

Impactos do Programa Brasil Mais nas empresas da Região do Extremo Oeste de Santa Catarina

Elizione Krumenauer ⁽¹⁾ e
Leandro Hupalo ⁽²⁾

Data de submissão: 27/6/2022. Data de aprovação: 12/9/2022.

Resumo – O Programa Brasil Mais, uma parceria entre o Serviço Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o Ministério da Economia e o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), é uma iniciativa voltada ao desenvolvimento de pequenas e médias empresas brasileiras. O foco do programa é aumentar a produtividade e reduzir os custos das empresas que são atendidas pelo Agente Local de Inovação (ALI), que aplica a metodologia do programa, junto ao empresário, num período de quatro meses e acompanha seus resultados. O presente estudo analisou os impactos gerados na atuação do ALI do Programa Brasil Mais na Região do Extremo Oeste de Santa Catarina e avaliou as taxas de crescimento do faturamento de 61 empresas atendidas nos anos de 2020 e 2021. A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, apresentando os resultados através de uma análise de dados coletados via formulário eletrônico e tratados com o recurso da estatística descritiva. Como resultado, entre as variáveis analisadas, evidenciou-se que o percentual de aumento do faturamento apresentou relação positiva com a aplicação da metodologia, elevando-o em 38%. Para futuras pesquisas, sugere-se a aplicação da metodologia em amostras maiores, em diferentes contextos culturais e organizacionais, visando a uma ampliação dos resultados.

Palavras-chave: Agente Local de Inovação. Ecossistema. Inovação. Pequenas empresas. Sebrae.

Impacts of the Brasil Mais Program on companies in the Far West Region of Santa Catarina

Abstract – The Brasil Mais Program, a partnership between the National Support Service for Micro and Small Enterprises (Sebrae)³, the Ministry of Economy and the National Council for Scientific and Technological Development (CNPq)³, is an initiative aimed at the development of small and medium-sized Brazilian enterprises. The focus of the program is to increase productivity and reduce costs for companies that are served by the Local Innovation Agent (ALI)³, which applies the program's methodology, together with the entrepreneur, over a period of four months and monitors its results. The present study analyzed the impacts generated in the performance of the ALI of the Brasil Mais Program in the Far West Region of Santa Catarina and evaluated the revenue growth rates of 61 companies served in the years 2020 and 2021. The research adopted a quantitative approach, presenting the results through an analysis of data collected via electronic form and treated with the resource of descriptive statistics. As a result, among the variables analyzed, it was evidenced that the percentage of increase in revenue showed a positive relationship with the application of the methodology, increasing it by 38%. For future researches, it is suggested to apply the methodology in larger samples, in different cultural and organizational contexts, aiming at an expansion of the results.

¹ Agente Local de Inovação do Programa Brasil Mais/Sebrae, Maravilha/SC, Brasil. Bolsista do CNPq.
*elizionek.alisc@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6068-6057>.

² Orientador do Programa Brasil Mais/Sebrae, Videira/SC, Brasil. Bolsista do CNPq.
*leandrohupalo.lh@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0002-8914-577X>.

³ As siglas obedecem a língua vernácula.

Keywords: Local Innovation Agent. Ecosystem. Innovation. Small business. Sebrae.

Introdução

O ecossistema de inovação é um ambiente que promove articulações entre atores que percebem a inovação como a força motriz para o desenvolvimento social e econômico. A inovação, aliada à administração, promove o cumprimento e a realização dos objetivos de uma empresa de forma a satisfazer todos os requisitos planejados, sendo eficaz e eficiente em seus projetos.

Percebe-se, na atualidade, que o termo inovação tem se apresentado como uma expressão obrigatória em qualquer área do conhecimento humano, principalmente a partir da metade da segunda década do século XXI (HAMMAD, 2015). O processo estratégico de inovação é muito mais que o desenvolvimento de novas tecnologias, produtos e serviços, pois envolve a criação de novos modelos de negócios, novas formas de atender necessidades dos consumidores e novos processos organizacionais, bem como novos meios de competir e cooperar no ambiente empresarial.

