

FACULDADE CAMPO LIMPO PAULISTA – FACCAMP
PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

SONIA APARECIDA SORANZZO MOTA

**DIAGNÓSTICO DA CAPACIDADE EMPREENDEDORA DE
ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS E PROFISSIONAIS DE MICRO
PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS**

Campo Limpo Paulista - SP

2013

SONIA APARECIDA SORANZZO MOTA

**DIAGNÓSTICO DA CAPACIDADE EMPREENDEDORA DE
ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS E PROFISSIONAIS DE MICRO
PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós- Graduação em Administração, da Faculdade Campo Limpo Paulista, como requisito para a obtenção do Título de Mestre em Administração das Micro e Pequenas Empresas.

Orientador: Prof^a. Dra. Maria Aparecida Sanches.

Linha de pesquisa: Empreendedorismo e Desenvolvimento

Campo Limpo Paulista - SP

2013

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

MOTA, Sônia Aparecida Soranzzo

sonia_soranzzo@hotmail.com

Diagnóstico da capacidade empreendedora de estudantes universitários e profissionais de micro pequenas e médias empresas Campo Limpo Paulista-SP: FACCAMP, 2013 (Projeto de Pesquisa para obtenção do título de Mestre em Administração)

1. Comportamento
2. Tipos de cultura organizacional
3. Orientação empreendedora
4. Empreendedorismo
5. Características empreendedoras

FACULDADE DE CAMPO LIMPO PAULISTA

SONIA APARECIDA SORANZZO MOTA

**DIAGNÓSTICO DA CAPACIDADE EMPREENDEDORA DE JOVENS
UNIVERSITÁRIOS E PROFISSIONAIS DE MICRO PEQUENAS E
MÉDIAS EMPRESAS**

Data: _____

Professora Doutora Maria Aparecida Sanches
(Presidente / Orientador – FACCAMP)

Professora Doutora Yeda Cirera Oswaldo
Universidade Metodista de Piracicaba

Professor Doutor Manuel Antonio Meireles da Costa

(FACCAMP)

BANCA EXAMINADORA

Dedico esta pesquisa aos meus pais, Pedro (*in memoriam*) e Maria, que durante toda a vida, apesar de sua simplicidade, sentiam-se orgulhosos pelos meus esforços na busca do conhecimento, dando-me, principalmente, como grande tesouro, o Amor a Deus e ao Próximo, Honestidade, Respeito, e Gratidão.

Ao meu esposo Getúlio, companheiro e grande incentivador nos momentos mais difíceis dessa trajetória.

Ao meu filho, André, meu colaborador, maior inspiração e motivo para meus esforços.

Aos meus irmãos Cláudia, Osvaldo, Irene e Sandra.

Às minhas colegas de trabalho Liliane, Juliana e Célia.

A todos aqueles que suplicaram a Deus em meu favor para que este sonho se realizasse.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por nortear-me e fazer com que eu me sinta sempre amparada, colocando no meu caminho pessoas de bem, de caráter, que foram bases de sustentação, para que eu conseguisse chegar à realização deste sonho.

À Dr^a. Maria Aparecida Sanches, minha orientadora. Sempre esteve ao meu lado, com paciência, sabedoria e dedicação. Sua importância neste trabalho não se deve tão somente à especial orientação para a construção da dissertação, mas também na disciplina em que foi minha professora. Momento em que aprendi muito e alicersei minha linha de pesquisa.

À Dr^a. Maria Aparecida Sanches e Dr. Manuel Antonio Meireles da Costa, pelas orientações importantes e enriquecedoras no processo de qualificação.

Aos demais Professores do Programa de Mestrado da FACCAMP, pelos ensinamentos que serão importantes para meu crescimento profissional.

Ao Prof. Dr. Nelson Gentil, pelo incentivo e por proporcionar oportunidades de aperfeiçoamento aos professores da Faculdade de Paulínia.

Aos amigos, Prof. João Vedovello, Prof. Marcelo Jacober, Prof. Paulo César P. Pontara; Prof. Gilson Lopes; e Prof. Antonio Guimarães e Dra. Tércia, grandes colaboradores e incentivadores.

À amiga Solange Galhardo, pela compreensão e incentivo.

À Professora Maria das Dores, pelo apoio nas revisões de texto.

A todos os entrevistados, que colaboraram respondendo ao questionário de pesquisa.

“Quem sabe faz a hora não espera acontecer”

(Geraldo Vandré)

RESUMO

Este estudo tem por finalidade diagnosticar a capacitação empreendedora em estudantes universitários e profissionais de micro, pequenas e médias empresas, por meio de uma escala, utilizando como modelo o questionário proposto por David C. Macclend, reelaborado e adequado às características do perfil e do comportamento do jovem. A pesquisa, quantitativa e qualitativa, utilizou-se para a obtenção dos dados de um questionário, contendo 44 proposições no formato de uma Escala *Likert* de cinco pontos. Esse instrumento foi aplicado de forma presencial em 30 jovens universitários do primeiro ano do curso de Administração, em 30 alunos do curso de Pedagogia do ensino privado, e em 30 profissionais de micro pequenas e médias empresas do ramo do comércio da cidade de Paulínia-SP. Os resultados apontam que os universitários, no que se refere ao perfil e comportamento empreendedor, estão muito próximos dos profissionais das micro pequenas e médias empresas do ramo comercial, não alcançando os objetivos propostos na pesquisa.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Perfil do Jovem empreendedor. Capacitação empreendedora. Escala de Medição

ABSTRACT

This study aims to diagnose the entrepreneurial training in university students and professionals of micro, small and medium-sized enterprises, by means of a scale, using as a model the questionnaire proposed by David c. Macclend, reworked and suited to the characteristics of the profile and the behavior of the young. The quantitative and qualitative research, it was used to obtain the data from a questionnaire, containing 44 propositions in the form of a five-point Likert Scale. This instrument was applied in a face-to-face meeting in 30 university students of the first year of the course of administration, in 30 pupils of the course of Pedagogy of private education, and 30 professionals of micro small and medium-sized companies in the branch of trade of the city of Paulínia-SP. the results indicate that college students with regard to profile and entrepreneurial behavior, are very close to the professionals of the micro small and medium business companies, not reaching the objectives proposed in the research.

Keywords: Entrepreneurship. Profile of a Young Entrepreneur. Entrepreneurial Training. Measuring range.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - As seis dimensões da capacidade empreendedora	39
Tabela 2 - Lista de variáveis excluídas pelo procedimento	57
Tabela 3- Índice α de Cronbach.....	58
Tabela 4 - Estatísticas da Escala.....	58
Tabela 5 - Estatísticas dos itens.....	58
Tabela 6- Índice α de Cronbach.....	61
Tabela 7 - Estatísticas dos itens.....	61
Tabela 8- Administração e Pedagogia - Questionário Total – 5 níveis.....	64
Tabela 9- Administração e Empreendedor - Questionário Total - 5 níveis.....	64
Tabela 10 - Pedagogia e Empreendedor - Questionário Total - 5 níveis.....	64
Tabela 11 - Administração e Pedagogia - Questionário Total – 3 níveis.....	65
Tabela 12 - Administração e Empreendedor no Questionário Total – 3 níveis.....	65
Tabela 13 - Pedagogia e Empreendedor no Questionário Total - 3 níveis.....	65
Tabela 14 - Distribuição das Questões de Autoconfiança para Administração.....	66
Tabela 15 - P-Valores da Tabela 14.....	66
Tabela 16 - Distribuição das Questões de Busca da Informação para Administração.....	66
Tabela 17- P-Valores da Tabela 16.....	66
Tabela 18 - Distribuição das Questões de Persuasão e Redes de Contato para Administração.....	66
Tabela 19 - P-Valores da Tabela 18.....	67
Tabela 20 - Compara Administração e Pedagogia na Proposição 04.....	67
Tabela 21- Compara Administração e Pedagogia na Proposição 09.....	68
Tabela 22 - Compara Administração e Pedagogia na Proposição 17.....	68
Tabela 23 - Compara Administração e Pedagogia na Proposição 27.....	68
Tabela 24 - Compara Administração e Pedagogia na Proposição 28.....	68
Tabela 25 - Compara Administração e Pedagogia na Proposição 38.....	69
Tabela 26 – Compara Administração e Pedagogia na Proposição 43.....	69

