

PERFIS EMPREENDEDORES: ANÁLISE COMPARATIVA DAS TRAJETÓRIAS DE SUCESSO E DO FRACASSO EMPRESARIAL NO MUNICÍPIO DE MARINGÁ-PR

Ligia GREATTI
ligreatti@bol.com.br

Resumo

Sob a nova ótica de um mundo globalizado e sem fronteiras, a atividade empreendedora é de fundamental importância para o processo de desenvolvimento econômico de uma comunidade e de uma nação, pois estimula o crescimento gerando novas tecnologias, produtos e serviços. Tal atividade é realizada por indivíduos que possuem capacitação, habilidades e características individuais, que, em conjunto, formam um perfil empreendedor. Considerando a necessidade de sobrevivência das empresas e a influência que o empreendedor exerce sobre ela, este estudo teve como objetivo analisar e comparar o perfil dos empreendedores de micros e pequenas empresas, ativas e inativas, da cidade de Maringá-PR. Através de uma análise comparativa desenvolvida a partir de dados coletados e tratados, pôde-se perceber que os empreendedores das empresas em atividade apresentaram praticamente todas as características analisadas em proporções maiores do que os empreendedores das empresas extintas. A consideração que se pode fazer é que a falta de características empreendedoras pode ter sido um dos fatores que impulsionou o encerramento de tais empreendimentos, pois empresas abertas nos mesmos anos, com as mesmas condições de mercado tiveram destinos totalmente contrários.

Abstract

In view of a globalized world without frontiers, entrepreneurial activity is fundamental to the process of economic development of communities and nations, as it stimulates growth by generating new technologies, products and services. This activity is performed by individuals who have qualification, skills and individual characteristics which, together, form an entrepreneurial profile. Considering the companies' need to survive and the influence that the entrepreneur has on it, this study aimed to analyze and compare the profile of entrepreneurs from micro and small companies, active and inactive, of the city of Maringá (state of Paraná). Through a comparative analysis based on collected and treated data, it was possible to notice that the entrepreneurs from the active companies presented practically all the analyzed characteristics in higher proportions when compared to the entrepreneurs from the extinct companies. It is possible to conclude that lack of entrepreneurial characteristics may have been one of the factors that caused the closing of these enterprises, as companies that were opened in the same years, with the same market conditions had totally different outcomes.

Palavras-chave: Empreendedorismo – Empresário – Pequenas Empresas.

Key-words: Entrepreneurship – Entrepreneur – Small Business.

Introdução

No atual contexto de desafios e incertezas, o desenvolvimento das organizações e até mesmo sua sobrevivência depende, em grande parte, de indivíduos que conseguem identificar novas oportunidades de negócio através de um processo visionário, combinar recursos e habilidades de forma inovadora para a concretização da idéia e conduzir de forma eficaz o empreendimento, objetivando o relacionamento amistoso entre a empresa, seus membros e os mercado, altamente competitivo. O empreendedor precisa ter competências que possibilitem, não só inserir uma empresa no mundo dos negócios, como, também, manter sua sobrevivência. Ele deve estar capacitado para criar e, também, para conduzir a implementação do processo criativo, elaborando estratégias que permitam o desenvolvimento da sua organização, pois o empreendedor é caracterizado como um indivíduo que possui altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos moderados, o capacitam a transformar o que freqüentemente começa como uma idéia (visão) simples e mal definida em algo concreto (KETS DE VRIES, 2001).

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócio (FILION, 1991). Por ser uma pessoa visionária e orientada para a realização, dispõe-se a assumir riscos e é responsável por suas decisões. Os principais traços que caracterizam o empreendedor são a iniciativa, independência, autoconhecimento, autoconfiança, automotivação, criatividade, flexibilidade, energia, integridade, perseverança, otimismo, convencimento, planejamento, sensibilidade, resistência à frustração, relacionamento interpessoal, comunicação, organização, conhecimento de mercado, capacidade de identificar oportunidades e disposição para assumir riscos, aptidões empresariais, liderança, capacidade de

negociação, entre inúmeras outras, que em conjunto formam o perfil do empreendedor, determinando sua maneira de pensar e agir no propósito de criação de algo inesperado.

De acordo com pesquisas efetuadas pelo Sebrae (1999) e também da colocação de vários autores como Dolabela (1999a;b), Degen (1989), entre outros, muitas empresas morrem nos primeiros anos de existência. A causa da mortalidade é atribuída a inúmeros fatores, como falta de planejamento, de capital de giro etc., mas até então não relacionaram essas causas com a falta de características empreendedoras do empresário. Assim, esta pesquisa tem a finalidade de analisar as habilidades, competências, comportamento e características individuais que em conjunto formam o perfil empreendedor, a fim de elaborar um estudo comparativo do perfil do empreendedor de empresas ativas e inativas, na cidade de Maringá – PR.

1 Empreendedorismo e Perfil Empreendedor

Embora o empreendedorismo tenha merecido maior atenção somente nos últimos vinte anos, o espírito empreendedor sempre esteve presente na história da humanidade, fazendo com que a cultura empreendedora cada vez mais se fortalecesse e se enraizasse na nossa civilização. O empreendedorismo vem sendo estudado desde o século XII, mas mereceu maior importância a partir do século XVIII, ao ser estudado por alguns economistas de renome, como Richard Cantillon, Jean Baptist Say e Joseph Schumpeter, que associaram o empreendedor à inovação e às forças direcionadoras do desenvolvimento econômico.

Os economistas conseguiram identificar qual era a atividade do empreendedor e o que ele significava para o desempenho econômico, mas não conseguiram criar uma ciência baseada no comportamento dos empreendedores, ou seja, não conseguiram identificar as características que faziam do indivíduo um ser empreendedor. Isso

foi o que levou o estudo do empreendedorismo a voltar-se para os comportamentalistas, na busca do entendimento do comportamento e atitudes do empreendedor, bem como na identificação das características que o guiam. Uma das primeiras e mais importantes pesquisas das raízes psicológicas sobre empreendedorismo foi exposta no início dos anos 60 por David McClelland, através da qual identificou dez características empreendedoras: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança.

A abordagem comportamentalista dominou o estudo do empreendedorismo por mais ou menos vinte anos e nos anos 80 o empreendedorismo atraiu a atenção de outras ciências, crescendo e espalhando-se por quase todas as áreas de conhecimento. O empreendedorismo tornou-se um dos raros assuntos que atraem especialistas de grande variedade de disciplinas e tem sido estudado sob diversos aspectos, envolvendo temas dos mais variados possíveis.

