadoria aparecem como um dos principais motivos para a fundação de empresas. A experiência prévia no ramo de atividade, a capacidade de construir redes de relacionamentos foram as principais variáveis que distinguiram os empresários que permaneceram no mercado em relação aqueles das empresas encerradas. Quanto à contribuição do NAE/SEBRAE para a sobrevivência empresarial, os entrevistados afirmaram que o órgão é eficiente no processo de registro, mas é omissa no que se refere a um acompanhamento para minimizar as dificuldades de consolidação do pequeno negócio.

### **1 - Introdução**

Diversas pesquisas mostram que, a partir dos anos 80, empreendedorismo e pequenos negócios cresceram a taxas mais significativas que em qualquer década nos últimos 100 anos (Drucker, 1987; Filion, 1999; Thornton, 1999). As razões para a expansão dos pequenos negócios na maior parte dos países, como por exemplo, Brasil, Canadá, Inglaterra, Índia, Itália, (Cromie, 1998; Filion, 1999; Puga, 2000; Relatório GEM-2000; SEBRAE, 1998), parecem ser decorrentes das mudanças estruturais no mundo do trabalho nas últimas décadas do século XX, que ocasionaram taxas de desemprego crescente em todos os países capitalistas, com exceção dos Estados Unidos (Iani, 1999). A redução na oferta de empregos impôs muitos desafios aos indivíduos, levando as pessoas a se aventurarem na criação do próprio negócio, como alternativa de trabalho e, até mesmo de sobrevivência (Dedeca, 1998).

Como consequência destas mudanças no mundo do trabalho, Filion (1999) argumenta que os anos 90 produziram um novo tipo de empreendedor: "o involuntário". Grosso modo, empreendedores involuntários são formados por jovens recém formados e pelas pessoas que foram demitidas em função dos processos de fusões, privatizações e reengenharia, os quais, não conseguindo retornar ao mercado formal de trabalho, têm na criação do próprio negócio, uma alternativa de trabalho e renda. "Empreendedores involuntários tendem a optar pelo auto-emprego, mas não são empreendedores no sentido geralmente aceito do termo. Criam uma atividade de negócio, mas não são movidos pelo aspecto da inovação" (Filion, 1999, p. 18).

No Brasil, este processo de modernização gerencial, tecnológico e dos processos de trabalho também ocasionou, a partir da segunda metade dos anos 80, o crescimento das taxas de fundação de novos negócios. A terceirização das atividades não essenciais nas empresas de

médio e grande portes, e as mudanças no mundo do trabalho com redução na oferta de empregos formais, gerou a criação de dezenas de empresas de pequeno porte, representando a alternativa encontrada pelas pessoas para obterem trabalho e renda (Santos, 1995, p. 18).

Uma das preocupações com a expansão dos pequenos negócios é o alto índice de mortalidade desses negócios nos primeiros anos de atividades. No Brasil, 36% dos pequenos negócios morrem no primeiro ano de atividades; 47%, até o segundo ano e somente 8% sobrevivem após o quinto ano de atividades (SEBRAE, 1998). Na Inglaterra, Cromie (1998), verificou que 57% das pequenas empresas fracassam antes do quinto ano de atividades; na Itália, em média, 50% dos pequenos negócios morrem durante os cinco primeiros anos de funcionamento (PUGA, 2000). Nos Estados Unidos, no período 1990 a 1995, 99,9% das empresas que fecharam eram MPME. Nesse período, o índice de mortalidade das MPME foi de 30,2% (GATEWOOD, 1997).

Apesar da elevada taxa de mortalidade dos pequenos negócios, verifica-se que a partir dos anos 90, a cada ano o nascimento de pequenas empresas continua crescendo, como também, vem expandindo o número de atividades autônomas na economia brasileira, parecendo indicar que existem fortes motivos para que milhares de pessoas se aventurem na atividade empreendedora.

Ainda sobre a mortalidade dos pequenos negócios, verifica-se que as pesquisas brasileiras sobre o tema, principalmente as pesquisas realizadas pelo SEBRAE, apontam as dificuldades conjunturais (mercado, juros e tributos elevados, dificuldades de acesso ao crédito) e o despreparo e/ou inexperiência gerencial dos empresários como as principais causas para o fracasso dos pequenos negócios. Estas pesquisas não costumam avaliar as características comportamentais - capacidade para inovar e assumir riscos, para persistir - tampouco a trajetória social do empresário - origem familiar, experiência prévia e redes de relacionamentos -, para citar as principais divulgadas na literatura, identificadas como variáveis propulsoras ao empreendedorismo.

O objetivo deste trabalho é, portanto, a partir de cadastro de pessoas interessadas em criar uma empresa elaborado, no ano de 1999, pelo Núcleo de Abertura de Empresas – NAE<sup>1</sup> do SEBRAE, e de 23 entrevistas, analisar os motivos que levaram as pessoas a criarem o próprio negócio, identificando similaridades e diferenças no perfil dos empreendedores que permanecem no mercado em relação aqueles, cujas atividades foram encerradas nos primeiros anos. Buscamos também levantar a contribuição do NAE/SEBRAE, na percepção dos usuários dos serviços, desta agência de apoio ao empreendedorismo para o desenvolvimento dos pequenos negócios.

## **2 – Características do Perfil Empreendedor: breve revisão da literatura**

A literatura sobre empreendedorismo tem a particularidade de reunir idéias de diversos estudiosos das ciências humanas para explicar o processo de empreender e estabelecer o perfil dos empreendedores de sucesso, mas parece que nenhuma delas consegue explicar como e por que as novas organizações são fundadas (Thornton, 1999). Isso talvez se justifique pelo fato de que os empreendedores não representam um grupo homogêneo e surgem em contextos sociais diferentes e, por isso, os modelos propostos não conseguem abarcar as diferentes formas de operar um negócio e torná-lo bem sucedido.