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Administração e Pedagogia no Questionário Total (5 níveis).....	70
Gráfico 2: Administração e Empreendedor no Questionário Total (5 níveis).....	70
Gráfico 3: Pedagogia e Empreendedor no Questionário Total (5 níveis).....	71
Gráfico 4: Administração e Pedagogia no Questionário Total (3 níveis).....	71
Gráfico 5: Administração e Empreendedor no Questionário Total (3 níveis).....	72
Gráfico 6: Pedagogia e Empreendedor no Questionário Total (3 níveis).....	72
Gráfico 7: Distribuição das Questões de Autoconfiança para Administração.....	73
Gráfico 8: Distribuição das Questões de Busca da Informação para Administração.....	73
Gráfico 9: Distribuição das Questões de Persuasão e Redes de Contato para Administração.....	74
Gráfico 10: Administração e Pedagogia na Proposição 04.....	74
Gráfico 11: Administração e Pedagogia na Proposição 09.....	75
Gráfico 12: Administração e Pedagogia na Proposição 17.....	75
Gráfico 13: Administração e Pedagogia na Proposição 27.....	76
Gráfico 14: Compara Administração e Pedagogia na Proposição 28.....	76
Gráfico 15: Compara Administração e Pedagogia na Proposição 38.....	77
Gráfico 16: HM Administração e Pedagogia na Proposição nº 43.....	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 : Fatores da Personalidade Empreendedora.....	40
Quadro 2: Características empreendedoras.....	42
Quadro 3: Características dos empreendedores de Sucesso	42
Quadro 4: Matriz de Talentos	49

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
1.1 Síntese da Pesquisa.....	16
1.2 Problema da Pesquisa	17
1.2.1 Fundamentação teórica.....	17
1.2.2 Configuração do problema	21
1.3 Objetivos da Pesquisa.....	21
1.3.1 Objetivo Geral	21
1.3.2. Objetivos Específicos	21
1.4 Questões a Responder.....	22
1.5 Hipóteses a Testar	22
1.6 Metodologia.....	25
1.6.1 Instrumentos de coleta de dados.....	25
1.6.2 População e amostras	28
1.7 Aplicabilidade e utilidade da Pesquisa	28
1.8 Relevância do tema.....	29
1.9 Contribuição Científica da Pesquisa	29
1.10 Limitações da pesquisa.....	29
2 REVISÃO DA LITERATURA	31
2.1. Empreendedorismo	31
2.2 Valores do Empreendedor - Individuais e Organizacionais	43
2.2.1 Valores do empreendedor.....	43
2.2.2 Valores do empreendedor na empresa	44
2.2.3 Valores individuais e organizacionais	45
2.2.4 Valores da organização.....	47
2.3 Inteligência Emocional e capacidade empreendedora	48
2.3.1 Perfil Empreendedor.....	50
3 MATERIAL E MÉTODOS.....	52
3.1 Tipo de Pesquisa.....	52
3.2 Instrumento de Coleta de Dados	53
3.2.1 Validação da Escala.....	54
4. RESULTADOS	78
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	79
REFERÊNCIAS.....	81
ANEXO A - Proposições Iniciais de Likert	86
ANEXO B – Caput da Escala.....	89
ANEXO C - Validade de conteúdo pelos especialistas	90
ANEXO D - Índice de consistência das proposições	93
ANEXO E - Proposições Eliminadas na Etapa de Consistência Interna	96

ANEXO F – Questionário Validado para aplicação	97
ANEXO G – Questionário Validado Aplicado.....	99
ANEXO H- Questionário Aplicado Dividido em Blocos	102

1 INTRODUÇÃO

1.1 Síntese da Pesquisa

Desde os primórdios, as descobertas, as inovações e os avanços tecnológicos, estiveram relacionados à inquietude e ao inconformismo do ser humano. O anseio pela busca do desconhecido, pela descoberta de novas fronteiras e produção de novos conhecimentos impulsionaram e continuam projetando a humanidade em direção ao desenvolvimento.

As organizações, no contexto atual, vêm conquistando novos processos de gestão, consequência do contínuo desenvolvimento criado pelo homem. A gestão empreendedora, porém, gera desafios em sua aplicabilidade para os gestores, pois a assertividade na tomada de decisão, ousadia e flexibilidade fomentam a abertura e criatividade à organização.

As teorias modernas, que fundamentam os programas de capacitação de empreendedores, apregoam a seguinte necessidade: a de preparar as pessoas para aprenderem a agir e pensar por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado.

É indiscutível, portanto, a necessidade de preparar melhor as pessoas antes que elas se lancem ao mercado como empreendedoras, por conta própria, ou mesmo para que atuem como empreendedoras. Dessa forma, torna-se preponderante disseminar o espírito empreendedor, buscando a elevação do nível de excelência dos produtos e serviços prestados para permanecer no mercado.

As empresas mais maleáveis tornam-se mais perenes no cenário predominante dada sua gestão empreendedora, pois podem atender com maior rapidez os novos desafios organizacionais impostos pelo mercado.

O empreendedor é o agente do processo de construção criativa: é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros.

O jovem empreendedor é frequentemente definido como aquele que começa o seu próprio, novo e pequeno negócio. A inovação é o instrumento específico dos

empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente.

O empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências.

O presente estudo apresenta, na **seção 1, a Introdução**, com a síntese da pesquisa, dados sobre o problema, os objetivos, as questões a serem respondidas, hipóteses, a metodologia empregada, a aplicabilidade e utilidade da pesquisa, a relevância do tema, sua contribuição científica e limitações.

Na seção 2 traz uma breve pesquisa bibliográfica referente aos temas empreendedorismo, valores, inteligência emocional e capacidade empreendedora. Na seção 3 descreve-se a metodologia adotada, esclarecendo o tipo de pesquisa, os instrumentos de coleta de dados e os resultados esperados.

A seção 4 apresenta os resultados obtidos e a seção 5 encerra o trabalho com as considerações finais.

1.2 Problema da Pesquisa

O presente estudo pretende responder aos seguintes problemas:

- qual a capacidade empreendedora dos universitários e dos profissionais de pequenas e médias empresas?
- qual é a relação da capacidade empreendedora entre universitários e profissionais de pequenas e médias empresas da amostra pesquisada?

1.2.1 Fundamentação teórica

Desde meados da década de 1970 até 1980 foram os behavioristas que dominaram os estudos acerca do empreendedorismo. Dentre eles se destaca David McClelland (1972), que avaliou os fatores que explicaram o apogeu e o declínio das civilizações a partir do declínio relativo dos americanos face aos soviéticos nos anos 50.