Embora os comportamentalistas tentem categorizar um perfil empreendedor, os empreendedores não representam um grupo homogêneo, pois assumem muitas formas diferentes, cada um com suas características próprias. Manfred Kets de Vries (2001) detalha as características únicas e algumas vezes aberrantes que formam o empreendedor. Diz que “os empreendedores parecem ser orientados para a realização, gostam de assumir responsabilidades por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro”. Faz uma abordagem aos empreendedores criativos, colocando que eles possuem altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos moderados e calculados, os capacitam a transformar o que freqüentemente começa como uma idéia simples e mal definida em algo concreto. Para o autor, os

empreendedores geram um entusiasmo contagiante dentro da organização e transmitem um senso de propósito e determinação. Sabem como liderar uma organização e dar-lhe impulso e, por isso, representam a força motriz da economia, a riqueza de uma nação e seu potencial para gerar empregos.

Apesar do termo empreendedor apresentar diversos conceitos e aspectos inseridos, é necessário que se delineie os traços de um empreendedor, para servir aos estudos das condições que levam o empreendedor ao sucesso. O estudo do perfil do empreendedor é o tema central das pesquisas e tem sido de grande valia para a educação na área, pois é através do estudo das características dos empreendedores que é possível ensinar um indivíduo a ser empreendedor ou desenvolver nele tais habilidades. O empreendedorismo é um campo que vem sendo explorado, em profundidade, há muito pouco tempo, mais ou menos 20 anos, e, segundo Dolabela (1999a), os cursos nessa área têm-se multiplicado com velocidade surpreendente.

Presume-se que, se uma pessoa tem características comportamentais e aptidões mais comumente encontradas em empreendedores bem sucedidos, terá melhores condições para empreender. Por outro lado, apesar de não serem somente as características empreendedoras que garantirão o pleno sucesso, sem elas a pessoa poderá encontrar dificuldades em alcançar o sucesso empresarial. Antes de se iniciar no mundo empresarial é importante que o empreendedor realize uma auto-avaliação, refletindo honestamente e objetivamente sobre aspectos fundamentais de sua personalidade.

Algumas características empreendedoras são decisivas para quem pretende se aventurar pelo mundo dos negócios. No entanto, analisar essas características no indivíduo é uma tarefa complicada, afinal muitas delas são características de personalidade e, quando não se conhece o indivíduo pesquisado, tem-se que acreditar na sua auto-análise. No estágio atual de conhecimento

sobre empreendedorismo, sabe-se que ajudar os empreendedores a identificar as características que devem ser aperfeiçoadas, é um fator muito importante para o desenvolvimento pessoal em busca do sucesso empresarial. No entanto, atualmente, há na literatura muita concordância entre os estudiosos sobre características dos empreendedores de sucesso: traços de personalidade, atitudes e comportamentos que contribuem para alcançar o êxito nos negócios (DOLABELA, 1999a). Desta forma, buscando contribuir para a identificação e compreensão do comportamento que pode levar o empreendedor ao sucesso, as características empreendedoras analisadas neste estudo são as que seguem:

- **Busca de oportunidades e iniciativa**, que, segundo McClelland, envolve certas atitudes do empreendedor, como fazer as coisas antes do solicitado, atuar para expandir o negócio e aproveitar oportunidades fora do comum para iniciar um negócio (SEBRAE, 1990). Identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor, e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios. Além de identificar as oportunidades, o empreendedor deve ter iniciativa, que é a capacidade de se antecipar às situações, agindo de maneira oportuna e adequada sobre a realidade, apresentando soluções e influenciando os acontecimentos. Sem iniciativa não pode haver empreendimento e sem vontade e persistência não se pode atingir o sucesso.
- **Capacidade de reação a frustrações e situações “estressantes” (persistência)**. Os empreendedores convivem com aspectos que são inerentes à sua atuação, tais como a imprevisibilidade, tolerância ao risco e a instabilidade financeira e social, que possibilitam caracterizar esta ocupação como de alto potencial estressante (AYRES et al, 2001). Ele tem a capacidade de suportar situações de não satisfação de necessidades pessoais ou profissionais, sem se comportar de maneira derrotista, negativa ou confusa.

Tem capacidade de rápida superação e consegue achar maneiras de reagir e combater o stress. Essa característica pode ser resultante do nível de persistência do empreendedor com relação aos seus objetivos. Ser persistente, segundo McClelland, significa agir diante de um obstáculo significativo; agir repetidamente ou mudar de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; e assumir responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivo (SEBRAE, 1990). Neste sentido, persistência é a energia que leva o empreendedor a agir de diferentes formas até alcançar aquilo que deseja. Tendo definido claramente seus objetivos e metas, o empreendedor aprende com seus fracassos, reformula estratégias e persiste no seu desejo, até ser alcançado.

- **Exigência de qualidade e eficiência** que, segundo McClelland, significa encontrar maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido, ou mais barato; agir de maneira a fazer as coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; e desenvolver ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente combinados (SEBRAE, 1990).
- **Comprometimento**, que, de acordo com McClelland, implica fazer um sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para completar uma tarefa; colaborar com os empregados ou se colocar no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; e se esmerar em manter os clientes satisfeitos, colocando em primeiro lugar a boa vontade, a longo prazo, acima do lucro, a curto prazo (SEBRAE, 1990). Comprometimento consiste em assumir responsabilidades com o empreendimento, dedicando-se quase que exclusivamente a ele.
- **Busca de informação**, pois a informação é uma ferramenta muito utilizada para sobressair-se no mercado e o empreendedor,

para McClelland, dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente como fabricar um produto ou proporcionar um serviço; e consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial (SEBRAE, 1990).

- **Estabelecimento de metas**, que, segundo McClelland, envolve certas atitudes do empreendedor, como: estabelecer metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; definir metas de longo prazo, claras e específicas; e estabelecer objetivos de curto prazo mensuráveis (SEBRAE, 1990).

- **Planejamento e monitoramento sistemático**, pois, segundo McClelland, através dessa característica, o empreendedor é capaz de dividir tarefas de grande porte em sub-tarefas com prazos definidos; revisar seus planos constantemente, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; e mantém registros financeiros, utilizando-os para tomar decisões (SEBRAE, 1990). O empreendedor é alguém com capacidade de observação, de planejamento e de mapear o meio ambiente, analisando recursos e condições existentes, buscando estruturar uma visão de longo prazo dos rumos a serem seguidos para se atingir os objetivos. O empreendedor faz um planejamento através da elaboração do plano de negócios do seu empreendimento e com esse documento consegue avaliar o negócio, monitorar através de um acompanhamento sistemático e comparativo, e consegue atrair investidores para o seu projeto, ou seja, buscar recursos financeiros.