As teorias de base econômica que atribuem ao empreendedorismo fator importante para desencadear processos de crescimento e desenvolvimento econômico, associaram o empreendedor a inovação, à criatividade e à capacidade de assumir riscos moderados (Schumpeter, 1959). De todos os economistas que tratam do processo empreendedor foi Schumpeter (1959) quem deu projeção ao tema, associando os empreendedores à inovação e os identificando como agentes de mudança responsáveis por impulsionar e manter o motor capitalista (Drucker, 1987; Fillion, 1999).

Além de colocar o empreendedor como o principal agente do desenvolvimento econômico, Schumpeter (1959) afirmava que as atitudes inovadoras dos empreendedores interferem no equilíbrio ou inércia do mercado, provocando mudanças capazes de gerar prosperidade econômica. Nas palavras dele:

O desenvolvimento, no sentido em que o tomamos, é um fenômeno a parte, inteiramente fora do que se possa observar no fluxo circulatório, ou na tendência para o equilíbrio. É transformação espontânea e descontínua das artérias do fluxo, distúrbio de equilíbrio, que altera e desloca, para sempre, o estado de equilíbrio preexistente (SCHUMPETER, 1959, p. 91).

A despeito da perspectiva econômica nem sempre considerar o empreendedor como o ator fundamental no processo de desenvolvimento, teóricos como Schumpeter (1959), que identificaram atributos distintivos no empreendedor – como capacidade de inovar, lidar com ambigüidades e incertezas, assumir riscos – serviram de referência para estudos posteriores que buscaram investigar características do empreendedor na dimensão comportamental.

Na perspectiva da teoria de base comportamental, o argumento central é a identificação das características de comportamento de indivíduos que criaram empreendimentos. Assim, estudiosos que adotaram esta vertente verificaram que os empreendedores têm características psicológicas que os diferenciam de outras populações, por exemplo, os gerentes (McClelland, 1971). As características como motivação para realização, estilo de liderança, capacidade para identificar e avaliar oportunidades, iniciativa, propensão para assumir riscos moderados e lidar num ambiente de incertezas e capacidade de inovação tem sido apontados como determinantes no comportamento empreendedor.

De todos os pesquisadores da área comportamental, David McClelland foi o de maior projeção nos meios acadêmicos. As pesquisas de McClelland (1971) levaram-no a afirmar categoricamente que, entre os motivos para empreender, a alta necessidade de realização é o mais forte deles. Para esse autor, pessoas com alto desejo de realização tendem a dedicar mais tempo a tarefas desafiadoras e que envolvem riscos moderados. Na sua visão, as pessoas com alta necessidade de realização preferem depender da própria habilidade para a obtenção de resultados. Nas palavras de McClelland (1971), a necessidade de realização pode ser assim definida:

Esse alto desejo de realização que explica o comportamento dos empreendedores pode ser resumido em desejo das pessoas pela responsabilidade das tomadas de decisões pessoais, a preferência para as decisões que envolvam um grau de risco moderado e o interesse dessas pessoas em conhecimento concreto dos resultados das decisões tomadas". (McClelland, 1971, p.109).

Embora as pesquisas de natureza comportamental que por meio das interpretações das características de personalidade e baseadas no comportamento dos empreendedores não tivessem resultado no estabelecimento de um padrão homogêneo de comportamentos para

explicar o processo de empreender, os estudos de McClelland (1971) ainda são referência de análise para a compreensão do processo de empreendedorismo.

Young (1971) é um dos pesquisadores que critica os teóricos que tentam identificar empreendedores a partir de suas características comportamentais. Para ele, os atributos e competências empreendedoras aparecem em indivíduos como resultados particulares do ambiente familiar, experiências profissionais anteriores, relações com determinados grupos e como reflexo de valores culturais gerais.

A abordagem de base social apresenta variáveis que ajudam na compreensão do processo empreendedor. Variáveis como a crença religiosa, a experiência prévia no negócio, a influência e estímulos de familiares, amigos e mentores, a história de vida - imigração forçada, desemprego e demissões dentre outras experiências consideradas de mudanças forçadas nas vidas das pessoas -, são discutidas nas pesquisas de Bygrave (1997), Shapero e Skol (1982), Young (1971) e Weber (1982) e indicaram representar elementos que podem agir como propulsores ou facilitadores ao empreendedorismo.

Dentre as variáveis citadas por Shapero e Skol (1982) para explicar o processo empreendedor, parece que os fatores ligados aos deslocamentos negativos, como, por exemplo, o desemprego ou a imigração, seriam os grandes motivadores para abertura de novas empresas, mesmo considerando-se que tal fator possa não ter agido isoladamente.

Da mesma forma que Shapero e Skol (1982), Bygrave (1997) também defende que os elementos de caráter social podem influenciar a formação do processo empreendedor, mas alertam que tais elementos não devem ser analisados de maneira isolada pois a vontade de criar uma empresa depende de vários fatores, como, por exemplo, a perspectiva de carreira, influência de familiares e amigos, modelos de referência, a capacidade de construir redes de relacionamentos e as condições da economia e acesso aos recursos.

Nas perspectivas de Bygrave (1977) e Young (1971), o papel solidário dos grupos na ajuda aos seus membros e a capacidade dos indivíduos em construir redes de relacionamentos são ressaltados como fundamentais para o surgimento e alavancagem dos novos negócios.