A inovação, de maneira geral, é percebida como essencial para a sobrevivência num cenário cada vez mais competitivo e globalizado. Entretanto, poucas empresas exercem algum tipo de iniciativa para colocá-la em prática. Existem duas causas para que isso não ocorra com tanta frequência: a visão ultrapassada sobre inovação e desconhecimento de ferramentas que ajudam a colocá-la em prática.

Contribuindo para que a inovação seja uma realidade em todos os setores e portes de empresas no Brasil, o Programa Brasil Mais, instituído em 2011, visa orientar as empresas para a implantação da inovação de alto impacto, com redução dos custos variáveis e aumento do faturamento. Os Agentes Locais de Inovação (ALIs) atendem às demandas de empresas participantes do programa durante um ciclo de quatro meses, levando a proposta de utilização de metodologia específica e ferramentas básicas de gestão e qualidade para serem aplicadas nas empresas da sua região de abrangência.

As empresas, principalmente pequenas e médias, têm investido na criação de ambientes mais colaborativos e criativos, a fim de absorver o melhor de cada colaborador, beneficiando-se do aumento da capacidade de cooperação, além de contar com profissionais mais motivados a crescer e inovar. Tendo como base os conceitos apresentados, este estudo tem como pergunta norteadora: Quais os impactos gerados na atuação dos ALIs do Programa Mais na Região do Extremo Oeste de Santa Catarina?

Para responder à pergunta, definiu-se como objetivo principal identificar os impactos gerados na atuação dos ALIs do Programa Mais na Região do Extremo Oeste de Santa Catarina. O estudo tem, ainda, como objetivos específicos: (a) identificar nas organizações pesquisadas quais foram as taxas de crescimento do faturamento e da redução de custos variáveis após cada ciclo do Programa Brasil Mais; (b) identificar o modelo de gestão praticado pelas empresas analisadas; e (c) analisar os impactos do programa na percepção dos gestores das empresas analisadas.

Este estudo justifica-se pela possibilidade de elevar a competitividade das empresas dos segmentos atendidos pelo Sebrae, que dispõe de ferramentas de gestão e acompanhamento através dos ALIs vinculados ao Programa Brasil Mais, sobretudo em empresas de pequeno e médio porte. Dessa forma, entende-se que existe um crescimento da demanda por melhorias nas empresas, principalmente no período de pandemia, que passaram a adotar metodologias inovadoras e que, atreladas às ferramentas de gestão e qualidade, têm contribuído no aumento do faturamento, na redução dos custos e na implantação de controles internos para um gerenciamento mais efetivo dos negócios.

O presente estudo é dividido em quatro seções. A primeira apresenta a pergunta norteadora do estudo, os objetivos e a justificativa, além de uma contextualização do cenário do tema

estudado. Na sequência, apresentam-se os procedimentos metodológicos adotados no estudo, a caracterização do estudo, a coleta e o tratamento dos dados. Na terceira são apresentadas a análise e a discussão dos resultados e os impactos das principais ações implementadas pelas empresas acompanhadas. Por fim, são apresentadas as considerações finais, as limitações do estudo e sugestões de continuidade da pesquisa.

Materiais e métodos

A metodologia científica interessa-se pelo caminho utilizado para se chegar a um determinado resultado interposto por algum estudo, esclarecendo a opção teórica da pesquisa (FONSECA, 2002). Para ter o êxito esperado no presente estudo, cumprindo de forma eficiente os objetivos propostos, o trabalho foi desenvolvido, inicialmente, mediante um levantamento bibliográfico e, posteriormente, pela pesquisa de campo.

A pesquisa foi realizada junto aos empresários dos municípios da Região do Extremo Oeste de Santa Catarina, compreendendo as cidades de Bom Jesus do Oeste, Caibi, Cunha Porã, Flor do Sertão, Iraceminha, Maravilha, Palmitos, Riqueza, Romelândia, Saltinho, Santa Terezinha do Progresso, São Miguel da Boa Vista, Mondai, Palma Sola, Anchieta, Campo Erê e Tigrinhos, que, juntas, totalizam uma população que supera 114.000 habitantes (IBGE, 2022).