- **Persuasão e rede de contatos**, pois com tal característica o empreendedor utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; e age para desenvolver e manter

relações comerciais, segundo McClelland (SEBRAE, 1990). O empreendedor busca ampliar sua rede de relações e manter contato constante com todos os membros, pois nunca se sabe quando irá precisar deles. Vê nas pessoas uma das suas mais importantes fontes de aprendizagem, e não se prende, somente a fontes reconhecidas, como autores da literatura, cursos, profissionais especialistas etc. Busca tirar das pessoas informações, aconselhamentos, experiências já vividas (para não cometer os mesmos erros), obter parcerias, influências etc. O empreendedor é capaz de aprender através da assimilação de experiências de pessoas comuns como ele.

- **Independência, liberdade e autoconfiança**, que, segundo McClelland, é a capacidade de buscar autonomia em relação a normas e controles de outros; manter seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores; e expressar confiança na própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio (SEBRAE, 1990). Autoconfiança é ter consciência de seu valor, sentir-se seguro em relação a si mesmo e, com isso, poder agir com firmeza e tranquilidade. A crença em si mesmo, ou seja, a autoconfiança faz o indivíduo arriscar mais, ousar, oferecer-se para realizar tarefas desafiadoras. O desejo de liberdade e independência, quando associado à autoconfiança, leva o empreendedor a trocar a segurança do assalariado pelo risco de um negócio próprio.

- **Ambiente de relação do empreendedor**, que consiste no nível primário de relação, ou seja, são as pessoas com as quais o indivíduo mantém ligações em torno de mais de uma atividade. Geralmente, são os familiares e amigos próximos. Segundo Dolabela (1999a), este nível de relações é a principal fonte de formação de empreendedores e, assim, se há na família pessoas que trabalham de forma autônoma ou que possuem seu próprio negócio, a

tendência de surgir novos empreendedores é maior do que em famílias cujos membros sempre assumiram cargos de empregados.

- **Habilidade empresarial**, pois o empreendedor, além de ter imaginação para conceber idéias, criatividade para transformá-las em uma oportunidade, capacidade iniciativa para montar um negócio, motivação para conduzi-lo, capacidade para perceber a mudança como uma oportunidade e flexibilidade para se adaptar a elas, deve possuir experiências que possibilitem o bom funcionamento do seu empreendimento, tornando-o lucrativo. Segundo Zaccareli (2000), a habilidade empresarial só é adquirida através da experiência, obtida na atuação de outras empresas ou organizações.
- **Conhecimento do ramo**, uma vez que conhecer o mercado e o ramo em que se pretende atuar é essencial para perceber as chances de sucessos e prevenir-se em relação aos imprevistos. Este conhecimento pode ser adquirido pela própria experiência do empreendedor no negócio, pelo contato com outros empreendedores do ramo, bem como por informações buscadas em revistas, informativos, associações, sindicatos, cursos, palestras, feiras, etc.
- **Inovação**, que é o instrumento pelo qual os empreendedores exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente, podendo ser apresentada como uma disciplina, ser aprendida e ser praticada (DRUCKER, 1987). É a introdução de algo novo e diferente que faz com que um empreendimento se diferencie dos demais e agregue valor. É a inserção de mudanças, seja no produto, serviço, atendimento ao cliente, processo produtivo, práticas de preço, enfim, qualquer mudança que cause uma ruptura no sistema até então utilizado pela empresa. Segundo Leite (2001; 2002, p.29), a inovação é o sangue da longevidade empresarial.

- **Capacidade de delegação**, uma vez que, delegar implica em dividir responsabilidades com os outros membros da equipe. Segundo Pati (1995, p.50) o empreendedor deve ser capaz de confiar na capacidade do outro e de delegar responsabilidades aos membros de sua equipe, evitando trazer responsabilidade de qualquer trabalho individual para si, sobrecarregando-se de pequenas coisas e não tendo tempo e disponibilidade para o que é realmente necessário. Delegar não significa abdicar, mas transferir decisões e ações a pessoas capacitadas a desenvolvê-las, motivando-as a alcançarem os resultados esperados.
- **Necessidade de realização**, pois em 1983, Boyd e Gumpert, em uma pesquisa com 450 empreendedores sobre *stress* de pequenos empresários, mostraram que os dois pontos positivos do negócio próprio foram as recompensas psicológicas de controle e a realização (BOYD e GUMPert *apud* Ayres *et al*, 2001). Uma das características do empreendedor é estar disposto a dispensar seu emprego seguro, seu salário e sua vida confortável em busca da sua realização pessoal. Para ele, fazer o que gosta é o melhor retorno que pode obter, pois considera o dinheiro como uma consequência do seu desempenho. O segredo do empreendedorismo é fazer o que você gosta, fazer bem feito e naturalmente virão os resultados financeiros e os reconhecimentos.

2 A Importância do Perfil Empreendedor para o Sucesso do Empreendimento

A notícia de que uma empresa nova, com boa localização e produtos atraentes, acabou fracassando e fechando suas portas, sempre causa uma certa melancolia. Esses fatos não são raros, pelo contrário, são muito mais frequentes do que se pode imaginar. A taxa de nascimento de micro e pequenas empresas é muito alta, no entanto, a taxa de mortalidade precoce das mesmas também é bastante elevada.

Dados do Sebrae indicam que, entre 1990 e 1999, foram criadas no Brasil em torno de 500 mil empresas a cada ano. Muito se tem comentado a respeito do Brasil ser o país mais empreendedor do mundo, mas, somente com esses dados, tais afirmações não podem ser consideradas verídicas. Apesar de haver um grande número de abertura de empresas o índice de mortalidade das mesmas também é alto. De acordo com o órgão, em 1999, 475.005 empresas foram constituídas, entretanto, 69.246 se extinguíram, deixando a taxa de mortalidade em 15%. Além de abrir uma empresa, para ser empreendedor, é preciso também fazer com que o negócio prospere e seja bem sucedido.

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae em 12 (doze) Unidades da Federação, no período de agosto de 1998 a junho de 1999, e em Minas Gerais, em 1997, apurou a taxa de mortalidade das empresas para até três anos de criação das mesmas. Conforme a Unidade de Federação, essa taxa variou de cerca de 30% até 61%, no primeiro ano de existência da empresa, de 40% até 68%, no segundo ano, e de 55% até 73%, no terceiro período do empreendimento. Ao analisar os fatores condicionantes dessa mortalidade, comparando-se os resultados de entrevistas realizadas junto a empresas extintas e empresas em atividade, identificou-se: falta de capital de giro, problemas financeiros, falta de clientes, carga tributária elevada, recessão econômica, como os principais fatores de extinção.