Além dos atributos individuais que caracterizam a figura do empreendedor ressaltada pela literatura como fundamentais para determinar iniciativas de criação de empresas, identificamos, na literatura, que taxas mais altas de fundação de empresas são decorrentes, também, de políticas públicas de incentivo aos novos negócios.

Além das competências empreendedoras e gerenciais estabelecidas pela literatura como fundamentais para ocasionar taxas altas de empreendedorismo bem como possibilitar a sobrevivência dos novos e pequenos negócios, diversos estudos (Cromie, 1988; Van de Ven, 1993; Ferraz, Kupfer e Haguenaeur, 1997; Gatewood, 1997; Puga, 2000; Zinger, Lebrasseur e Zamibbi, 2001), mostram que o incremento do empreendedorismo depende da infra-estrutura industrial do país, das políticas públicas e do suporte das agências governamentais. Da mesma forma, o relatório GEM - 2000<sup>2</sup> mostra que o empreendedorismo para ser estimulado e bem-sucedido depende, também, das políticas públicas do país, compreendendo a existência de agências de apoio/suporte, os mecanismos de financiamentos e facilidades para acesso ao

crédito, incentivos fiscais como fatores que, se existentes, fazem diferença para fortalecer atividades empreendedoras.

### 3 - Metodologia

Desenvolvemos uma pesquisa qualitativa e de natureza exploratória, orientada para compreensão de processos que ocorrem em dado grupo ou comunidade (Alves-Mazzotti, 2002). O levantamento dos dados compreendeu duas etapas:

1. análise de dados estatísticos produzidos pelo NAE/SEBRAE, para conhecer o perfil social de seus usuários. Foram analisados dados referentes a 3.549 pessoas atendidas no ano de 1.999;
2. entrevistas em profundidade junto a proprietários de 23 empresas constituídas no ano de 1999, mediante apoio do NAE/SEBRAE, sendo 12 com empresários de empresas em atividades e 11 de encerradas. O Quadro 1 sumariza a divisão por atividades das empresas pesquisadas.

QUADRO 1

Divisão por atividades das empresas pesquisadas	
Empresas em atividades	Empresas encerradas
Indústria (3 empresas)	Indústria (2 empresas)
Comércio (4 empresas)	Comércio (6 empresas)
Serviços (5 empresas)	Serviços (3 empresas)
Total = 12 empresas	Total = 11 empresas
Total de empresas pesquisadas : 23	

FONTE – Elaborado pelos autores.

Para análise dos dados coletados, desenvolvemos uma *moldura de referência* que serviu de guia para nortear nossa análise e facilitar a compreensão sobre os fatores motivacionais e propulsores para a criação de empresas, e as características que diferenciam os empreendedores que permanecem no mercado em comparação com àqueles cujas empresas foram extintas e, por fim, avaliar a importância do NAE nesse processo de criação e sobrevivência das empresas.

A FIG. 1 representa nossa moldura de referência para análise dos dados.