Ressalta-se que essa observação advém da década de 1950, quando os americanos observaram o crescimento do império soviético, o que incentivou David C. McClelland a buscar explicações a respeito da ascensão e declínio das civilizações.

Os comportamentalistas foram incentivados a traçar um perfil da personalidade do empreendedor. O trabalho desenvolvido por McClelland centrava-se nos gerentes de grandes empresas, mas não interligava claramente a necessidade de autorrealização com a decisão de iniciar um empreendimento e o sucesso dessa possível ligação (ROMA, 2006).

McClelland (1972) desenvolveu o teste psicológico denominado ‘Conheça suas características comportamentais’, objetivando a avaliação de competências. Esse teste seria uma alternativa à aplicação de testes de inteligência que não mensuram a capacidade empreendedora, apenas o sucesso do desempenho.

O autor acreditava que a questão do comportamento poderia ser mensurada pela observação da questão comportamentalista. Propôs a identificação de fatores psicológicos, culturais e comportamentais que direcionam certas pessoas a ter motivação para realizar algo.

Ele desenvolveu suas pesquisas ao longo de quase cinco décadas, estudando os aspectos comportamentais dos empreendedores, sobretudo relacionados à motivação para realizar seus feitos. Percebeu-os como indivíduos diferenciados e passou a estudar suas principais características exteriorizadas, a fim de desenvolver programas que pudessem estimular o desenvolvimento dessas características. Partia da premissa que o sucesso dos indivíduos empreendedores estava diretamente ligado ao desenvolvimento da nação e a eles deveria ser dado todo o apoio (MCCLELLAND, 1972).

Nesse sentido, assevera:

Não tem uma forma melhor de prover a base para o rápido crescimento econômico do que incrementar dramaticamente o número de empreendedores ativos na sociedade. Eles representam um segmento pequeno da população, mas seu impacto é crucial, pois conseguem recursos para produzir bens e serviços, criar empregos e diminuir a dependência do governo. (MCCLELLAND, 1987, p. 232).

O autor partiu da tese de que a motivação humana responde, pelo menos em parte, pelo crescimento econômico de uma nação. Sua teoria sobre a motivação humana compreende três necessidades dominantes: de realização, de afiliação, e de poder, resumidas a seguir (MCCLELLAND, 1972, p. 201).

- **Necessidade de realização:** o indivíduo necessita por à prova seus limites, fazer um bom trabalho e mensurar as realizações pessoais. Pessoas com alta necessidade de realização são aquelas que procuram mudanças em suas vidas, estabelecem metas realistas e realizáveis e colocam-se em situações competitivas. Seus estudos comprovaram que a carência de realização é a primeira identificada entre os empreendedores bem sucedidos. A necessidade de realização, nesse contexto, impulsiona as pessoas a iniciar e a construir um empreendimento.
- **Necessidade de afiliação:** ocorre quando há alguma evidência quanto à preocupação em estabelecer, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas.
- **Necessidade de poder:** caracterizada principalmente pela forte preocupação em exercer autoridade sobre os outros, de executar ações poderosas.

Roma (2006) ressalta que o estudo da motivação facilita a compreensão do fenômeno empreendedor. Pela teoria, as pessoas são motivadas em razão da necessidade de realização, poder e afiliação.

A teoria de Mc Clelland (1972) sofreu críticas pelo fato de o autor explicar o comportamento das sociedades por meio de um ou dois fatores apenas, quando deveriam ser considerados os papéis das ideologias de cada Região e uma grande variedade de fatores que explicam o desenvolvimento das sociedades e civilizações, porém mostrou que o ser humano é um produto social e tende a reproduzir seus próprios modelos.

Assim, quanto mais empreendedores uma sociedade tiver, e maior for o valor dado a eles, maior será a quantidade de jovens que tenderão a imitá-los, inculcando na cultura da sociedade o espírito e as características peculiares do empreendedor.

Acredita-se que a maior contribuição da obra de Mc Clelland é a constatação da capacidade empreendedora de jovens, escopo deste estudo, que pode ser desenvolvida nos meandros educacionais. (MINTZBERG, 2001; SILVA, 2003; McCLELLAND, 2006).

Conforme McClelland (2006) observou em seus estudos, os indivíduos com maior necessidade de realização são mais propensos a empreender, e o desenvolvimento das competências críticas necessárias para o sucesso empresarial pode dar-se espontaneamente, fato observado em indivíduos que obtiveram o sucesso sem ter participado de nenhum programa formal de capacitação.

O autor notadamente percebeu que essas competências podem ser estimuladas e desenvolvidas com programas específicos, obtendo-se, com os indivíduos, o mesmo sucesso daqueles que o alcançaram de forma inata. Dessa forma, dedicou-se ao entendimento dessas competências, batizadas de características do comportamento empreendedor (MINTZBERG, 2001; McCLELLAND, 2006).

McClelland (2006) estudou as características do comportamento empreendedor definindo-as em dez, a partir de um estudo feito em 1987. Ele publicou a evolução das pesquisas que desenvolveu frente à consultoria McBer & Company, com auxílio da US Agency for International Development.

Nesse projeto, pesquisou a fundo, em três diferentes países, as características pessoais que os empreendedores de sucesso demonstravam ter. Para a consecução de seu trabalho desenvolveu medidas de mensuração para testar as diversas características dos empreendedores, tendo como ponto de partida a teoria das necessidades, desenvolvida nos anos anteriores, referente à necessidade de realização, de poder e de afiliação.

Na análise da obra de McClelland, Fillion (1999) apresenta um estudo do sistema de valoração como referência básica para explicar o comportamento empreendedor, partindo do escopo que na história da humanidade as sociedades procuraram seguir os modelos de seus heróis. A capacidade empreendedora poderia, portanto, ser tomada como um modelo de sucesso a ser seguido e instrumentalizado dentro do âmbito acadêmico e organizacional.

O autor ressalta que a análise das características empreendedoras não é uma tarefa muito fácil: é preciso examinar com acurácia as atividades, as características, os efeitos sociais e econômicos, e os métodos de suporte usados para facilitar a expressão da atividade empreendedora.

Ainda de acordo com Fillion (1999), entre as características psicológicas que devem ser analisadas na construção de um teste psicológico estão: características comportamentais de empreendedores; características econômicas e demográficas de pequenos negócios; empreendedorismo e pequenos negócios em países em desenvolvimento; características gerenciais dos empreendedores; processo empreendedor; oportunidades de negócio; desenvolvimento de negócios; capital de risco e financiamento de pequenos negócios; gerenciamento de negócios, recuperação e aquisição; firmas de alta tecnologia; estratégia e crescimento da empresa empreendedora; alianças estratégicas; empreendedorismo em

corporações ou intraempreendedorismo; empresas familiares; autoemprego; incubadoras e sistema de apoio ao empreendedorismo; sistema de redes; fatores influenciando criação e desenvolvimento de novos; empreendimentos; políticas governamentais e criação de novos empreendimentos; mulheres, minorias, grupos étnicos e empreendedorismo; educação empreendedora; pesquisa empreendedora e estudos culturais comparativos.

1.2.2 Configuração do problema

O problema da pesquisa tem a seguinte configuração:

- **Campo da pesquisa:** empreendedorismo; **Tema:** características comportamentais do empreendedor; **Tópico:** orientação empreendedora; **Problema:** é possível diagnosticar a capacidade empreendedora dos jovens por meio de uma escala?