Na Grande São Paulo, uma pesquisa realizada também pelo Sebrae-SP, em 1999, em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) da USP, constatou que de 100 empresas de pequeno porte que são abertas, pelo menos 64 passaram para o segundo ano de atividades. Das 64 que iniciam o segundo ano de atividade, 56 conseguem completá-lo (a mortalidade cai para 15% dos sobreviventes). Dessas 56 empresas, 42 completam o terceiro ano (a taxa de mortalidade sobe para 21%). Isso quer dizer que de todas as micro e pequenas empresas que abrem, mais da metade estarão fechadas no terceiro ano de atividade. As causas da mortalidade das empresas paulistas são atribuídas, em primeiro lugar, à falta de experiência, à preparação inadequada e ao desconhecimento do mercado por parte do candidato a empresário. As dificuldades burocráticas são fontes de desestímulo e a conjuntura econômica é apontada como outro fator que pode inviabilizar o negócio próprio.

Segundo Fontanini (2000), o Centro de Estudos, Pesquisas e Planejamento Empresarial (CEPPE) realizou, em 1995, uma pesquisa com 259 micro e pequenas empresas paranaenses, na qual foram observados alguns aspectos relevantes em empresas de sucesso quando comparadas com empresas que encerraram suas atividades. Os resultados da pesquisa foram julgados como as causas do sucesso e do fracasso das micro e pequenas empresas paranaenses, como mostra o quadro 1:

Quadro 1 – Causas do sucesso e fracasso das micro e pequenas empresas no Estado do Paraná

Causas entre as empresas que encerraram suas atividades	Causas entre as empresas de sucesso
Planejaram pouco suas ações;	Suas ações são mais planejadas e pensadas;
Os empresários eram imediatistas;	Controlam tudo que podem, propiciando a informação certa, na hora certa, para a tomada de decisão;
Os sistemas de controles eram limitados e pouco técnicos;	Procuram atualizar-se com as evoluções tecnológicas do mercado;
Não utilizavam programas de qualidade;	Realizam pós-venda;
As empresas não eram informatizadas;	Estão procurando cada vez mais informatizar seus processos;
Preferiram resolver os problemas da empresa, individualmente, a recorrer à ajuda especializada.	A maioria conhece o Sebrae Paraná.

Fonte: Elaborado com base em FONTANINI, C. A. C., *Programa de formação de novos empreendedores. Anais do I EGEPE - Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas*. ISSN 1518-4382. p. 123-131, out./ 2000.

Um outro estudo realizado por Previdelli e Senhorini (2001), sobre as causas da mortalidade das micros e pequenas empresas maringaenses, no estado do Paraná, revelou que 47,86% das empresas que tiveram suas portas fechadas entre 1998 e 2000 sobreviveram por menos de 1 ano no mercado, e 38,03% conseguiram se manter até os seus dois anos de vida. Esses dados confirmam a contextualização de Dolabela (1999a) ao dizer que a taxa de mortalidade de novas empresas é bastante elevada nos três anos seguintes à sua criação: cerca de 90% no Brasil. Neste estudo as causas foram atribuídas a problemas financeiros, elevada carga tributária, concorrência acirrada e falta de clientes. Uma pesquisa do mesmo gênero, realizada nas empresas londrinenses, atribui as causas da mortalidade da empresas a problemas particulares do empresário (18,32%), falta de cliente (12,98%), carga tributária elevada (9,54%), falta de crédito (8,78%), concorrência forte (8,40%), entre outras causas diversas (DUTRA, 2002).

Analisando os motivos de fechamento das empresas, pelas informações das pesquisas acima citadas, pode-se perceber que a tendência humana é, muitas vezes, de culpar as circunstâncias, e não os próprios atos, pelo fracasso. Embora essa tendência seja perdoável, a auto-ilusão que se cria impede o ser humano de aprender com os erros. De acordo com Cox (1994), a armadilha a evitar é dar guarida à disposição de culpar nas circunstâncias ou tornar habitual essa fuga da responsabilidade pessoal, pois em todas as ocasiões em que nos livrarmos da responsabilidade, mais fácil se tornará repetirmos os mesmos erros no futuro. É claro que há ocasiões em que as circunstâncias ocorrem de tal forma que nos impedem de cumprir o que nos propusemos fazer. No entanto, é verdade que fatos considerados imprevisíveis poderiam ter sido previstos e controlados se tivessem sido planejados melhor.

O que se pode notar, em ambas pesquisas descritas, é que houve uma falta de planejamento inicial do negócio. Quando um plano de negócios é elaborado

de forma minuciosa, o empreendedor consegue identificar certos riscos, como: inviabilidade financeira, concorrência acirrada, falta de clientes potenciais etc., e, desta forma, solucioná-los ou até mesmo descartar a possibilidade de abrir o negócio. Mesmo quando tais riscos aparecem no decorrer da vida da empresa faz parte do perfil do empreendedor conseguir administrá-los e levar a empresa ao sucesso.

Por trás do sucesso de uma empresa há, certamente, uma boa idéia e alguém com talento e disposição suficientes para transformá-la em realidade. Além de todas as características que são a ele atribuídas, o empreendedor é aquela pessoa capaz de identificar uma boa oportunidade, correr riscos, enfrentar adversidades e, principalmente, conduzir seu negócio ao sucesso. O mercado atual demanda a mudança do perfil dos gestores organizacionais que, atendendo às necessidades de uma sociedade em constantes e rápidas transformações, são forçados a buscar competências e condições para que suas organizações, não só sobrevivam, como sejam sustentáveis. Diante de um cenário cada vez mais competitivo e igualitário, o empreendedor deve possuir certas aptidões que o ajudem a superar as armadilhas que o mercado prepara.

Um empreendedor potencial tem habilidades para reconquistar clientes, tem criatividade suficiente para superar os concorrentes, tem influência para conseguir financiamentos e comprometimento para pagá-los no prazo. Com a ajuda de profissionais, ele consegue estudar, previamente, a melhor estrutura legal a ser montada para a sua empresa, de forma a conseguir arcar com a carga tributária correspondente. Ele pode até fracassar em todas essas atividades, mas sua característica marcante de aprender com os erros e ser persistente não deixa o seu empreendimento morrer.

O que ocorre, muitas vezes, é que o desemprego e até mesmo a vontade de deixar de ser empregado, leva o indivíduo a montar seu próprio negócio. A ambição e a necessidade de “subir na vida” são variáveis que contribuem para isso. Entretanto,

para entrar em uma nova atividade, o futuro empresário necessita de alguns requisitos que são imprescindíveis para quem pretende empreender: conhecimento do ramo do negócio que pretende assumir, aptidões empresariais e sensibilidade administrativa, capacidade de planejamento, capacidade de identificar e conviver com os riscos, entre outras características que, em conjunto, formam o perfil do empreendedor.