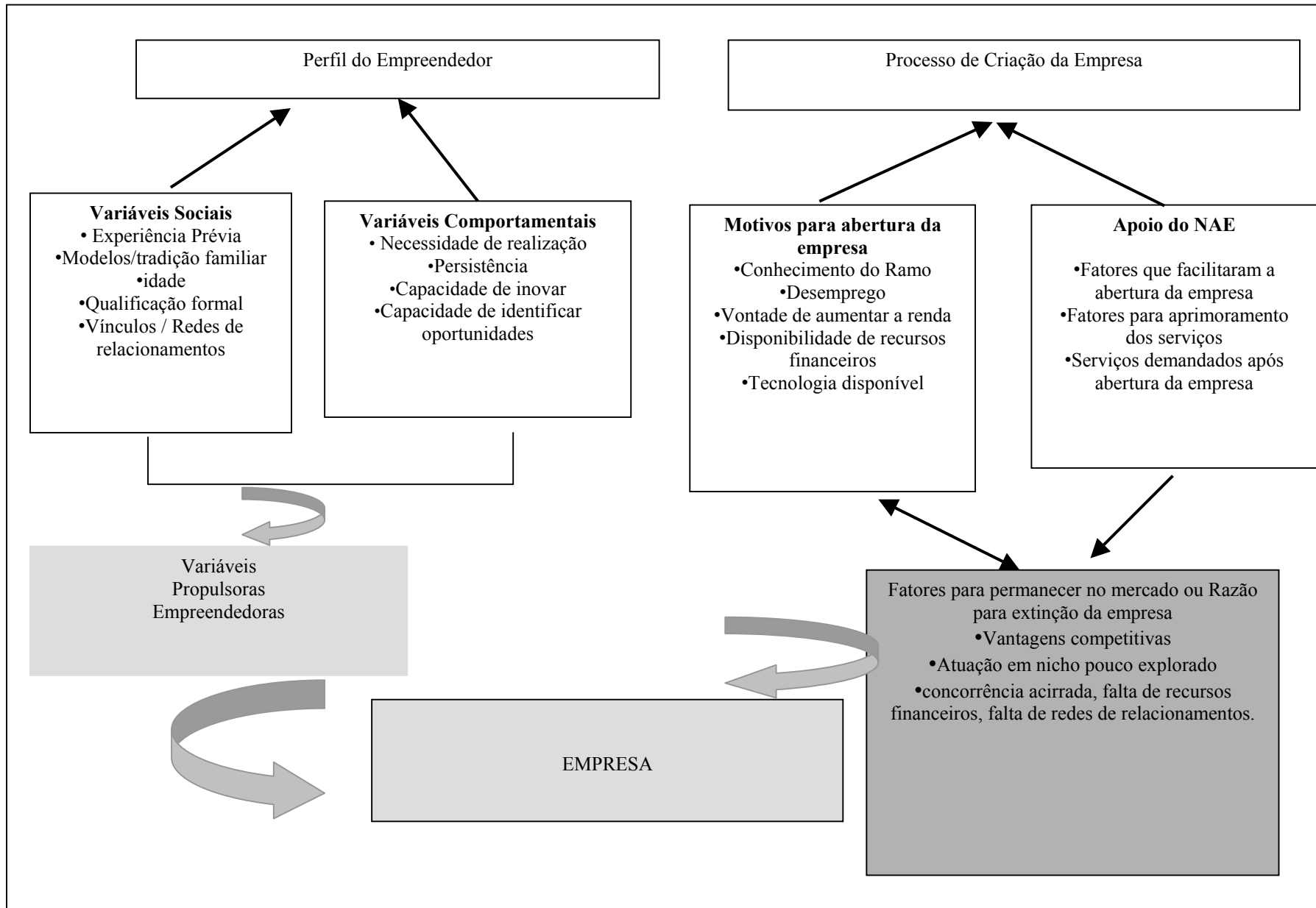


FIGURA 1 - Modelo de referência para análise dos dados  
 FONTE - Elaborada pelos autores

## **4 - Levantamento e Análise dos Dados**

Os dados estatísticos produzidos pelo NAE/SEBRAE sobre as pessoas que buscaram informações para abertura de empresas no ano de 1999 e, as entrevistas semi-estruturadas que realizamos junto a 23 empresários da cidade de Belo Horizonte, cujas empresas foram fundadas no ano de 1999, mediante apoio do NAE/SEBRAE, se constituíram na base para nossa análise.

### **4.1 - Características Sociais dos Usuários do NAE/SEBRAE.**

Em 1999, 3.549 pessoas passaram pelo atendimento do NAE/SEBRAE, buscando informações sobre a abertura de empresas. Dessas, somente 1.133 decidiram pelo registro da empresa, e os demais, por motivos diversos, desistiram ou adiaram a idéia de criar o próprio negócio.

Os dados consolidados pelo NAE, relativos aos atendimentos do ano de 1999, classificam as empresas por setores de atividades (indústria, comércio e serviços) e levantam o perfil social dos empreendedores, como por exemplo, idade, grau de escolaridade, instrução, experiência prévia, motivos para criação do negócio, montante e origem dos recursos para investimento no negócio.

Quanto a variável idade os dados do NAE/SEBRAE, mostram: 18% das pessoas encontravam-se na faixa etária de 18 a 25 anos; de 26 a 30 anos, 22%; de 31 a 35 anos, 17%; de 36 a 40 anos, 15% e acima de 40 anos, 28%.

A respeito da faixa etária, a literatura mostra que em diversos países do mundo, a faixa de 25 a 34 anos é a predominante entre as pessoas que criam o próprio negócio, e que, a partir dos 40 anos, as pessoas são menos propensas a se arriscar em negócios próprios (GEM, 2000; Timmons, 1994). Os usuários do NAE/SEBRAE com idade de 26 a 35 anos (39%), comprovam os dados da literatura. Entretanto, para a faixa etária acima de 40 anos, os dados do NAE/SEBRAE são discrepantes dos citados na literatura, ou seja, foi a faixa que apresentou o maior percentual de pessoas que buscaram informações sobre abertura de empresas.

Além da variável idade, o grau de escolaridade também é apontado nas pesquisas (Timmons, 1994, GEM, 2000) como variável preponderante para a criação e sucesso das empresas. Nos usuários NAE/SEBRAE, predominam pessoas de segundo grau completo (47%), e superior completo e/ou pós-graduação (33%).

O Relatório GEM (2000) indica que, para as empresas nascentes, predominam pessoas com maior grau de escolaridade, isto é, pessoas com mais de 11 anos de escolaridade. Entretanto, outras pesquisas apresentam posições diferentes. Brockhaus (1982), por exemplo, constatou que o grau de escolaridade não é tão determinante, pois os empreendedores têm educação formal menor que os gerentes, porém são mais qualificados que a população em geral. Os dados do NAE/SEBRAE reproduzem os resultados do Relatório GEM-2000, concentrando nos grupos de maior escolaridade as taxas mais elevadas de empreendedorismo.

Outra questão investigada pelos atendentes do NAE/SEBRAE está relacionada à ocupação profissional das pessoas. A TAB. 1 apresenta as informações sobre a ocupação das pessoas interessadas em criar uma empresa.

TABELA 1

Ocupação profissional das pessoas à época do atendimento		
Ocupação atual	Frequência	%
Pessoas no setor informal e autônomos	1.391	39%
Desempregados	826	23%
Empregados do setor formal	730	21%
Empresas já constituídas	157	5%
Pessoas do lar	153	4%
Aposentados	152	4%
Não responderam	140	4%
<b>TOTAL</b>	<b>3.549</b>	<b>100%</b>

FONTE – NAE/SEBRAE, 1999.

Analisando os dados da TAB.1, verifica-se que o desemprego aparece como uma característica bastante evidente nas pessoas atendidas pelo NAE. Quando somamos o total de pessoas desempregadas com aquelas que estão inseridas no mercado informal de trabalho, verificamos que totaliza 62% das pessoas atendidas pelo NAE.

O desemprego é uma das variáveis citadas na literatura como propulsora e catalisadora do processo empreendedor, na medida em que provoca mudanças forçadas nas vidas das pessoas (Shapero e Skol, 1982; Bygrave, 1977). Esse indicador parece coadunar com a teoria de Filion (1999) de que os anos 90 produziram a categoria de empreendedor involuntário, ou seja, aquela pessoa que busca na criação de uma empresa a geração do auto-emprego.