Foi encaminhado, via e-mail e WhatsApp, um questionário do tipo *survey* aos empresários participantes do Programa Brasil Mais com o objetivo de obter informações a respeito do seu faturamento, forma de acompanhamento do desempenho da empresa, metas e utilização de ferramentas básicas de gestão e qualidade e suas funcionalidades no cotidiano da organização.

A partir da aplicação do questionário foi possível identificar os problemas que mais afetaram as empresas durante a pandemia. A metodologia do Programa Brasil Mais visa solucionar o problema encontrado e identificar o interesse/motivação por parte do público que se deseja atingir com as ferramentas básicas de gestão e qualidade. Além disso, objetiva identificar se existe possibilidade de melhorar a solução de problemas das empresas por meio da utilização de tais ferramentas.

O estudo também contou com levantamento bibliográfico, baseado em materiais e artigos publicados, como livros e artigos científicos, além de bases de dados de empresas e associações. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar (GIL, 2007).

Ademais, trata-se de uma pesquisa exploratória, a qual consiste em familiarizar-se com o fenômeno que está sendo pesquisado, sendo realizada através de uma pequena amostra, definindo-se o problema de pesquisa e a hipótese de solução (DAMARIO; COMINI, 2020). O procedimento utilizado foi o de levantamento de dados em campo, em que foram consolidadas informações pertinentes ao estudo. Para análise dos dados foi utilizada a estatística descritiva simples, mediante o cálculo de frequência absoluta, frequência relativa, média, e desvio padrão. Para uma análise concreta, realizou-se a análise dos dados empíricos com a teoria descrita.

Resultados e discussões

A presença da doença Covid-19, que foi declarada como pandemia pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 11 de março de 2020, gerou uma série de repercussões na saúde, na economia e nas relações sociais, de modo que o setor empresarial foi fortemente impactado. Estima-se que nos países da América Latina as perdas geradas pela pandemia chegaram a mais de R\$ 30 bilhões (SILVA; ROCHA; DE AGUIAR MEDEIROS, 2020).

Ainda segundo os autores, tais números desenham uma situação econômica preocupante para os países da referida região, pois a economia depende 95% de empresas de pequeno porte (EPP) e microempresas (ME), as quais constituem-se como uma importante fonte de renda e

criação de vagas de trabalho. Somente no Brasil, 95% das empresas desses portes tiveram prejuízos acentuados e/ou fecharam devido à quarentena forçada, gerando, no nível macroeconômico, a falência de empresas, desemprego e perda de competitividade para o país; no nível microeconômico, gerou problemas de liquidez, perda de capital humano e má imagem dos negócios (DELOITTE, 2020).

Para tentar amenizar tais problemas e buscar uma saída da crise causada pelo coronavírus, são necessárias intervenções estratégicas em setores mais atingidos pela paralisação das atividades. Nesse sentido, o Programa Brasil Mais tem o objetivo de ampliar a produtividade de empresas brasileiras, visando aumentar a produtividade e a competitividade dessas empresas através da promoção de melhorias rápidas, de baixo custo e alto impacto. O programa oferece, ainda, às micro, pequenas e médias empresas soluções para melhorar a gestão, inovar processos e reduzir desperdícios.

O Programa Brasil Mais é uma iniciativa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em parceria com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e com o Ministério da Economia, para promover a melhoria na gestão da inovação em empresas de micro e pequeno porte através de atividades de extensão, envolvendo recursos humanos recém-graduados e especificamente capacitados.

Visando à transformação digital, o Programa Brasil Mais incorporou os resultados positivos do programa Brasil Mais Produtivo e expandiu seu alcance e sua abrangência, por meio da experiência, estrutura e capilaridade do SENAI e do Sebrae. A meta é realizar até 120 mil atendimentos assistidos até dezembro de 2022. Essa expansão é parte de uma política mais ampla para promover a modernização do setor produtivo (SEBRAE, 2020).