O empreendedor, antes de iniciar um negócio, precisa ser estimulado a refletir sobre suas características pessoais, e impulsionado a desenvolvê-las na direção do perfil ideal para tornar-se bem-sucedido, pois o empreendedor em si é o maior e melhor recurso que se tem para o sucesso. Ele deve avaliar as próprias características da forma mais objetiva possível, encarar suas limitações em vez de escondê-las e trabalhar seriamente no sentido de desenvolver ou aperfeiçoar aquelas características das quais necessita, pois segundo Pati (1995, p.43):

“somos ‘um produto’ em constante estado de aperfeiçoamento. Se hoje somos o que somos, amanhã seremos o que quisermos ser. Algumas características nossas não podem ser radicalmente alteradas, mas poderão variar em grau de desenvolvimento, em qualidade, em importância e no espaço que ocupam em nossas vidas.”

O homem é um ser passando por um processo de constante transformação, amadurecimento e mudanças – o processo da vida. Ele é capaz de criar e moldar a si mesmo, pois é ao mesmo tempo o criador e a criação. Ele tem a capacidade de alterar o seu comportamento quando achar que deve, bem como de construir e lapidar as características fundamentais na formação do perfil empreendedor. O perfil do empreendedor bem-sucedido não pode ser tomado como um padrão de exigências. Ele deve ser usado exclusivamente para descobrir para onde direcionar o processo de desenvolvimento, detectando o que precisa ser aperfeiçoado e

trabalhado para ser o empreendedor que espera ser. O empreendedor bem sucedido é uma pessoa como qualquer outra, cujas características de personalidade, talentos e habilidades o leva a agir de tal forma que chega ao sucesso, realizando sonhos, alcançando seus objetivos e atingindo sua realização pessoal.

3 Procedimentos Metodológicos

Buscando atingir os objetivos propostos, este estudo utilizou-se de um modelo metodológico e algumas técnicas de pesquisa universalmente aceitas. De acordo com a classificação de Gil (1999), Cooper e Schindler (2000) e Malhotra (2001), o estudo pôde ser considerado de caráter exploratório e descritivo. Exploratório porque, primeiramente, foi necessário efetuar uma pesquisa que levantasse as principais características e habilidades determinantes do perfil empreendedor. Descritivo porque buscou descrever, analisar e comparar o perfil empreendedor dos proprietários das micro e pequenas empresas ativas e inativas de Maringá-PR. O método de abordagem utilizado, de acordo com Gil (1999), é o método indutivo, por coletar dados em uma amostra representativa de empresas para chegar a conclusões gerais sobre a diferença do perfil empreendedor, nos dois grupos de análise.

Os métodos de procedimentos utilizados, segundo a classificação de Lakatos e Marconi (1991) foram: a) o histórico, pois pesquisou-se a origem do empreendedorismo, sua evolução e o papel que os empreendedores desempenham atualmente na sociedade; b) o tipológico, pois montou-se um “modelo ideal” de perfil empreendedor para servir como parâmetro de análise; c) o estatístico, pois os dados coletados na pesquisa de campo receberam tratamento estatístico descritivo para apresentar os resultados de ambas as amostras; e d) o comparativo, pois analisou-se as similaridades e divergências do perfil dos empreendedores que tiveram suas empresas extintas e daqueles que conseguiram manter suas empresas ativas no

mercado. Seguindo o mesmo autor, o estudo foi realizado por meio da observação direta intensiva, usando como instrumento de coleta de dados a entrevista estruturada. Assim, de acordo com Cooper e Schindler (2000), pode ser considerado um estudo *ex post facto*, transversal múltiplo, de amplitude, sob condições de campo, com dados qualitativos e com percepção do sujeito da pesquisa.

A unidade analisada constituiu-se de duas amostras de micro e pequenas empresas da cidade de Maringá – PR, cujas informações foram obtidas junto à Prefeitura Municipal de Maringá, através de listagens fornecidas pela Secretaria da Fazenda. A primeira foi uma amostra de empresas que não sobreviveram por mais de três anos no mercado, ou seja, que foram criadas em 1997, 1998 e 1999 e encerraram suas atividade antes dos três anos de existência. A segunda, uma

amostra, na mesma proporção, de empresas que foram criadas no mesmo período das empresas da primeira amostra (1997, 1998 e 1999) e que, por sua vez, conseguiram sobreviver por mais de três anos. O tipo de amostragem utilizado pelo estudo foi a amostragem probabilística estratificada, que segundo Malhotra (2001) é um processo de dois estágios para dividir a população em subpopulações ou estratos, e os elementos de cada estrato devem ser selecionados por um processo aleatório. Neste estudo, conforme tabela 1, a população de 3.083 empresas ativas e 5.249 empresas inativas foi dividida em comércio, indústria e serviço, totalizando uma amostra de 97 empresas ativas e 98 empresas inativas, de acordo com a fórmula aplicada para uma amostragem probabilística e para uma população finita (menos de 1000 casos), de Viegas (1999).

Tabela 1 – Quantidade de empresas da população e da amostra (empresas ativas e inativas)

Atividade	Empresas Ativas			Empresas Inativas		
	Freq. População	%	Freq. Amostra	Freq. População	%	Freq. Amostra
Comércio	1 306	42,36	41	2 779	52,94	52
Serviço	1 535	49,79	48	2 067	39,38	39
Indústria	242	7,85	8	403	7,68	7
Total	3 083	100,00	97	5 249	100,00	98

Fonte: elaborada com base em GREATTI, Ligia. Perfis Empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial, no município de Maringá-PR. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Administração UEM/UEL. Maringá, 2003.

Cabe ressaltar que a amostra, constituída por 195 empresas, sendo 97 empresas ativas e 98 empresas inativas, foi devidamente alcançada e os 195 questionários foram devidamente preenchidos e utilizados para a análise. Neste contexto, os dados foram submetidos ao tratamento estatístico descritivo, através do qual resultaram tabelas, gráficos e figuras ilustrativas, bem como em textos descritivos e comparativos. Este procedimento atendeu ao objetivo de uma investigação mais rigorosa, deixando explícito que este estudo não teve como objetivo estabelecer inter-relações entre as variáveis, mas sim fazer uma comparação entre as variáveis dos grupos de análise.

4 Análise Comparativa do Perfil Empreendedor de Micros e Pequenos Proprietários de Empresas, Ativas e Inativas, no Município de Maringá-PR

Ao comparar os dois grupos de análise, empreendedores cujas empresas nasceram em 1997, 1998 e 1999 e se extinguíram do mercado com até três anos de atividade e empreendedores cujas empresas nasceram no mesmo período e conseguiram sobreviver por mais de três anos, pôde-se observar que a maioria, em ambas amostras, pertence ao sexo masculino, sendo 58% dos empreendedores das empresas ativas e 52%

das inativas. Esses números mostram que ainda há uma maior participação de homens envolvidos no ambiente empresarial. Com relação à idade dos empreendedores, nas empresas ativas 57% se concentra entre 36 e 50 anos e nas empresas inativas a concentração maior se encontra acima de 46 anos, com 43% dos empreendedores entrevistados.