Ainda buscando compreender o perfil dos potenciais empreendedores atendidos pelo NAE/SEBRAE, analisamos o principal motivo/razão citado pelos seus usuários para buscar investir na criação do próprio negócio.

A respeito do desejo de realização, citado como o mais forte motivo para empreender (McClelland, 1971), e a capacidade de inovar e de identificar uma oportunidade de negócio (Schumpeter, 1959), embora presentes nas pessoas atendidas pelo NAE/SEBRAE, essas características individuais não apareceram com tanto vigor. Das 3.549 pessoas que buscaram informações para abertura do próprio negócio, 24% apresentaram o desejo de realização como principal motivo para abertura da empresa – frequência baixa comparativamente aos dados mencionados na literatura – e 19% afirmaram que haviam identificado uma oportunidade de negócio. Deve-se ressaltar que, no questionário do NAE/SEBRAE, as pessoas marcaram somente uma resposta para apontar o principal motivo, ou seja, o quesito não admitia mais de uma resposta, o que poderia indicar dados diferentes.

## 4.2 Análise das Entrevistas dos Casos Pesquisados

Conforme mencionado na metodologia, realizamos 23 entrevistas com empresários, cujas empresas foram constituídas no ano de 1999. Destes, 12 empresas mantinham suas atividades e 11 optaram pelo fechamento da empresa. No quadro 2, sintetizamos as características dos empresários entrevistados e os fatores propulsores ao empreendedorismo identificados nas entrevistas.

## QUADRO 2

Síntese dos resultados encontrados no que concerne ao perfil empreendedor

Características pessoais e fatores propulsores ao empreendedorismo	Importância da variável	
	Empresas Existentes	Empresas Encerradas
Inovar e visualizar	Média	Baixa
Identificar oportunidades	Média	Baixa
Habilidades gerenciais	Alta	Baixa
Influência do núcleo familiar	Baixa	Baixa
Importância da escolaridade	Indiferente	Indiferente
Idade	Indiferente	Indiferente
Experiência prévia no ramo de atividade	Alta	Baixa
Necessidade de realização	Média	Baixa
Capacidade de construir redes de relacionamentos comerciais	Alta	Baixa
Mudanças sociais forçadas (desemprego, redução de renda pela aposentadoria)	Alta	Alta

FONTE – Elaborado pelos autores

Para a análise das principais características que compuseram o perfil dos empreendedores entrevistados, avaliamos, pela ordem de importância as características e habilidades que diferenciaram os de sucesso daqueles cujas atividades fracassaram. Para os empreendedores cujas empresas se mantêm em atividade, as principais características e habilidades identificadas que se sobressaíram, foram: experiência prévia no ramo de atividade; capacidade de construir redes de relacionamentos comerciais duradouras; capacidade de inovar e visualizar uma oportunidade de negócio; e o que denominamos de habilidades gerenciais, ou seja, capacidade para lidar com as incertezas do mercado, principalmente com a concorrência acirrada e as dificuldades de acesso ao crédito.

A experiência prévia no ramo de atividade apareceu como uma variável significativa, principalmente nos empresários cujas empresas permanecem no mercado. Nestas empresas, 10 das 12 pessoas entrevistadas responderam que tiveram experiência anterior no mesmo ramo. Entre estas pessoas, cinco haviam trabalhado como empregadas em negócios similares, três começaram no setor informal e somente registraram o negócio após um período de trabalho no ramo, e uma delas associou-se ao pai, pessoa com experiência anterior na atividade empreendida.

Já no grupo de empresas extintas, somente três pessoas tiveram experiência como empregados em empresas do mesmo ramo de atividade. As demais - oito pessoas -, vieram de outras áreas de atividades, tendo algumas delas, inclusive, ocupado cargos de direção e gerência em empresas de grande porte, mas em outro segmento empresarial.

A experiência prévia é citada na literatura (Shapiro e Skol, 1982; Bygrave 1997; Gatewood, 1997), como uma variável importante no processo empreendedor e para a continuidade do negócio, e isso parece ter-se confirmado em nosso estudo. No Brasil, pesquisas realizadas pelo SEBRAE em 1987 e 1998 concluíram que a experiência prévia é mais importante do que a educação formal para o sucesso dos pequenos negócios, pois, em 60% das empresas que

permanecem no mercado, seus empresários tinham alguma experiência no ramo de atividades antes da abertura do negócio.

A segunda habilidade pela ordem de importância identificada em nossa pesquisa – capacidade de construir e manter redes de relacionamentos –, outra competência individual mencionada na literatura (Young, 1971; Shapero e Skol, 1982, Weber, 1982, Bygrave, 1997) como importante elemento facilitador ao empreendedorismo, apresentou-se bastante diferente entre os dois grupos pesquisados. Nas empresas em atividade, alguns empreendedores identificaram oportunidades, ou buscaram recursos financeiros, ou aumentaram o faturamento, aproveitando-se da rede de relacionamentos, conforme relato abaixo:

Eu não tinha recurso nenhum. Tinha a idéia, conhecia muito do ramo e tinha experiência. Então eu busquei um conhecido para ser o sócio capitalista e graças a Deus tive alguém que acreditou em mim [...] outro fato que me ajudou a crescer foi a rede de representantes .

Nas empresas extintas, a maioria das pessoas entrevistadas não pareceu manter vínculos e relações que pudessem facilitar a comercialização dos produtos, sendo citado, por alguns deles, como a principal dificuldade enfrentada para a continuidade do negócio, como, por exemplo:

Eu acho que o empreendedor só dá certo e, principalmente, se ele tiver uma rede de relacionamentos comercial. Outras características, ao meu ver, são secundárias, como conhecimentos técnicos, saber correr riscos calculados.