Com o desenvolvimento das capacidades e práticas gerenciais, o programa busca melhorar nas empresas as habilidades de percepção, pensamento crítico, capacidade de ordenamento, planejamento de curto e longo prazo, liderança, controle, capacidade de decisão, reorganização produtiva e adoção da cultura de instituir práticas de melhoria contínua e identificação de oportunidades de investimento pelo desenvolvimento das capacidades de gestão nas diversas áreas necessárias ao bom funcionamento de uma empresa, como gestão do desempenho, indicadores, operações e vendas, qualidade, estratégia, produção, conhecimento, capital humano, digitalização, entre outras (ACIMG, 2020).

O Programa Brasil Mais oferece às empresas ferramentas para melhorar a gestão e inovar processos de forma a aumentar a produtividade, e é baseado no desenvolvimento das capacidades gerenciais com referências nas melhores práticas mundiais. A iniciativa é voltada aos pequenos negócios e empresas de médio porte dos setores da indústria, comércio e serviços.

Segundo o Sebrae (2020), o programa ataca um dos principais problemas das empresas, que é a baixa produtividade, melhorando as competências gerenciais e digitais desses negócios por meio de intervenções rápidas, de baixo custo, que vão desde conteúdos digitais na plataforma do programa até o atendimento efetivo para empresas de todos os setores (comércio, serviços e indústria).

Tal metodologia consiste de uma jornada de quatro meses, nos quais o ALI mantém contato com os empresários inscritos e qualificados para atendimento. Durante o período, é aplicada uma metodologia específica do programa, a qual é direcionada para identificar os problemas dos empresários e, através de aplicação de ferramentas de gestão, contribuir para solucioná-los.

A literatura mais antiga e tradicional sobre o tema foi desenvolvida desde a década de 1970, estimulada pelas grandes transformações produtivas e econômicas do período. Tal avanço inovador ficou conhecido como tradição neoschumpeteriana, que teve como base os setores industriais modernos no crescimento do porte empresarial, nos impactos modernizantes em outros setores industriais e no papel do Estado como impulsionador da inovação e do

desenvolvimento e difusão dessas inovações, sobretudo tecnológicas (GONÇALVES FILHO; VEIT; MONTEIRO, 2013).

O Programa Brasil Mais é um projeto de extensão tecnológica, realizado no atual contexto de difusão de tecnologias de informação e comunicação. Nesse sentido, as mudanças são frequentes nas empresas participantes do programa, trazendo muitas inovações que derivam de serviços tecnológicos, impulsionando novos modelos de negócios, novos comportamentos empresariais, novas culturas, e a adoção dos chamados serviços inteligentes (BEVERUNGEN; MATZNER; JANIESCH, 2017).

Vecchio (2016) analisa que uma grande contribuição do programa aos empresários se dá devido ao incentivo à intensificação das relações e da interação com os agentes internos e externos, como colaboradores, clientes e fornecedores, de forma não mediada por sistemas tecnológicos novos, assim como do uso de recursos disponíveis no entorno territorial e que podem ser mais bem absorvidos pelas interações face a face.

Em resumo, trata-se de um conjunto de práticas que envolvem mudanças na forma de organizar-se internamente, de gerir as finanças e os recursos humanos, de relacionar-se com clientes e fornecedores, de oferecer produtos e serviços e de divulgar a marca. Em especial, as empresas de micro e pequeno porte, objetos do programa, têm na relação com clientes os elementos centrais de suas atividades. Chamar a atenção destes para as vantagens dos produtos e para que tenham uma experiência de compra capaz de fidelizá-los é, em geral, o objetivo principal dessas empresas. Enfim, é aquilo que os empresários vivem diariamente.

Inovação é algo novo que agregue valor social ou riqueza. Muito mais do que um novo produto, algo de inovador pode estar por trás de tecnologias novas, novos processos operacionais, novas práticas mercadológicas, pequenas mudanças, adaptações, enfim, novidades que, de um modo ou de outro, gerem um ganho para quem as pôs em prática. Em termos econômicos, que gerem lucro (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008).