1.3 Objetivos da Pesquisa

1.3.1 Objetivo geral

O objetivo geral da pesquisa é diagnosticar a capacidade empreendedora dos jovens universitários e micro/pequenos/médios empresários por meio de uma Escala *Likert* de cinco pontos. Para alcançar esse objetivo são considerados os objetivos específicos seguintes.

1.3.2. Objetivos específicos

- Aplicar um questionário com 44 proposições no formato da Escala *Likert* de Cinco Pontos, com intuito de diagnosticar a capacidade empreendedora de jovens universitários do primeiro ano do curso de Administração e do 1º ano do curso de Pedagogia da Faculdade de Paulínia, e de jovens, micro, pequenos e médios empresários do ramo comercial da cidade de Paulínia/SP.
- Analisar as características do perfil e do comportamento empreendedor apresentadas por esses jovens.

- Fazer uma correlação entre as três amostras do ramo comercial de Paulínia-SP.: Administração/Pedagogia/Micro, Pequenos e Médios Empreendedores.

1.4 Questões a responder

Este estudo foi desenvolvido com intuito de responder às seguintes perguntas:

- o perfil dos jovens universitários do primeiro ano do curso de administração e pedagogia, e de micro, pequenos e médios empreendedores, pode ser mensurado por meio de uma Escala de Cinco Pontos no formato *Likert*?
- nesse sentido, como pode ser empregada essa Escala para mensurar a capacidade dos jovens empreendedores do curso de Administração, Pedagogia e dos jovens micro, pequenos e médios empreendedores do comércio?
- quais as prováveis características comportamentais reveladas por meio dessa Escala?

1.5 Hipóteses a testar

A proposta deste estudo está centrada no desenvolvimento de uma pesquisa quantitativa que, de acordo Creswell (2010, p. 26), “é um meio para testar teorias objetivas, examinando a relação entre variáveis”. De acordo com o autor:

Os pesquisadores que se engajam nessa forma de investigação têm suposição a respeito da testagem dedutiva de teorias, sobre a criação de proteção contra vieses, sobre o controle de explicações alternativas e sobre sua capacidade para generalizar e para replicar ao achados.

Creswell (2010) menciona, também, que as questões da pesquisa quantitativa investigam as relações entre as variáveis que o investigador procura conhecer, e que as hipóteses quantitativas, por outro lado, são previsões feitas pelo pesquisador quanto às relações esperadas entre as variáveis.

Este estudo parte das seguintes hipóteses:

- **Hipótese Ha:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, apresentam a mesma frequência de respostas significativamente mais do que os elementos da Amostra 2, alunos do primeiro ano do curso de Pedagogia, ao questionário como um todo.
- **Hipótese Hb:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, apresentam a mesma frequência de respostas tanto quanto os elementos da Amostra 3, micro, pequenos e médios empresários do ramo comercial, ao questionário como um todo.
- **Hipótese Hc:** os elementos da Amostra 2, alunos do primeiro ano do curso de Pedagogia, apresentam a mesma frequência de respostas significativamente menos do que os elementos da Amostra 3, micro, pequenos e médios empresários do ramo comercial, ao questionário como um todo.
- **Hipótese Hd:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, no que se refere ao fator Realização, apresentam a mesma frequência de respostas significativamente mais nos itens referentes à Autoconfiança.
- **Hipótese He:** Os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, no que se refere ao fator Planejamento e Resolução de Problemas apresentam a mesma frequência de respostas significativamente mais nos itens referentes à Busca de Informação.
- **Hipótese Hf:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, no que se refere ao fator Influência aderem significativamente mais nos itens referentes à Persuasão e Redes de Contato.
- **Hipótese Hg:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, no que se refere ao fator BOI- Busca de Oportunidade, apresentam a mesma frequência de respostas no que se refere à Iniciativa significativamente maior do que os elementos da Amostra 2, alunos do primeiro ano do curso de

Pedagogia, no que se refere ao item 'Eu sempre persisto frente a uma tarefa complicada', da proposição quatro.

- **Hipótese Hh:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, no que se refere ao fator PE- Persistência, apresentam a mesma frequência de respostas significativamente maior do que os elementos da Amostra 2, alunos do primeiro ano do curso de pedagogia, no que se refere ao item 'Para completar uma tarefa eu ultrapasso os meus limites, me sacrificando, caso seja necessário', da proposição nove.
- **Hipótese Hi:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, no que se refere ao fator A-Autoconfiança, apresentam a mesma frequência de respostas significativamente maior do que os elementos da Amostra 2, alunos do primeiro ano do curso de Pedagogia, no que se refere ao item 'Eu sou confiante em minha capacidade de realizar uma tarefa difícil', da proposição 17.
- **Hipótese Hj:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, no que se refere ao fator BI-Busca de Informação, apresentam a mesma frequência de respostas significativamente maior do que os elementos da Amostra 2, alunos do primeiro ano do curso de Pedagogia, no que se refere ao item 'Eu quando recebo uma correspondência em casa, que não seja minha, procuro ver com os moradores da minha rua se conhecem a pessoa de quem é a correspondência', da proposição 27.
- **Hipótese Hk:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, no que se refere ao fator EM- Estabelecimento de Metas, apresentam a mesma frequência de respostas significativamente maior do que os elementos da Amostra 2, alunos do primeiro ano do curso de Pedagogia, no que se refere ao item 'Eu sou capaz de ficar em casa se o tempo não tiver bom, do que viajar para o lugar de meus sonhos', da proposição 28.
- **Hipótese Hl:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, no que se refere ao fator PMS-Planejamento e Monitoramento

Sistemático, apresentam a mesma frequência de respostas significativamente menor do que os elementos da Amostra 2, alunos do primeiro ano do curso de Pedagogia, no que se refere ao item 'Eu costumo fazer compras se estiver deprimido para me sentir melhor', da proposição 38.

- **Hipótese Hm:** os elementos da Amostra 1, alunos do primeiro ano do curso de Administração, no que se refere ao fator apresentam a mesma frequência de respostas significativamente maior do que os elementos da Amostra 2, alunos do primeiro ano do curso de pedagogia, no que se refere ao item 'Eu costumo colaborar com meus amigos se for preciso alcançar um objetivo', da proposição 43.

1.6 Metodologia

1.6.1 Instrumentos de coleta

Primeiramente é preciso conceituar metodologia científica, que segundo Abbagnano (1999, p. 669) é:

[...] o estudo sistemático e lógico dos métodos empregados nas ciências, seus fundamentos, sua validade e sua relação com as teorias científicas. Em geral, o método científico compreende basicamente um conjunto de dados iniciais e um sistema de operações ordenadas adequado para a formulação de conclusões, de acordo com certos objetivos predeterminados.

Consiste no processo racional para chegar a determinado fim. É o processo racional para chegar ao conhecimento ou demonstração da verdade (ABBAGNANO, 1999). A palavra método significa etimologicamente 'caminho para...', isto é, caminho que leva a um ponto determinado.

Convencionalmente, método significa conjunto de passos sistemáticos que levam a um objetivo, determinado com antecipação. Visto que o método está ligado a um objeto que se quer conhecer, alcançar ou transformar, todo método implica em um objeto sobre o qual o método se exerce, e uma teoria de conhecimento que orienta esse método (TEIXEIRA, 1998 *apud* ABBAGNANO, 1999). O método pode ser indutivo, dedutivo, científico ou de observação.