Quanto à terceira característica, capacidade de inovar (Schumpeter, 1959) e de visualizar uma oportunidade de negócios (Filion, 1999) essas habilidades aparecem com maior frequência no discurso dos empresários cujas empresas permanecem no mercado, em comparação aos proprietários de empresas extintas. O depoimento abaixo corrobora nossa observação:

Fazer coisas diferentes e com qualidade no atendimento e na criação. Percebi que na área de transportes em que eu era prestador de serviços, o faturamento estava caindo e agi rapidamente e mudei para aluguel de andaime. Agora exploro um nicho que não interessa aos grandes, ou seja, atendo às pessoas físicas e pequenos construtores.. Descobri um nicho onde a concorrência não era muito feroz..

Por outro lado, no discurso dos empresários de empresas extintas, essas características e habilidades pouco aparecem. Eles não mencionaram qualquer situação que pudesse ser classificada de inovadora ou significasse empenho por novas oportunidades ou alternativas.

Finalizando, verificamos ainda que entre as empresas que permanecem no mercado, outras características/habilidades mencionadas na literatura, como persistência, criatividade, disposição para correr riscos moderados, foram bastante enfatizadas nos depoimentos, como componentes importantes do perfil e mencionadas pelos empresários como elementos que os auxiliaram a superar as dificuldades inerentes ao processo de empreender. A persistência foi mencionada como uma importante característica pela maioria dos entrevistados, conforme comprovam os depoimentos a seguir.

Acredito que seja a persistência, pois, no início tudo é muito difícil, a gente erra muito e, se você não for persistente, você desiste, pois o negócio não dá lucro.

Conhecimento do ramo, persistência, busca de informações, (...) não assumir compromissos que você não pode cumprir e procurar atender bem aos clientes.

No que concerne à capacidade e habilidade gerencial, essa diferença foi preponderante nos dois grupos de empresas, notadamente quando analisamos as estratégias e/ou alternativas adotadas para superar os problemas para a continuidade dos negócios. Na percepção dos empresários, em ambos os grupos, os principais problemas estão relacionados às dificuldades de mercado e às dificuldades de acesso ao crédito, porém, as estratégias e/ou alternativas utilizadas para superar essas dificuldades foram diferentes nos casos estudados. Enquanto o grupo de empresários das empresas ainda existentes encontrou alternativas, como por exemplo, reduziram custos, reorientaram o negócio, investiram na melhoria do atendimento e buscaram agregar valor para os clientes para mencionar, os mais citados, o grupo das empresas extintas não conseguiu encontrar alternativas e sucumbiu às dificuldades.

Retomando à análise das características e habilidades sintetizadas no quadro 2, variáveis sociais como núcleo familiar, escolaridade e idade citadas na literatura como importantes para o processo empreendedor, (Bygrave, 1997; GEM, 2000; Shapero e Sokol, 1982; Timmons, 1984) não foram percebidas, pelos entrevistados, como preponderantes para determinar a sobrevivência do negócio.

Um dos aspectos apontados pela literatura (Shapero e Skol, 1982; Young, 1971) como importante para estimular o comportamento empreendedor e alavancar negócios está justamente relacionado ao núcleo familiar, ou seja, a experiência de parentes, atuando como modelos e referências. Na nossa pesquisa, isso não se mostrou claramente preponderante para o sucesso, já que tanto empresários cujos negócios permanecem no mercado quanto aqueles que optaram pelo encerramento das atividades afirmaram ter na família pessoas com experiência empresarial.

Também, quanto ao grau de escolaridade citado na literatura como variável importante para o sucesso de um negócio (GEM, 2000; Timmons, 1984), ou seja, quanto maior o nível de escolaridade, maior a probabilidade de sucesso na atividade empresarial, parece não ter tido influência para permanência ou encerramento da empresa, pois, em ambos os casos, predominou a presença de empresários com curso superior completo e doutorado. Tanto em um grupo como em outro, oito pessoas possuíam, no mínimo, curso superior completo.

Quanto à variável idade, em nossa pesquisa, tanto nas empresas existentes quanto nas encerradas, predominaram empresários com mais de 30 anos de idade. Nas 12 empresas ainda em atividade, encontramos cinco empresários (41,6%) com idade acima de 40 anos, quatro empresários (33,33%) com idade entre 30 e 40 anos, e somente três (25%) com idade entre 20 a 30 anos. Nas empresas extintas, predominaram pessoas com idade acima de 40 anos, 54,5%, e pessoas com idade entre 20 e 30 anos, 36,4% e somente um dos entrevistados encontrava-se na faixa de 30-40 anos.

Finalizando a análise dos dados do Quadro 2, verificamos que mudanças forçadas na vida das pessoas, como o desemprego e a necessidade de complementar renda para os aposentados, aparecem na quase totalidade dos dois grupos de empresários entrevistados. A maioria somente decidiu pela criação do próprio negócio como decorrência das circunstâncias de vida. Essa constatação comprova a afirmativa de Shapero e Skol (1982), que mudanças forçadas nas vidas das pessoas representam importantes fatores desencadeadores do processo empreendedor.

No que concerne ao papel do NAE/SEBRAE para a constituição e continuidade dos pequenos negócios, o quadro 3, abaixo apresentado, sintetiza a opinião dos entrevistados.