Na escolaridade, o nível dos empreendedores das empresas ativas é um pouco mais elevado do que o nível dos empreendedores das empresas inativas. Isto pelo fato do percentual de empreendedores com nível de 2º grau, 3º grau e pós-graduação ser maior entre os empreendedores cujas empresas sobreviveram no mercado, cerca de 76%, quando comparado com os 60% de empreendedores cujas empresas não conseguiram se manter ativas. Um fator de contraste é que nas empresas ativas não há nenhum entrevistado sem escolaridade e 6% tem pós-graduação, enquanto que, entre as

empresas extintas há 5% sem escolaridade e nenhum pós-graduado.

Depois de caracterizar os grupos analisados, parte-se então para a questão que o estudo procurou abordar. Trazendo como base a abordagem comportamental, esta pesquisa procurou analisar o perfil dos empreendedores maringaenses, buscando estabelecer um comparativo entre aqueles empreendedores cujas empresas permanecem ativas no mercado e aqueles cujas empresas foram criadas no mesmo período e já encerraram suas atividades. Tentou-se analisar quase todas as características expostas por David McClelland e algumas outras, objetivando comparar qual dos dois grupos de empreendedores possui uma proporção maior de características empreendedoras. Através da coleta de dados alguns resultados foram obtidos e podem ser vistos na tabela 2.

Tabela 2 – Perfil empreendedor dos micro e pequenos empresários das empresas ativas e inativas da cidade de Maringá-PR

Características Empreendedoras analisadas no estudo	Empresas Ativas (%)	Empresas Inativas (%)
Busca de oportunidade de negócio	24	6
Capacidade de reação a frustrações (persistência)	95	78
Exigência de qualidade no produto	99	96
Exigência de eficiência no serviço dos funcionários	97	87
Comprometimento e dedicação	84	66
Busca de informações	65	14
Estabelecimento de metas	53	3
Planejamento inicial (plano de negócios)	54	8
Monitoramento	50	11
Persuasão e rede de contatos	63	8
Independência	19	10
Possuem ambiente de relação empreendedor	76	41
Experiência empresarial	73	63
Conhecimento do ramo de atividade	66	41
Introdução de inovações	74	29
Delegação da autoridade	63	38
Realização com o empreendimento	91	53

Fonte: elaborada com base em GREATTI, Ligia. *Perfis Empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial, no município de Maringá-PR*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Administração UEM/UEL. Maringá, 2003.

Com relação à “Busca de oportunidade e iniciativa”, pôde-se constatar que os empreendedores das empresas ativas têm esta característica mais desenvolvida do que os empreendedores das empresas inativas, pois um percentual maior deles (74%) baseou-se na identificação de oportunidades de negócios para abrir suas empresas e consideram este fator um dos principais motivos de sucesso de um empreendimento, contra apenas 6% dos empreendedores das empresas inativas. Além disso, buscar oportunidades também se refere à inovação, que nada mais é do que buscar oportunidades para a empresa em andamento. Neste sentido, os empreendedores das empresas ativas são mais inovadores do que os empreendedores das empresas inativas, pois 74% deles introduziram inovações nos seus empreendimentos contra apenas 29% dos empreendedores das empresas inativas. As inovações introduzidas pelas empresas em atividade foram direcionadas aos produtos (30%), ao atendimento a clientes (22%), aos serviços (14%), ao processo produtivo (3%) e a outros fatores (5%). Segundo Carland et al (1984 *apud* SOUZA, 2001, p.32), “a diferença entre um negócio e um empreendimento de sucesso é a inovação, sendo, pois, uma gestão empreendedora aquela que combina as características pessoais do empreendedor, a estrutura que ele implementar e a busca constante da inovação”. Empresas que disseminam e propiciam ambientes favoráveis às inovações, como as do grupo em atividade, obtêm resultados que se aproximam, correspondem ou superam expectativas desenhadas.

Para analisar a característica “Persistência”, pesquisou-se a capacidade de reação às situações de frustração. Observou-se que os empreendedores das empresas ativas se recuperam mais facilmente e mais rapidamente do que os empreendedores das empresas inativas, persistindo nos seus objetivos. Entre os empreendedores das empresas ativas, 95% se recuperam das situações de não satisfação em até 3 dias, enquanto que,

entre os das inativas apenas 78% se recuperam nos 3 primeiros dias. Os empreendedores das empresas ativas tem maior capacidade do que os das inativas de suportar situações de não satisfação das necessidade pessoais ou profissionais, sem se comportar de maneira derrotista, negativa ou confusa.

Um outro ponto que se pôde observar é que a maioria dos empreendedores das empresas encerradas não persistiu nos seus empreendimentos, pois não procurou nenhuma ajuda na tentativa de salvar seu empreendimento e recuperar sua competitividade no mercado. Somente um empreendedor procurou obter um empréstimo no Banco do Brasil para tentar recuperar o controle financeiro do empreendimento. Com isso, também se analisa a “Capacidade de correr riscos calculados” por parte do empreendedor, notando-se que a maioria deles, 67%, não se arriscaria em colocar seu negócio novamente no mercado, mesmo já sabendo as possibilidades de sucesso e fracasso do empreendimento.

A característica “Exigência de qualidade e eficiência” foi analisada perguntando aos empreendedores como eles consideravam a qualidade do trabalho dos seus produtos e serviços e também a qualidade do trabalho dos seus funcionários. Quanto à qualidade dos produtos e serviços quase a totalidade dos empreendedores, tanto das empresas abertas (99%) quanto das empresas fechadas (91%), consideram entre excelente e boa, não havendo diferença técnica entre os empreendedores com relação a esta característica. Com relação à qualidade do trabalho dos funcionários, a maioria dos empreendedores dos dois grupos também considera entre excelente e boa, sendo 97% entre as empresas ativas e 87% entre as inativas. A busca da qualidade e eficiência é uma característica empreendedora que faz com que haja uma busca intensa pela melhoria dos produtos e serviços e conseqüentemente pela satisfação do cliente, proporcionando assim ao empreendimento uma existência mais duradoura.

Para analisar o “Comprometimento” dos empreendedores com seus empreendimentos, buscou-se verificar o nível de dedicação que lhes eram ou são atribuídas. Para isso, foi pesquisado se os empreendedores se dedicavam ou dedicam exclusivamente ao empreendimento ou se eles dividiam ou dividem seu tempo com outras atividades. Observou-se que uma percentagem maior dos empreendedores com empresas em atividade (84%), do que dos empreendedores cujas empresas já se extinguíram (66%), não exercem outra atividade além da sua empresa, ou seja, mantém a atenção e o tempo voltados exclusivamente ao empreendimento. Pode-se dizer que os empreendedores das empresas ativas se comprometem mais com seus empreendimentos do que os empreendedores das empresas que já fecharam.