A metodologia é apresentada como o estudo dos métodos, da forma ou dos instrumentos usados para a realização de uma pesquisa científica; é o conhecimento dos métodos que auxiliam o pesquisador na elaboração do trabalho científico. Na descrição da metodologia, é necessário que fique estabelecido como a pesquisa será desenvolvida (SEVERINO, 1996).

Trata-se de explicitar aqui se se trata de pesquisa empírica, com trabalho de campo ou de laboratório, de pesquisa teórica ou de pesquisa histórica ou se de um trabalho que combinará, e até que ponto, as várias formas de pesquisa. Diretamente relacionados com o tipo de pesquisa serão os métodos e técnicas a serem adotados (SEVERINO, 1996, p. 130).

Na literatura são encontrados diversos tipos de classificação para as abordagens metodológicas: abordagens empírico-positivistas, a fenomenologia e a crítico-dialética. Cabe ao pesquisador escolher a que melhor se aplica à situação ou ao problema que está sendo objeto da investigação (SEVERINO, 1996).

Os instrumentos didáticos servem de coleta de dados indispensáveis para a compreensão do estudo. A escolha desses instrumentos e sua utilização devem ser bem elaborados e bem dimensionados para que o resultado esperado seja alcançado, pois ao serem bem selecionados esses instrumentos, o pesquisador consegue definir as regras, a validade, a confiabilidade e a precisão (ABBAGNANO, 1999).

“A Metodologia classifica-se segundo as fontes de informação” (DEMO, 2000, p. 20). Dessa forma, a pesquisa bibliográfica ou Pesquisa Teórica pode ser dividida em três tipos distintos: revisão narrativa ou tradicional; revisão sistemática; e revisão integrativa.

Na primeira parte deste estudo utilizou-se a pesquisa bibliográfica de narrativa ou tradicional, pelo fato de essa pesquisa poder se constituir uma etapa inicial de um processo de pesquisa seja qual for o problema em questão, com o objetivo de obter um conhecimento prévio da situação em que se encontra um assunto na literatura da área.

É indispensável, portanto, a sua realização antes de iniciar qualquer estudo, para não correr o risco de estudar um tema que já foi amplamente pesquisado, e também para ter conhecimento dos principais autores que estudam o tema e saber qual é a situação do referencial teórico na área. Ela é considerada uma estratégia necessária para a realização de qualquer pesquisa científica (DEMO, 2000).

Em seguida utilizou-se a metodologia de estudo de caso. Essa estratégia é adotada por diversas áreas de conhecimento. Na concepção de Gil (2008), o estudo de caso é muito utilizado como estratégia de pesquisa quando: a) se colocam questões do tipo ‘como’ e ‘por que; b) o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos; e c) o foco se encontra em fenômenos inseridos em algum contexto da vida real.

Os estudos de casos adotam um enfoque indutivo no processo de coleta e análise de dados. Os pesquisadores tentam obter suas informações a partir das percepções dos autores locais, colocando em suspenso suas pré-concepções em relação ao tema que está sendo estudado.

As técnicas de pesquisa e coleta de dados podem ser por observação, entrevistas ou questionário.

Formas de construção de uma escala de Likert, segundo Lima (2000):

- 1) elaboração de uma lista de frases que manifestem opiniões radicais, claramente positivas ou negativas, em relação à atitude do que se está estudando, tendo o cuidado de cobrir as diferentes vertentes que se relacionam com o assunto.
- 2) para validar a escala usa-se uma amostra em que se pretende aplicar a escala de atitude. Solicita-se aos sujeitos que manifestem o seu grau de concordância com cada uma das frases numa escala de 1,2,3,4,e 5 pontos¹.

O estudo que se faz desses resultados conduz à eliminação de itens. Começa-se por eliminar os itens que não apresentam distribuição aproximadamente normal, o que conduz também à eliminação dos itens que não discriminam a opinião. Posteriormente, eliminam-se os itens que não estão relacionados com a atitude, o que na prática consiste em eliminar os itens que não garantem boa consistência interna da escala.

O processo de escolha dos itens envolve o cálculo de um coeficiente de correlação item-teste. Obtêm-se tantos coeficientes de correlação quantos os itens e sempre que o seu valor for próximo de zero elimina-se o item.

¹ Likert preconizava uma escala de 5 pontos, mas actualmente, na mais diversa bibliografia preconiza-se a utilização de escalas de 3, 4, 7 ou 11 pontos, alegando a falta de poder discriminatório de cada sujeito quando a escala tem muitas possibilidades de resposta, ou inversamente, alegando que só com muitos pontos a escala se assemelha ao *continuum* da nossa opinião, ou traduzindo os resultados de diversas experiências que demonstram que há tendência para se responder na classe central devendo por isso evitá-la, etcLIKERT,Rensis,p.37.

O conjunto final de itens deve ser sempre analisado para perceber se as diferentes vertentes da atitude que se queria avaliar continuam presentes. A escala só está pronta para ser aplicada quando está garantida a objetividade, a fidelidade, a validade e a sua consistência.

1.6.2 População e amostras

A população é constituída por jovens entre 17 a 29 anos, alunos universitários do ensino superior privado, e também por micro, pequenos e médios empresários do comércio da cidade de Paulínia, Estado de São Paulo. Foram constituídas três amostras:

- Amostra 1: 30 alunos do primeiro ano do curso de Administração;
- Amostra 2: 30 alunos do primeiro ano do curso de Pedagogia; e
- Amostra 3: 30 micro e pequenos e médios empresários do ramo comercial.

As amostras foram constituídas por conveniência, e foram considerados os elementos que primeiro as completam. Em um primeiro momento, para a validação do questionário, foram colhidas 223 amostras, com 61 universitários de Administração; 62 universitários de Pedagogia; e 100 micro, pequenos e médios empreendedores.

1.7 Aplicabilidade e utilidade da Pesquisa

O perfil empreendedor vem ganhando espaço no ambiente competitivo como um diferencial de conquista profissional e de resultados empresariais, funcionando como fonte para o sucesso empresarial na abertura de novos empregos e um caminho para o desenvolvimento.

A pesquisa ajudará na compreensão de como mensurar a capacidade empreendedora dos jovens. As informações podem ser utilizadas por gerenciadores, para desenvolver estratégias e a capacidade em sua força de trabalho. Isso irá proporcionar maior segurança aos jovens que desejam abrir uma empresa micro, pequena ou média, e servirá para avaliar se o jovem tem perfil para ser um empreendedor de sucesso antes de investir seu capital.

Os principais beneficiados e clientes deste estudo são os indivíduos pesquisados nos testes de avaliação *Likert* em uma escola de administração, para promover sua hipotética capacitação empreendedora.

A pesquisa científica permite ao pesquisador despertar a vocação e desenvolver um espírito ético e profissional, não somente buscar conhecimento, mas saber usá-lo, principalmente em detrimento da sociedade, a começar pelo próprio programa.

A pesquisa é, antes de tudo (DEMO,1999), um processo mobilizado para e pela emancipação do homem como agente histórico, e por isso mesmo é considerada um princípio científico e educativo que se desdobra para além de conhecimentos definitivos, assumindo uma postura de busca constante em que o conhecimento não é um fim em si mesmo e nem tem caráter dogmático: é inacabado, aproximado.

Este estudo é relevante, pois mostra como a escala pode ser aplicada para mensurar a capacidade empreendedora de jovens. A eficácia da aplicação será esposada neste estudo. Ressalta-se que esse pode ser um instrumento a ser utilizado por gerenciadores na hora da tomada de decisão, na contratação de um colaborador. Proporciona segurança ao jovem que deseja ser um micro, pequeno, ou médio empreendedor antes de investir o seu capital. O período da aplicabilidade da pesquisa, por meio de questionário, compreendeu os meses de março a maio de 2013.