## QUADRO 3

Síntese dos resultados encontrados no que concerne ao apoio do NAE/SEBRAE

Avaliação do papel do NAE/SEBRAE no apoio às pequenas empresas	Importância da variável	
	Empresas Existentes	Empresas Encerradas
Facilidade para registro da empresa	Alta	Alta
Facilidade de acesso ao crédito	Baixa	Baixa
Aconselhamento e informações nas agências de apoio	Baixa	Baixa

FONTE – Elaborado pelos autores

Na opinião de seus usuários, no que se refere à prestação de serviços para registro de empresas, o NAE/SEBRAE foi bastante eficiente, reduzindo custos e agilizando o processo. No tocante as orientações específicas demandadas por parte dos usuários, como, por exemplo, orientações sobre mercado, informações sobre crédito e consultoria em gestão, na opinião desses usuários os serviços foram deficientes e não contribuíram para a solução dos problemas.

Ainda com relação ao papel de apoio ao empreendedorismo do NAE/SEBRAE, constatamos que a maioria dos entrevistados, após a constituição da empresa, não retornou ao NAE/SEBRAE para buscar informações e aconselhamento, como ocorre em outros países. Na Inglaterra, por exemplo, Cromie (1998) constatou que 81% dos pequenos negócios têm nas agências de apoio a principal fonte de ajuda e aconselhamento.

Para os empresários entrevistados de ambos os grupos, a principal queixa quanto ao apoio do NAE/SEBRAE ao empreendedorismo está relacionada à falta de acompanhamento das empresas criadas. Na visão dos pequenos empreendedores, os serviços prestados pela agência deveriam incluir um monitoramento do processo de implementação e consolidação empresarial. Na perspectiva deles, um acompanhamento por especialistas em gestão poderia auxiliá-los a prevenir problemas ou na definição de estratégias que promovessem a expansão do negócio. Os depoimentos abaixo ilustram isto.

Um acompanhamento por parte do SEBRAE junto às empresas que ele ajudou a abrir, quer dizer, isso que você está conversando aqui comigo. De três em três meses, alguém perguntar: como o senhor está indo, como não está, entendeu?

Olha, eu acho que não basta ajudar as pessoas na parte formal de abrir um negócio. Não basta dar um curso de gerenciamento da empresa. Na minha opinião o que falta, e isso seria o papel do NAE/SEBRAE, é ajudar a construir as redes de relação. Sem elas não existem negócios.

Se houvesse condições, seria importante que uma pessoa do NAE/SEBRAE visitasse as empresas para saber como elas estão indo, verificar o que está errado e ajudar a melhorar. Isso seria muito bom.

## 5 - Conclusões e Considerações Finais

Compreender os motivos que levam às pessoas a criarem o próprio negócio e identificar o perfil dos proprietários de empresas que se mantêm em atividade e ultrapassaram o período crítico inicial em comparação ao dos empresários cujas atividades foram encerradas, parece tarefa bastante complexa. Principalmente no universo dos pequenos negócios, as características comportamentais e sociais mencionadas na literatura como determinantes para desencadear atividades empreendedoras e permitir a continuidade das empresas no mercado nem sempre são homogêneas entre os pequenos empreendedores. Por exemplo, em nossa pesquisa, fatores ligados ao núcleo familiar como pais ou parentes servindo como modelos empresariais, a necessidade de realização como principal motivo para criação da empresa e o grau de escolaridade como fator de sucesso não foram identificados como determinantes nos casos estudados.

Os resultados da pesquisa – tanto pela análise dos dados estatísticos produzidos pela agência do NAE, quanto pelas entrevistas realizadas - nos convenceram de que as mudanças forçadas nas vidas das pessoas, principalmente provocadas pelas demissões/desemprego, a perda de renda devido a aposentadoria com a decorrente dificuldade de nova inserção no mercado formal de trabalho são os principais motivos para aumento das taxas de fundação de empresas. Esses motivos reforçam a teoria de que o contexto econômico e social do anos noventa estimulou o surgimento da classe do empreendedor involuntário.

Quanto ao perfil empreendedor, - principalmente o desenhado a partir das entrevistas -, em consonância com o apresentado na literatura, constatamos características e habilidades que são marcantes e diferenciam os empreendedores de sucesso daqueles cujas atividades foram encerradas. Para os empreendedores ainda em atividade, as características e habilidades que se sobressaíram quando comparadas com os empresários de negócios encerrados foram experiência prévia no ramo de atividades, capacidade de construir redes de relacionamentos, capacidade de inovar e visualizar uma oportunidade de negócio, capacidade e habilidade para lidar com as incertezas de mercado, principalmente a concorrência acirrada e as dificuldades de acesso ao crédito.

Quanto à importância do apoio do NAE/SEBRAE para a criação e sobrevivência dos pequenos negócios, os usuários reconhecem que o órgão facilita e agiliza o processo de registro de empresas. No entanto, uma crítica consensual entre usuários dos dois grupos – tanto de empresas que se mantêm em atividade quanto dos negócios encerrados -, diz respeito à pouca eficiência do órgão em serviços especializados como informações sobre mercado e crédito e consultoria em gestão. Devemos ressaltar que a maior queixa e talvez a maior sugestão dos usuários dos serviços do NAE/SEBRAE diz respeito à ausência de acompanhamento das empresas criadas por meio do apoio no registro. Para os empresários entrevistados, se o NAE/SEBRAE desenvolvesse formas de acompanhar a assessorar de maneira mais permanente a trajetória das novas empresas, provavelmente sua contribuição seria mais efetiva para reduzir as taxas de mortalidade dos pequenos negócios.