Em especial, as possibilidades de reconhecer inovação como derivada de práticas mercadológicas novas é algo bastante aderente ao universo do Programa Brasil Mais. Estas consistem no tipo de inovação tipicamente observada neste artigo, algo muito diferente das grandes empresas industriais que deram base ao conceito de inovação tecnológica, presente no tradicional referencial neoschumpeteriano.

O presente trabalho tem como objetivo identificar os impactos gerados nas organizações devido à atuação dos Agentes Locais de Inovação, que aplicaram a metodologia do Programa Brasil Mais com o propósito de aumentar a produtividade da empresa e reduzir os custos da operação, identificando nas empresas analisadas as taxas de crescimento alcançadas com a participação no programa.

O questionário foi aplicado em 64 empresas, as quais fizeram parte dos Ciclos 1, 2 e 3 do Programa Brasil Mais na Região do Extremo Oeste de Santa Catarina nos anos de 2020 e 2021, obtendo-se uma amostra de 61 empresas respondentes. A Tabela 1 apresenta as empresas analisadas e seus respectivos ramos de atuação econômica.

Tabela 1 – Ramo de atuação das empresas analisadas no estudo

Ramo de atuação	Quantidade	Percentual
Comércio	19	31,10%
Serviços	12	19,70%
Alimentos e bebidas	12	19,70%
Saúde e bem-estar	4	6,50%
Educação e pesquisa	4	6,50%
Madeira e móveis	4	6,50%
Construção civil	3	5,00%
Outros	3	5,00%
Total	61	100,00%

Fonte: os autores (2022)

Conforme dados da Tabela 1, evidencia-se que, entre as empresas atendidas, o ramo do comércio destaca-se em relação aos demais, englobando tanto o segmento atacadista quanto o varejista. No entanto, outros setores, como serviços e alimentos e bebidas, apresentam expressiva participação entre as empresas analisadas, sugerindo que os empresários buscaram auxílio para reverter a situação e retomar suas vendas e prestação de serviço em detrimento da pandemia.

A Tabela 2 apresenta o porte das empresas analisadas, classificadas em microempresa (ME) e empresa de pequeno porte (EPP).

Tabela 2 – Porte das empresas analisadas no estudo

Porte	Quantidade	Percentual
ME	45	73,7%
EPP	16	26,3%
Total	61	100,00%

Fonte: os autores (2022)

Quanto ao porte, 16 empresas (26,3%) estão enquadradas como EPP, de modo que as demais (73,7%) estão enquadradas como ME, sugerindo a importância do Programa Brasil Mais para os pequenos negócios. Segundo o Sebrae (2013), classifica-se como ME uma empresa que possui até 9 empregados para o setor de comércio e serviços e até 19 empregados para o setor da indústria. Já a EPP, ainda segundo o Sebrae (2013), possui como característica um faturamento entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões, além de ter entre 10 e 49 funcionários, se for empresa do setor de comércio ou serviços, e, se for empresa do setor da indústria ou construção, ter de 20 a 99 funcionários.

Quando questionados sobre a média de faturamento que a empresa atingia antes da participação no Programa Brasil Mais e o faturamento pós-programa, os empresários tiveram dificuldades de responder, pois em quase 100% dos casos não costumavam fazer controles efetivos do fluxo de caixa da empresa. Portanto, para se ter uma ideia do impacto do programa no desempenho financeiro da organização, durante os atendimentos foram criadas estratégias de controles financeiros, entre elas planilhas eletrônicas e/ou livros caixas. Dessa forma, foi possível mensurar indicadores de aumento de faturamento no decorrer dos meses de acompanhamento.

Com base nos relatórios obtidos, evidenciou-se um aumento significativo do faturamento das empresas pós-programa, atingindo uma média de 47,5%. Correlacionando as informações do enquadramento do porte da empresa com os dados do faturamento das empresas pesquisadas, percebe-se que os empresários, no momento da abertura do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), não têm conhecimento fiscal sobre o enquadramento, e muitas das atividades que são tributadas como ME poderiam se enquadrar como microempreendedor individual (MEI), pois o faturamento mensal do empresário, assim como a atividade desenvolvida e o número de colaboradores, enquadra-se nas condições de MEI, o que reduziria sua tributação a zero e se constituiria como uma vantagem competitiva para o empresário. A Tabela 3 apresenta dados sobre as finanças da empresa e as finanças pessoais dos empresários.