A amostra metodológica, pertinente à lista, envolveu: a) 30 jovens micro, pequenos e médios empreendedores da cidade de Paulínia, do ramo comercial, e foi obtida na Associação da Indústria e Comércio de Paulínia; b) 30 alunos do primeiro ano do curso de Administração; e c) 30 jovens do primeiro ano do curso de Pedagogia da Faculdade de Paulínia/SP.

1.9 Contribuição Científica da Pesquisa

Este estudo pretende mostrar como a aplicação de uma Escala *Likert* de cinco pontos pode contribuir na mensuração da capacidade empreendedora dos jovens. A eficácia da aplicação dessa escala poderá ajudar os gerenciadores no recrutamento de jovens com capacidade empreendedora.

1.10 Limitações da Pesquisa

Esta pesquisa foi realizada com uma amostra de 90 entrevistados. A escala avaliou a capacidade empreendedora de 30 alunos do primeiro ano curso de Administração; 30 do primeiro ano do curso de Pedagogia, da Faculdade de Paulínia/SP, e 30 micro, pequenos e médios empresários do ramo comercial da cidade de Paulínia/SP. Outra limitação foi o tempo de três meses para a aplicação dos questionários.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Nesta seção se apresentam o conceito de empreendedor e as características comportamentais empreendedoras, a orientação empreendedora e as escalas comportamentais.

2.1. Empreendedorismo

Na Oficina do Empreendedor, seminário realizado no período de 20 a 22 de agosto de 2001, em Curitiba, Dolabela (2001), afirmou que em estudo recente sobre empreendedorismo encontrou na literatura mais de cem conceituações relativas ao empreendedor. Em sua fala, Dolabela recorreu às definições de Timmons e Fillion, para depois apresentar a sua própria.

Para Timmons (2004, p 41) “O empreendedor é alguém capaz de identificar, agarrar e aproveitar oportunidade, buscando e gerenciando recursos para transformar a oportunidade em negócio de sucesso”. De acordo com Fillion (1999, p134), “o empreendedor imagina, desenvolve e realiza visões”. Já para Dolabela (2001, p97.), empreendedor é alguém que sonha e tenta transformar o seu sonho em realidade.

O empreendedor é, por natureza, um ser que sonha acordado e que, com isso, concebe como transformar uma ideia em uma realidade lucrativa. Resumidamente, o empreendedor é alguém que sabe combinar visão mais ação. Para Amit (2003), os empreendedores são indivíduos que identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção) para extrair os maiores benefícios de suas inovações.

Bringuenti *et al.* (1999, p. 207), apoiados na mesma linha de pensamento de Amit (2003), propõem a descrição genérica de empreendedor como “aqueles que perseguem o benefício, trabalham individual ou coletivamente e podem ser definidos como indivíduos que inovam e obtêm resultados de suas inovações em um meio incerto”.

O conceito de empreendedorismo, apesar de ter se popularizado e se tornado conhecido desde sua importação da língua inglesa, teve sua origem na palavra francesa

entrepreneur, usada no século XII para denominar aquele indivíduo que incentivava brigas. (VÉRIN, 2001 *apud* FILION, 1999).

De acordo com Hashimoto (2010, p. 1):

A aparição do termo empreendedorismo foi registrada por Richard Cantillon (1755), para exprimir a receptividade ao risco de comprar algo por um determinado preço e vendê-lo em uma condição de incerteza. Anos depois, Jean Baptiste Say (1803) ampliou esta definição, relacionando a figura do empreendedor àquele que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento, convencendo-se que quem abre seu próprio negócio é um empreendedor.

Segundo Filion (1999), a palavra empreendedor² tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. Para Dornelas (2001), o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem; antecipa-se aos fatos e tem uma visão futura da organização.

De acordo com Chiavenato (2006), o empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente.

As definições abordadas referentes ao empreendedor denotam que os estudiosos traçam uma distinção entre o indivíduo empreendedor e as demais pessoas comuns no que se refere à forma de detectar e resolver problemas, determinar as mudanças e trabalhar, incansavelmente, com as oportunidades, tendo a consciência de estar diante de situações de conflito, disposto a alcançar seus objetivos, vitórias e conquistas nos empreendimentos.

A análise dos tipos de empreendedores, conforme Dornelas (2001) e Chiavenato (2006), aponta aquele indivíduo que têm o desejo interior de ser um empreendedor, e que o é por iniciativa própria, por opção. Esse tipo de empreendedor é primordialmente motivado a satisfazer uma necessidade pessoal de realização, geralmente pela criação de novos produtos e serviços que tenham significado para ele, assim como para o mercado.

Em outras palavras, o que dirige ou motiva esse empreendedor é uma profunda necessidade pessoal de realização. Essa necessidade está, geralmente, associada a uma visão bastante específica daquilo que quer. Ele está preocupado, principalmente, com o estabelecimento de metas para si mesmo e como atingi-las.

² *entrepreneur*

O empreendedor quer conseguir realizações únicas e encontrar novas maneiras de fazer as coisas. Tende a ter metas de longo prazo, em cuja direção trabalha de forma sistemática. Essa necessidade de realizar o leva a procurar deixar sua marca, fazendo coisas que nunca haviam sido feitas anteriormente. (DORNELAS, 2011; CHIAVENATO, 2006).

Filion (1999) o denomina empreendedor voluntário, e Dolabela (2000) o define como alguém que tem motivação para empreender, como já visto. Já o empreendedor enquanto herdeiro traz em si a responsabilidade de dar continuidade ao andamento das atividades da empresa. Visa reunir esforços no compromisso com o crescimento e também gerar impacto positivo na avaliação de sua empreendedoría.

Há o consenso entre crescer, justificar e manter a empresa, valores peculiares ao empreendedor mais naquele que recebeu seu jugo por imposição, resultado de conveniências. Sobressair pode ser mais do que uma missão, por certo uma questão de honra perante aqueles que lhe passaram e depositaram toda confiança – presente e futura. Ser descendente de grupos empresariais de grandes ou pequenas posses não significa, automaticamente, ser um empreendedor. O indivíduo passa a ser verdadeiramente empreendedor quando na sua essência demonstra o espírito do qual a função exige (CHIAVENATO, 2006).

Acredita-se que o primeiro impulso para introduzir o empreendedor herdeiro na função empreendedora é abrir e oferecer espaços extremamente amplos. Proporcionar condições de desenvolver o seu potencial, ratificando todos os aspectos demonstrados a respeito do seu compromisso e poder individual ou grupal, numa unidade específica.

O herdeiro deve quebrar o autoritarismo e conscientizar-se quanto ao seguimento de uma instituição, constituída por familiares vindos de uma geração de pulso forte, à qual necessita dar continuidade e manter a memória administrativa e progressiva de seus antecedentes para os seus descendentes (CHIAVENATO, 2006).

As palavras acima deduzem o comportamento do empreendedor enquanto herdeiro, do seu modo de proceder ao assumir com certeza a ordem de comando. Crê-se que as dificuldades podem ser suavizadas, partindo-se da premissa de que, com apoio e oportunidade de expandir seu potencial, deterá condições de seguir, ou não, o modelo preconizado pelos antecessores, e aproveitar ainda mais as influências que foram plantadas no decorrer dos tempos.