Com relação à característica “Busca de informação”, analisou-se se os empreendedores buscaram obter informações sobre o produto ou serviço, processo de fabricação e tecnologia empregada, que são informações obtidas através do plano de negócios. Para uma melhor especificação, apesar de tais informações também estarem contidas no plano de negócios, foi questionado se os empreendedores realizaram pesquisas para analisar clientes, concorrentes e fornecedores. O que se pode perceber é que existem diferenças consideráveis entre os empreendedores que procuraram obter tais informações e os que não procuraram. A grande maioria dos empreendedores das empresas ativas, 65%, buscou adquirir essas informações antes de iniciar suas empresas, enquanto que os empreendedores das empresas inativas que se preocuparam com essa questão não atingiram um quarto dos entrevistados, 14%. Pode-se dizer que os empreendedores das empresas ativas buscaram mais informações sobre o mercado e o produto do que os empreendedores das empresas inativas.

A característica “Estabelecimento de metas”, que significa estabelecer metas de longo prazo, claras e específicas e objetivos de curto prazo de forma mensurável, aparece na maioria dos

empreendedores das empresas ativas (53%), no entanto, nos empreendedores das empresas encerradas o aparecimento desta característica é praticamente insignificante (3%). O estabelecimento de metas foi analisado na questão sobre o planejamento do negócio, na qual se perguntou se o empreendedor havia estabelecido metas de longo prazo para o empreendimento.

Para analisar a característica “Planejamento e monitoramento sistemático” questionou-se o período gasto com o planejamento inicial do empreendimento, se os empreendedores fizeram pesquisa de mercado, buscando analisar clientes, concorrentes, fornecedores, localização (fatores que fazem parte do conjunto de busca de informações), e se fizeram uma análise da viabilidade econômico-financeira do empreendimento, análise da tecnologia disponível, enfim, se mesmo que informalmente elaboraram um plano de negócio para planejar a abertura do empreendimento. Notou-se que os empreendedores das empresas ativas planejaram por mais tempo e em maior profundidade seus empreendimentos do que os empreendedores das empresas inativas, pois 66,25% dos empreendedores das empresas ativas planejaram seus empreendimentos por mais de 6 meses, sendo que, destes, 28,75% planejaram por mais de 12 meses. Em contraste, apenas 13,75% dos empreendedores de empresas inativas planejaram por mais de seis meses seus empreendimentos, sendo que, destes, 2,5% por mais de 12 meses. Ao perguntar aos empresários de ambas as amostras se haviam elaborado um plano de negócio com o intuito de planejar inicialmente o empreendimento, percebeu-se que 54% dos empreendedores de empresas em atividade o elaboraram, enquanto que uma parcela mínima, 8% dos empreendedores cujas empresas foram encerradas, dedicaram-se a tal instrumento.

Quanto ao monitoramento, um grande percentual dos empreendedores das empresas ativas (50%), ao contrário das inativas (11%), está sempre reavaliando suas empresas, pois constantemente realiza pesquisas com o mercado, mesmo que

informalmente, avalia a viabilidade do negócio e sua posição no mercado, face aos concorrentes. Planejamento é o ato de antecipar-se às situações e o monitoramento de revisar constantemente os planos e objetivos. O plano de negócio é um instrumento que permite ao empreendedor planejar e avaliar o negócio e monitorá-lo através de um acompanhamento sistemático e comparativo. Assim, o empreendedor que o utiliza consegue medir e avaliar os resultados obtidos, estabelecendo uma busca por correções e melhorias.

A característica “Persuasão e rede de contatos” também apareceu mais entre os empreendedores das empresas em atividade, pois a grande parte deles (63%) buscou estabelecer uma rede de contatos com pessoas que poderiam auxiliá-lo, incluindo funcionários, especialistas em áreas distintas, entre outras pessoas que pudessem servir para o bom funcionamento do empreendimento. Enquanto que, entre os empreendedores das empresas que já encerraram suas atividades, o percentual que estabeleceu uma rede de contatos é quase que insignificante, 8%.

Com relação à “Independência e autoconfiança”, mais empreendedores com empresas ativas (19%) do que de inativas (10%) se basearam na necessidade de ser independente quando na abertura de sua empresa, buscando a auto-realização. O desejo de liberdade, independência e busca constante pela autonomia em relação a normas e controles, fez com que muitos dos empreendedores abrissem suas empresas e se esforçassem em mantê-las ativas no mercado. Já a maioria dos empreendedores das empresas inativas abriu suas empresas por falta de trabalho, com o objetivo de obter lucros para aumentar a renda familiar.

Além dessas características, expostas por David McClelland, algumas outras também se destacaram como variáveis importantes do perfil do empreendedor. O grupo de empreendedores das empresas ativas tem um percentual maior de

empreendedores com familiares e amigos próximos convivendo no meio empresarial, ou seja, 76% convivem em um ambiente de relação empreendedor, enquanto que, entre os empreendedores das empresas inativas, apenas 41% tem contato próximo com indivíduos empreendedores. Os familiares e amigos próximos formam o nível primário de relação, ou seja, são pessoas que mantêm ligações em torno de mais de uma atividade e, este nível de relação é a principal fonte de formação de empreendedores (DOLABELA, 1999a). Segundo o autor, o empreendedor é um produto do meio em que vive e, então, se há na família pessoas que trabalham de forma autônoma ou que possuem seu próprio negócio, a tendência de surgir novos empreendedores é maior do que em famílias cujos membros sempre assumiram cargos de empregados. Pode-se dizer, então, que a tendência do empreendedor ser bem sucedido é maior nos casos em que há um ambiente de relação voltado para o empreendedorismo, sendo que os 76% de empreendedores bem sucedidos que possuem tal ambiente, contra os 41% dos empreendedores que tiveram suas empresas extintas, vão de encontro a tal teoria.

Entre os empreendedores das empresas ativas há um percentual maior, 77%, do que nas inativas, 63%, de empreendedores com experiência na área empresarial, que trabalhavam de forma autônoma ou que já tiveram ou trabalharam em outras empresas. O empreendedor, além de suas características pessoais, deve possuir habilidade empresariais que possibilitem o bom funcionamento do seu empreendimento. O conhecimento administrativo pode ser conseguido através do estudo, mas a habilidade empresarial, segundo Zaccarelli (2000), só pode ser adquirida de uma forma, a experiência. E, neste sentido, os empreendedores das empresas ativas possuem uma vantagem com relação aos empreendedores das empresas já inativas.