Tabela 3 – Empresas analisadas que separam as finanças pessoais dos proprietários das finanças da empresa

Separá	Quantidade	Percentual
Sim	55	90,16%
Não	6	9,84%
Total	61	100,00%

Fonte: os autores (2022)

Em relação à diferenciação do uso do dinheiro pessoal dos proprietários do dinheiro da empresa, a grande maioria (90,16%) afirma que não faz a separação dos valores referentes à

pessoa física daqueles da pessoa jurídica. Nesse sentido, percebe-se que os empresários não têm o hábito de definir pró-labore próprio ou de familiares envolvidos na empresa, e que fazem retiradas de valores da empresa aleatórias conforme suas necessidades, não fazendo a correta separação e gestão dos valores referentes à operação da sua organização. Ou seja, não se percebe um controle efetivo da movimentação financeira diária.

Ainda em relação à falta de controle, pode-se afirmar que, nesse sentido, o estoque é seriamente afetado quando não ocorrem os registros de compras e vendas do dia a dia da empresa, gerando estoques obsoletos, perda de produtos por validade, falta de produtos comercializáveis, existência produtos danificados ou com prazo de validade excedido, destruídos ou até roubados, gerando desperdício de itens e prejuízos financeiros.

Quanto às metas das empresas, todos os empresários informaram que não havia metas estabelecidas para os próximos seis meses, ou seja, não se evidenciam o planejamento estratégico e a definição de metas dentro das organizações, bem como há desconhecimento da importância do planejamento estratégico.

Tal afirmação corrobora a frequência com que o empresário compara os resultados obtidos com as metas estabelecidas, conforme dados presentes na Tabela 4, que apresenta o método de gestão da empresa.

Tabela 4 – Método de gestão das empresas analisadas

Separá	Quantidade	Percentual
Familiar centralizada	42	68,90%
Familiar descentralizada	15	24,50%
Terceiros	4	7,10%
Total	61	100,00%

Fonte: os autores (2022)

De acordo com os dados apresentados na Tabela 4, constata-se que, das empresas atendidas, o formato de gestão familiar centralizada prevalece em 68,90% dos respondentes. Esse método refere-se a uma gestão totalmente focada na decisão do patriarca ou da matriarca, e a decisão final sempre será desse líder, que, por muitas vezes, desconsidera as tendências, inovações e tecnologias emergentes do mercado.

Ainda de acordo com a Tabela 4, a gestão familiar descentralizada está presente em 24,50% das empresas, caracterizando-se por uma gestão mais colaborativa, em que mesmo tendo o patriarca ou matriarca presente e ativo na empresa, as decisões finais não são tomadas a partir de avaliações empíricas, pois se considera a opinião dos demais familiares envolvidos no processo e, muitas vezes, delega-se autonomia aos sucessores para que tenham a responsabilidade da decisão.

As empresas que optaram pela gestão de terceiros, que equivalem a 7,10%, têm menos tempo de atuação no mercado e geralmente são administradas por gestores mais jovens em relação às demais empresas analisadas, delegando-se a um gerente a tarefa de administrar o negócio. A Tabela 5 apresenta os principais canais digitais de venda das empresas analisadas no estudo.

Tabela 5 – Principais canais digitais de vendas das empresas analisadas

Separá	Quantidade	Percentual
Instagram e Facebook	31	50,80%
Somente Instagram	16	26,20%
Somente Facebook	10	16,40%
Site/E-commerce	4	6,60%
Total	61	100,00%

Fonte: os autores (2022)

A Tabela 5 apresenta os canais digitais de venda que as empresas utilizam para comercializar seus produtos ou serviços. Nos últimos anos, e principalmente durante a pandemia, as vendas on-line tiveram um crescimento muito expressivo, demonstrando um novo formato de consumo não apenas dos brasileiros, mas de consumidores de todo o mundo.