Há, também, empreendedores que acumularam conhecimento ao longo do tempo, mas que, por sua vez, trabalharam e aplicaram todo o seu potencial na construção de corporações patrimoniais de terceiros, e que, de uma hora para outra, se veem, por contingências alheias à sua vontade, como um fracasso econômico.

Isso por consequência de fatores externos, ou fechamento de alguma corporação, esses indivíduos são obrigados a empreenderem seu próprio negócio. Geralmente figuram como mentores do projeto de criação de grupos ou empresas. Acredita-se que esse empreendedor nem sempre está satisfazendo aspirações individuais (CHIAVENATO, 2006).

Esse tipo aparente ser empreendedor por acaso, decorrente de momentos e oportunidades que lhe empurraram para um novo ramo, mas não é o termo e nem o motivo que o levaram a ser empreendedor que irão definir o seu conteúdo e a sua potencialidade (CHIAVENATO, 2006).

Os empreendedores fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. De acordo com Pereira (2001), as habilidades requeridas de um empreendedor podem ser encontradas em diversas áreas, como as técnicas, gerenciais e de características pessoais.

- **Habilidades Técnicas:** concentram-se no saber escrever, saber ouvir as pessoas; captar informações; capacidade oratória; organização; liderança; trabalho em equipe; e conhecimento técnico na sua área de atuação.
- **Habilidades Gerenciais:** incluem *marketing*, administração, finanças, operação, produção, tomada de decisão, controle das ações da empresa e boa negociação.
- **Características Pessoais:** envolvem disciplina, capacidade de correr riscos, inovação, orientação a mudanças, persistência, e liderança visionária.

Segundo Chiavenato (2006), constantemente muitas pessoas, com espírito empreendedor, abrem novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações.

Um empreendedor é o indivíduo que imagina, desenvolve e realiza visões. A visão dos empreendedores tem três categorias:

- a) **visão emergente:** formada por indivíduos em torno de ideias de produtos e serviços que imagina poder ser desenvolvidos e que dão origem a uma visão central;
- b) **visão central:** é a que o empreendedor efetivamente trabalha;
- c) **visões complementares:** são enxertadas à medida que se desdobra a visão central (FILION, 1999).

O autor identifica alguns elementos que funcionam como suporte à formação da visão, como o conceito de si, energia, liderança, compreensão de um setor e relações. De um modo característico, o empreendedor considera necessárias novas mudanças, a partir do fortalecimento das habilidades e competências que podem influenciar suas funções para a realização de um projeto.

O avanço tecnológico, a sofisticação dos serviços e a competição na economia têm exigido mais pessoas que tenham espírito empreendedor, que eliminem barreiras comerciais e culturais, gerando riquezas para a sociedade. Para Drucker (1987), os empreendedores³ são inovadores.

Na mesma linha de pensamento, Fillion (1999) acredita que poderá surgir uma nova ciência, a empreendedorologia, quando forem separadas as pesquisas teóricas das aplicadas, dando origem, a uma teoria mais completa, advinda dos estudos de empreendedorologistas atuando em várias disciplinas, em vários setores científicos.

De acordo com Dornelas (2001), para ter sucesso o empreendedor precisa assumir riscos, e para implantar um novo negócio passa por algumas fases. São elas:

- **1ª inovação:** o momento em que toma a decisão de tornar-se empreendedor. Pode ocorrer aparentemente por acaso, com uma ideia;
- **2ª assumir** riscos: o empreendedor identifica, avalia e assume riscos para transformar sua ideia numa oportunidade;
- **3ª início do negócio:** iniciam-se as ações mercadológicas, busca de recursos, clientes, fornecedores e competidores; e
- **4ª crescimento:** o negócio já está atuante no mercado e possui fatores organizacionais, como estratégias, estrutura, cultura, equipes, sistemas de controle e outros, que favoreçam seu crescimento.

³ Drucker (2002) *apud* Milanese (2003) ensina que ser empreendedor é uma característica distinta, seja de um indivíduo ou de uma instituição, não é um traço de personalidade e qualquer indivíduo pode aprender a ser um empreendedor

McClelland (1961, *apud* DAVID, 2004, p.36), identificou dez principais comportamentos para as pessoas empreendedoras.

1. **Busca de oportunidade e iniciativa:** o empreendedor aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio novo, obter financiamentos, equipamentos, local de trabalho ou assistência.
2. **Persistência:** ‘O sucesso nos negócios depende de 10% de inspiração e 90% de transpiração’ é o lema para o trabalho dos empreendedores.
3. **Comprometimento:** assim como a persistência é a energia, o comprometimento é sacrifício e esforço pessoal para que os objetivos sejam alcançados.
4. **Qualidade e eficiência:** constantemente o empreendedor busca maneiras de realizar tarefas com maior rapidez, menor custo e maior qualidade, experimentando soluções melhores para problemas que muitas pessoas, com menor necessidade de realização, consideram resolvidos.
5. **Correr riscos calculados:** o empreendedor analisa as alternativas e calcula e gerencia os riscos cuidadosamente. Conhece profundamente o ambiente do negócio e por isso pode antever problemas e sucessos.
6. **Estabelecimento de metas objetivas:** as pessoas geralmente têm sonhos e alguns objetivos em curto prazo, na maioria das vezes, vagamente definidos. A tendência do empreendedor é definir os objetivos de longo prazo e estabelecer os de curto prazo que possibilitem reunir as condições necessárias para a realização de seus projetos mais amplos.
7. **Busca de informação:** com objetivos claros e definidos, a tendência do empreendedor é realizar uma cuidadosa busca das informações necessárias para fundamentar e possibilitar a elaboração de estratégias racionais, com boas chances de êxito.
8. **Planejamento e monitoramento sistemáticos:** sempre buscando informações e atualizando ativamente fontes de realimentação, que lhe permitam avaliar criticamente as consequências das próprias ações, o empreendedor tem os elementos necessários para a formulação de estratégias que lhe possibilitem alcançar os resultados almejados.

9. **Persuasão e redes de contatos:** poder é a capacidade de conseguir que se façam as coisas como e quando se quer, de moldar mudanças no mundo e de conseguir cooperação e ação. Os empreendedores são otimistas e criativos e, dessa forma, obtêm a confiança e o apoio das pessoas com as quais mantêm relações comerciais.
- **Independência e autoconfiança:** além de independentes, os empreendedores de sucesso são pessoas autoconfiantes, que aceitam correr riscos e assumem responsabilidade pessoal por sucesso ou fracasso.

Ao analisar as habilidades necessárias ao empreendedor, verifica-se que quanto maior o nível de conhecimento e habilidades específicas, maior é a sua autoconfiança, ajudando a organizar um clima seguro com crença no êxito futuro. Ao empreendedor cabe a missão de desenvolver a sua tarefa com as características que a mesma exige, e é necessário ainda reunir, além de conhecimento, muita qualidade de ação e habilidades. (LONGEN, 1997).

A ação gerencial é uma expressão individual de autonomia, de reflexão e segurança, de conhecimento de si próprio e de seu papel na organização em que trabalha. Além do mais, a ação reflete o comprometimento, a autodisciplina e a adaptabilidade pessoal (...) o aprendizado gerencial traz não só a perspectiva de novo conhecimentos, mas também procura levar o indivíduo a adquirir uma nova forma de pensar e agir administrativamente. Possibilita, ainda, participar e avaliar a sua própria vida ou carreira gerencial, ver, ouvir, ler e debater mais para pensar, julgar e agir melhor (MOTTA, 1998, p. 30).