Parece não haver dúvidas que a atividade empresarial representa um enorme desafio para milhares de pessoas que se arriscam na criação do próprio negócio, pois a maioria das novas empresas fracassa nos primeiros anos de atividade. Entretanto, pesquisas sobre a mortalidade dos pequenos negócios brasileiros, apontam as dificuldades de mercado, problemas de natureza financeira e gerencial como as principais causas para o fechamento dos negócios. Acreditamos que as questões relativas à escassez de crédito, à retração do mercado e deficiências na formação em gestão representam importantes elementos que podem ampliar

as dificuldades iniciais para implementação e consolidação dos novos negócios. No entanto, nosso estudo indicou fortemente que algumas características da estrutura social dos indivíduos – principalmente experiência prévia no ramo -, bem como competências empreendedoras tais como capacidade de construir redes de relacionamentos, inovar e identificar oportunidades, representam elementos significativos para subsidiar e facilitar o processo de empreender. Quanto às agências de suporte ao empreendedorismo, fica evidenciada que, no caso específico do NAE/SEBRAE, sua atuação poderia ser potencializada se serviços como assessoria em gestão, acompanhamento do processo de consolidação do negócio, informações sobre potenciais clientes e fornecedores, indicação de fontes de financiamento e investidores, fossem agregados ao serviço de formalização da empresa prestado pelo órgão.

## Referências Bibliográficas

- ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith. O método nas ciências sociais. In: ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith e GEWANDSZNAJDER, Fernando. *O método nas ciências naturais e sociais: pesquisas quantitativa e qualitativa*. 2. ed. São Paulo, Pioneira, 2002.
- BYGRAVE, William D. The entrepreneurial process. In: BYGRAVE, WilliamD. (Ed.) *The portable MBA in entrepreneurship*. New York: John Wiley & Sons, Inc., p.1-26, 1977.
- CROMIE, Stanley. *The problems experienced by small firms*. Edited by Leslie G. Davies. London: Durham University Business Scholl, 1998.
- DEDECA, Cláudio S. Reorganização das relações de trabalho no Brasil. A flexibilidade é a única alternativa? In: CARVALHO NETO, Antônio Moreira de & CARVALHO, Ricardo Alves. *Sindicalismo e negociação coletiva nos anos 90*. Belo Horizonte: IRT - Instituto de Relações do Trabalho - PUC Minas, 1998.
- DRUCKER, Peter F. *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira, 1987.
- FILION, Louis J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas da Universidade de São Paulo*. São Paulo, v. 34, p.05-28, abr./jun. 1999.
- FERRAZ, João Carlos; HUPFER, D. e HAGUENAEUER, Lia. *Made in Brasil: desafios competitivos para a indústria*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- GATEWOOD, Elizabeth J. External assistance startups and small business. BYGRAVE, William D. *The portable MBA in entrepreneurship*. New York: John Woley., 1997, p. 242-84.
- GLOBAL Entrepreneurship Monitor - GEM : disponível em: <[www.ibqp.com.br](http://www.ibqp.com.br)> Acesso em 15 de dez. 2001.
- IANI, Octávio. *Teorias da globalização*. 5. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- MCCLELLAND, David C. The achievement motive in economic growth. In: KILBY, Peter. (Ed.) *Entrepreneurship and economic development*. New York: The Free Press, 1971, p. 109-122.
- PUGA, Fernando Pimentel. *Experiências de apoio às micro e pequenas e médias empresas nos Estados Unidos, na Itália e em Taiwan*. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES : Rio de Janeiro, fev./2000. Texto para discussão interno n. 75.
- SANTOS, Sílvio Aparecido dos e PEREIRA, Heitor J. (org.). *Criando seu próprio negócio: como desenvolver seu potencial empreendedor*. Brasília, SEBRAE, 1995.
- SEBRAE-MG. *Fatores condicionantes da mortalidade de empresas: pesquisa piloto realizada em Minas Gerais*. Brasília: SEBRAE, 1998.

- SHAPERO, Albert e SKOL, Lisa. The social dimensions of entrepreneurship. In: KENT, Calvin A. et al. (Eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*. New Jersey: Prentice-Hall, 1982, p. 73-90.
- SHUMPETER, J. Alois. *Teoria do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1959.
- THORNTON, Patricia H. *The sociology of entrepreneurship*. Annual Review Sociology, Palo Alto, v. 25, p. 19-46, 1999.
- TIMMONS, Jeffry A. *New venture creation: entrepreneurship for the 21<sup>st</sup> century*. Boston: Irwin, 1994.
- VAN de VEN, Andrew H. The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*. New York, v. 8, p. 211-30, 1993.
- WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Pioneira, 1996.
- \_\_\_\_\_. As seitas protestantes e o espírito capitalista. In: WEBER, Max. *Ensaio de sociologia*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1982.
- YOUNG, Frank W. A macrosociological interpretation of entrepreneurship. In: KILBY, Peter. (Ed.) *Entrepreneurship and economic development*. New York: The Free Press, 1971, p. 139-49.
- ZINGER, J. Terence; LEBRASSEUR, Rolland; ZAMIBBI, Louis R. Factors influencing early stage performance in canadian microenterprise. *Journal of Development Entrepreneurship*. Toronto, 2001.

---

#### Notas

<sup>1</sup> O Núcleo para Abertura de Empresas do SEBRAE-Minas foi criado em 1994 em parceria com a Prefeitura de Belo Horizonte e entidades comerciais e de classe, com o objetivo de assessorar os empreendedores no processo de registros de empresas. Os procedimentos estabelecidos pelo NAE reduziram o tempo de registro de uma empresa de 60 para 15 dias.

<sup>2</sup> Global Entrepreneurship Monitor – GEM – foi criado em 1997 como uma iniciativa consorciada entre o Babson College e a London Business School e apoio do Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, com o objetivo de pesquisar as taxas de empreendedorismo no mundo.