Segundo, ainda, a Tabela 5, mais da metade dos empresários (50,80%) afirmam utilizar as redes sociais Instagram e Facebook como ferramenta de vendas; 26,20% fazem uso apenas do Instagram; 16,40% utilizam apenas o Facebook; e a utilização de site/e-commerce ocorre em apenas 6,60% das empresas respondentes. Nesse sentido, cabe ressaltar que a região na qual as empresas estão inseridas é predominantemente agrícola, onde a comercialização do serviço ou produto ainda é a realizada presencialmente, de modo que o cliente prefere se deslocar até o estabelecimento. A incidência do site/e-commerce ocorreu nas empresas com perfil de gerenciamento não familiar, em que a gestão é descentralizada e feita por terceiros.

Como já mencionado anteriormente, a pandemia afetou consideravelmente a economia mundial, atingindo diretamente o pequeno empresário. Considerando os impactos observados com a aplicação da metodologia do Programa Brasil Mais e a atuação do ALI, o maior e mais importante impacto observado é o motivacional causado nas pessoas e, consequentemente, nas empresas, com a aplicação da metodologia do programa.

Muitos empresários estavam desmotivados e sem conseguir sair da redoma de problemas que a pandemia trouxe ao seu empreendimento, muitas vezes com limitação de soluções para seus problemas e com o consequente agravio da situação emocional e psicológica em detrimento dos problemas econômicos pelos quais muitos foram acometidos.

A partir da aplicação de ferramentas como plano de ação, 5H2H, problema & solução, divisão de tarefas, metas, posicionamento digital, entre outras, identificou-se nas empresas analisadas um aumento médio de faturamento superior a 38% entre a aplicação da mensuração inicial e a mensuração final.

A redução dos custos, tanto fixos quanto variáveis, aponta para uma expressiva redução mediante ações simples, focadas na produtividade do colaborador, no layout de espaço e na revisão do pedido de venda e do ciclo financeiro, bem como através de formas alternativas de pagamentos de bonificações, motivação e sentimento de pertencimento por parte dos envolvidos.

Planejamento e indicadores de resultados são os principais alicerces de uma empresa de sucesso, contudo os resultados só são possíveis com base em metas e indicadores que servem de apoio aos gestores nas tomadas de decisão do presente e do futuro da empresa.

Nesse sentido, a percepção dos gestores quanto ao impacto foi positiva, sugerindo a importância de um gerenciamento de qualidade para o sucesso da empresa por meio de ferramentas básicas para controle internos e externos, entre eles uma planilha eletrônica para separação de contas de pessoa física e pessoa jurídica, um planejamento semanal de marketing de produtos e serviços nas redes sociais, o estabelecimento de metas a curto e médio prazo, a busca por conhecimento na área de atuação, o aumento das possibilidades de relacionamento, o pagamento dos colaboradores por produtividade e a bonificação do funcionário pelo atingimento de metas individuais e coletivas.

Esses são exemplos simples de ferramentas e práticas para o gerenciamento das operações cotidianas em empresas de pequeno e médio porte visando à escalabilidade, à competitividade e à saúde financeira, emocional e psicológica da empresa e seus envolvidos.

Considerações finais

O presente estudo teve como objetivo analisar os impactos gerados pela aplicação da metodologia do Programa Brasil Mais em empresas atendidas na Região do Extremo Oeste do estado de Santa Catarina. A pesquisa foi realizada em empresas privadas que participaram do

programa entre novembro de 2020 e novembro de 2021. Para o tratamento e análise dos dados foi utilizada a estatística descritiva simples.

O estudo permitiu concluir que o Programa Brasil Mais e a atuação do Agente Local de Inovação resultaram em um impacto positivo nas empresas atendidas no período mensurado, elevando o faturamento médio em 38%, gerando uma circulação importante de dinheiro na economia local, contribuindo para o aumento da produtividade das empresas através da mensuração de indicadores de produtividade e identificando quais custos poderiam ser reduzidos na atuação da organização.