Uma outra capacitação, o conhecimento do ramo do negócio, foi questionada e notou-se que 66% dos empreendedores das empresas ativas contra 41% das inativas possuíam tal conhecimento, o que pode ter influenciado na continuidade do empreendimento, pois conhecer o mercado e o ramo em que se pretende atuar é essencial para perceber as chances de sucessos e prevenir-se em relação aos imprevistos. Notou-se também que há mais empreendedores com empresas descentralizadas nas ativas (63%) do que nas inativas (38%), o que permite que as decisões principais sejam tomadas com calma e tranqüilidade ao invés da pressão, e, por fim, tem mais empreendedores realizados e satisfeitos com o trabalho nas empresas ativas (91%) do que nas inativas (53%), o que além de gerar recompensas pessoais, traz a recompensa financeira como uma consequência.

5 Conclusão

A elaboração deste estudo permitiu perceber que o empreendedorismo é um campo de estudo que vem sendo desenvolvido desde o século XII e ganhando atenção, no decorrer dos séculos, de economistas, comportamentalistas e, atualmente, de todas as áreas de conhecimento. A discussão que se desencadeia em todas as linhas de estudo, bem como em todas as profissões nos dias atuais é a importância da atividade empreendedora no negócio. No entanto, o que permite a presença da atividade empreendedora é o indivíduo com suas competências, habilidades e características pessoais, que em conjunto formam um perfil empreendedor.

Embora se tente delinear o perfil ideal de um empreendedor, ainda não se conseguiu chegar às exatas variáveis que a ele pertence, mas algumas delas já puderam ser identificadas por diversos estudiosos do ramo. Inúmeras pesquisas têm sido feitas com o intuito de estudar o perfil empreendedor. O presente estudo pode ser considerado uma delas, pois comparou o perfil empreendedor de empresários que conseguiram manter o sucesso do empreendimento com o

perfil empreendedor dos empresários que não conseguiram manter suas empresas atuantes no mercado. Este estudo teve o objetivo maior de alertar os interessados em abrir um negócio de que existe um fator que pode levar à mortalidade empresarial, a falta de um perfil empreendedor.

Buscando mostrar a relação do perfil empreendedor com o sucesso ou fracasso do empreendimento é que se compararam empresas ativas com inativas. Desta forma, pode-se dizer que praticamente todas as características analisadas, os empreendedores das empresas em atividade foram apresentados em proporções maiores do que os empreendedores das empresas extintas. A consideração que se pode fazer é que a falta de características empreendedoras pode ter sido um dos fatores que impulsionou o encerramento de tais empreendimentos, pois empresas abertas nos mesmos anos, com as mesmas condições de mercado tiveram destinos totalmente contrários. Não se pode dizer que o perfil empreendedor é o fator condicionante da mortalidade dessas empresas, pois são inúmeras as variáveis internas e externas que influenciam na longevidade empresarial. Entretanto, fica evidente que, quando empresas são colocadas nas mesmas condições externas e tomam rumos diferentes, o causador pode ser um dos fatores internos. O fato é que este fator interno que influencia no sucesso e no fracasso do empreendimento pode estar relacionado com as características individuais que formam o perfil do empreendedor.

Tendo como base que o perfil empreendedor pode influenciar na mortalidade das empresas, este estudo abre caminhos para novas investigações. Uma delas diz respeito ao levantamento de todos os fatores que podem causar o fracasso de um empreendimento, inclusive o perfil empreendedor, e a análise de qual deles é o fator mais determinante, pois muitas pesquisas têm atribuído os motivos de fracasso empresarial a diversos fatores relacionados ao ambiente externo das empresas, entretanto, nenhuma delas atribui as causas da mortalidade à falta de característica e habilidades empreendedoras do proprietário.

Referências

- AYRES, K. V.; CAVALCANTI, G. A.; BRASILEIRO, M. C. E. *Stress de empreendedores: um estudo em empresas incubadoras*. In: **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas**. ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. Brasília, p.64-83, 23, 2001.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Business research methods**. McGraw-Hill. Irwin, 2000.
- COX, Allan. **O perfil do realizador: 100 perguntas e respostas para aguçar seus instintos de executivo empreendedor**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1994.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, F. C. **O segredo de Luísa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.
- _____. **Oficina do empreendedor: a metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999b.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.
- DUTRA, I. S. **O perfil do empreendedor e a mortalidade de micro e pequenas empresas londrinenses**. 2002. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Maringá e Universidade Estadual de Londrina consorciadas, Maringá/Londrina, 2002.
- FILION, L. J. **O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo: FGV. v. 31, n. 3, p. 63-72, jul-set, 1991.
- FONTANINI, C. A. C. **Programa de formação de novos empreendedores**. Anais do I EGEPE- Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. ISSN 1518-4382. p. 123-131, out., 2000.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- GREATTI, Ligia. **Perfis Empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial, no município de Maringá-PR**. 2003. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Administração UEM/UEL. Maringá, 2003.
- KETS DE VRIES, M. **Rebeldes criativos com causa**. In: **Dominando os desafios do empreendedor: o seu guia para se tornar um empreendedor**. São Paulo: Makrom Books, p. 04-07, 2001.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 3. Edição. São Paulo: Atlas, 1991.
- LEITE, E. F. *O fenômeno do empreendedorismo e as empresas de base tecnológica*. In: **Empreendedorismo – Competência Essencial para pequenas e médias empresas**. ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. Brasília, p. 84-102, 2001.
- _____. **O fenômeno do empreendedorismo criando riquezas**. 3. ed. Recife: Bagaço, 2002.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- PATI, V. **O empreendedor: descoberta e desenvolvimento do potencial empresarial**. In: **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor**. Coordenação de Heitor José Pereira e Silva Aparecido dos Santos. Brasília: Ed. SEBRAE, p. 41- 62, 1995.

PREVIDELLI, J. J.; SENHORINI, V., Diagnóstico da causa mortis de micros e pequenas empresas brasileiras. *In: XXXVI CLADEA. Assembléia Anual de Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración*. México (DF): Instituto de Monterrey, 2001.

SEBRAE. **Manual de implantação do projeto EMPRETEC**. Brasília: Sebrae, 1990.

_____. **Pesquisa “Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas”**. Brasília: Sebrae, 1999.

SOUZA, E. C. L. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. *In: Empreendedorismo – Competência Essencial para pequenas e médias empresas*. ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. Brasília. p. 28-41, 2001.

VIEGAS, W. **Fundamentos de metodologia científica**. Brasília: Editora Universidade Federal de Brasília, 1999.

ZACCARELLI, S. **Estratégia e sucesso nas empresas**. São Paulo: Saraiva, 2000.