Nessa perspectiva, o estudo contribui para uma análise de dados de forma transversal, utilizando uma região específica como referência. Sugere-se, ainda, para estudos futuros, que a relação seja testada por meio de uma análise macrorregional, utilizando designs experimentais e a aplicação da metodologia para diferentes unidades amostrais. Apesar das limitações, evidencia-se que o estudo cumpriu o seu papel e contribuiu para ressaltar a importância da atuação do ALI e da metodologia do Programa Brasil Mais para o desenvolvimento e expansão da economia nas micro e pequenas empresas brasileiras, sobretudo em um momento de pandemia em que os pequenos negócios foram profundamente afetados.

Referências

- ACIMG. **Torne sua empresa mais produtiva e fature mais, com Brasil Mais – ALI**, 2020. Disponível em: <https://www.acimg.com.br/blog/torne-sua-empresa-mais-produtiva-e-fature-mais-com-brasil-mais-al/#:~:text=Com%20o%20desenvolvimento%20das%20capacidades,ado%C3%A7%C3%A3o%20da%20cultura%20de%20instituir>. Acesso em: 12 mar. 2022.
- BEVERUNGEN, D.; MATZNER, M.; JANIESCH, C. Information systems for smart services. **Information Systems and e-Business Management**, [s. l.], v. 15, n. 4, p. 781-787, 2017. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10257-017-0365-8>. Acesso em: 10 jan. 2022.
- DAMARIO, E. Q; COMINI, G. M. Inovação social nos empreendimentos sociais brasileiros: uma proposta de escala para sua classificação. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, [s. l.], v. 22, p. 104-122, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/BJhFktM5v9HwsSLfwSnBhmF/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 25 jan. 2022.
- DELOITTE. Deloitte Touche Tohmatsu Limited. **COVID-19: Managing supply chain risk and disruption**, 2020. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/risk/cyber-strategic-risk/articles/covid-19-managing-supply-chain-risk-and-disruption.html>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos e pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas; 2007.
- GONÇALVES FILHO, C; VEIT, M. R; MONTEIRO, P. R. R. Inovação, estratégia, orientação para o mercado e empreendedorismo: identificação de clusters de empresas e teste de modelo de predição do desempenho nos negócios. **RAI Revista de Administração e Inovação**, [s. l.], v. 10, n. 2, p. 81-101, 2013. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809203916302406>. Acesso em: 23 jan. 2022.

HAMMAD, S. M. **Sinais vitais:** usando medidas de desempenho da qualidade, tempo e custo para traçar a rota para o futuro de sua empresa. São Paulo: Makron Books, 2015.

IBGE. **IBGE Cidades.** 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 25 jun. 2022.

SEBRAE. Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas 2013. **São Paulo:** DIEESE, 2013. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario_Mulheres_Trabalhadoras.pdf. Acesso em: 14 jun. 2022.

SEBRAE. **Unidade de Gestão Estratégica:** o impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios, 2020. Disponível em: [https://bibliotecas.SEBRAE.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/d479c8cb e9240a25fbfc3e9f00edda84/\\$File/31055.pdf](https://bibliotecas.SEBRAE.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/d479c8cb e9240a25fbfc3e9f00edda84/$File/31055.pdf). Acesso em: 16 jan. 2022.

SILVA, A. T. M. F.; ROCHA, L. B.; DE AGUIAR MEDEIROS, J. Os impactos sociais da Covid-19 no Brasil. **Terceiro Milênio: Revista Crítica de Sociologia e Política**, [s. l.], v. 15, n. 02, p. 181-188, 2020. Disponível em: <https://www.revistaterciromilenio.uenf.br/index.php/rtm/article/view/197>. Acesso em: 14 fev. 2022.

STRIEDER, R. **Educar para a Iniciativa e a Solidariedade**. Ijuí, RS: UNIJUÍ, 2004.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VECCHIO, F. B. Condições e Obstáculos ao Empreendedorismo no Brasil. **E3-Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP**, [s. l.], v. 2, n. 2, p. 79-90, 2016. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5826733>. Acesso em: 12 jan. 2022.

Agradecimentos

Ao Ministério da Economia, ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e aos empresários que participaram do estudo voluntariamente.