A percepção do sucesso é de natureza individual. Entender como cada empreendedor o percebe fez com que Ray e Turpin (1988, *apud* LONGEN, 1997) desenvolvessem uma pesquisa, em 1988, com empresários de vários países. A pesquisa resultou em um conjunto de habilidades citadas por Longen (1997):

Habilidade de identificar e avaliar novas oportunidades com coerência: é a facilidade que o empreendedor tem de identificar oportunidades de novos produtos, novos serviços, novos mercados, nichos de mercado, novas tecnologias. É "ter faro". Para isso, o empreendedor não pode perder contato com o que o cerca, com o que está acontecendo.

Habilidade de valoração de oportunidades e pensamento criativo: o empreendedor necessita saber avaliar e distinguir uma oportunidade real de uma falsa. Não basta enxergar o que os outros não enxergam. É necessário atribuir valor, monetário ou não, aquilo que se vê como uma oportunidade. Portanto, para o empreendedor ser bem-sucedido tem de pensar criativamente e fazer uma valoração das oportunidades que surgem.

Habilidade de comunicação persuasiva: para o empreendedor transformar sua ideia em realidade é necessário que saiba convencer as pessoas de que a sua ideia é

válida, de que o seu projeto é viável, e que vale a pena as pessoas investirem nele. Importante salientar que essa habilidade compreende tanto a comunicação oral, quanto a escrita.

Habilidade de negociação: enquanto seres humanos nós estamos negociando o tempo todo, o mesmo acontece com o empreendedor. A pergunta é: será que ele é um bom negociador? Há cursos de negociação e eles são válidos, mas não dá para achar que se vai sair de um curso desses e ser, como num passe de mágica, um bom negociador, como em qualquer outra habilidade, o treino, a experiência conta e conta muito.

Habilidade de aquisição de informações: devido a um ambiente instável e competitivo, é necessário que o empreendedor esteja atento às exigências do mercado e suficientemente informado para adotar as modificações que se fazem necessárias para enfrentar a nova realidade. Hoje em dia com o aumento no volume de informações que chegam até o empreendedor, é vital que ele faça a seleção das informações (e aí entra a importância de uma avaliação crítica que vimos anteriormente).

Habilidade de resolução de problemas: dependendo do empreendedor, o mesmo pode ter o estilo adaptador, ou seja, querer melhorar o que já existe ou, o estilo inovador, de revolucionar o implantado e gerar soluções mais radicais. O mais conveniente é o empreendedor ser inovador quando da definição de novos produtos, de novas tecnologias ou de novas formas de organização. Já com referência a questões que não dependem exclusivamente dele, como por exemplo o trato com fornecedores e clientes, o pagamento de impostos, etc., é mais conveniente, nesses casos, o empreendedor atuar como adaptador. (LONGEN, 1997, p. 27).

Da mesma forma, segundo Motta (1998), a formação e a aquisição de novas habilidades criam alternativas para o indivíduo em sua carreira, em sua vida de trabalho. Hoje, observando a sociedade, observa-se que se qualificam com muito mais rigorosidade os seus dirigentes, assim também acontece com as empresas no momento de escolher os seus empreendedores.

Filion (1999) e Dornelas (2001), citam que, entre outras características, o empreendedor deve ter:

- **Autocontrole:** precisa ter a capacidade de controlar ou redirecionar impulsos e estados de espírito perturbadores. Propensão a não julgar e a pensar antes de agir. Apresentar bem-estar na ambiguidade.
- **Autoconhecimento:** necessita desenvolver o autoconhecimento, a capacidade de reconhecer e compreender estados de espírito, emoções, impulsos, bem como o efeito desses aspectos sobre outras pessoas.
- **Inovação:** é preciso ser criativo para identificar novas e produtivas formas de desempenhar tarefas.

- **Valores:** o empreendedor prospera trabalhando longas horas e conduzindo seus empreendimentos dentro dos maiores padrões éticos e morais. Acredita no trabalho como participação e contribuição social.

De acordo com David (2004), o empreendedor e o administrador têm características diferentes, como se observa na tabela 1.

Tabela 1. As seis dimensões da Capacidade Empreendedora

Dimensão	Empreendedor	Administrador
Orientação estratégica	A orientação empreendedora enfatiza a oportunidade.	Tende a procurar as oportunidades onde estão os seus recursos.
Comprometimento com a oportunidade	Está disposto a agir em um horizonte de tempo muito breve e buscar uma oportunidade rapidamente.	Move-se lentamente.
Comprometimento dos recursos	Comprometimento de recursos em múltiplos estágios com um comprometimento mínimo em cada estágio.	Analisa cuidadosamente os recursos depois de tomada a decisão de agir.
Controle sobre recursos	O empreendedor é proficiente no uso de habilidades, talentos e ideias dos outros.	Aprende que há recursos que nunca se deve possuir ou empregar (recursos temporários).
Estrutura administrativa	A capacidade administrativa deve ser essencial para o empreendedor.	Emprega ferramentas distintas do empreendedor.
Filosofia de recompensas	As empresas empreendedoras tendem a basear a remuneração no desempenho.	Frequentemente relacionada à promoção para níveis hierárquicos de maior responsabilidade.

Fonte: David (2004, p.39)

Uma característica do perfil do empreendedor é a resiliência, que pode ser compreendida em cinco comportamentos, de acordo com Moeller (2002, p.45):

1. **Flexibilidade:** esses indivíduos têm boa consciência no que tange aos seus limites internos e externos devido ao fato de reconhecerem seus pontos fortes e fracos. São pessoas pacientes e que demonstram boa compreensão, o que auxilia na sua forma de encarar as mudanças.

2. **Foco:** possuem uma visão clara do que desejam alcançar. A visão que esses indivíduos possuem serve como um guia que é capaz de orientá-los durante a transição e mesmo quando ocorrem quebras significativas nas suas expectativas conseguem restabelecer os seus propósitos, sendo que sua visão serve como um sistema de orientação em busca de seus intuitos.

3. **Organização:** pessoas com alto grau de organização conseguem gerenciar diversas tarefas simultaneamente e, com sucesso, mesmo diante de situações de

estresse conseguem fazer com que não afetem outros projetos de sua vida. São humildes para solicitar ajuda quando necessário e seu empenho em grandes ações só se dá após bom planejamento. Conseguem gerenciar diversas tarefas e exigências de maneira simultânea, No que diz respeito a essa característica, são as pessoas que veem o mundo como algo dinâmico e apresentando grandes modificações tanto no presente quanto no futuro. Sabem que em muitas situações suas expectativas serão quebradas ao mesmo tempo em que acreditam que oportunidades existirão. Procuram olhar de frente aos acontecimentos e assim aproveitar o aprendizado resultante de determinada situação e acreditam na recompensa por assim encarar as mudanças. A sociedade é vista como dinâmica e sua maneira em olhar ao mundo é composta por muitas variáveis e apresentando sempre modificações.

Pró-ação: induzem as mudanças ao invés de evitá-las. Tais pessoas determinam quando uma mudança é inevitável, necessária e vantajosa, improvisam novas abordagens e buscam verificar de que maneira tal situação pode ser vantajosa.

No Brasil, as micro e pequenas empresas estão em pleno crescimento e expansão, no entanto para o empresário ser bem sucedido não basta apenas ter uma boa ideia para abrir um negócio: é necessário pesquisar o mercado, o perfil do consumidor, o local, o serviço a ser oferecido e o processo disponível no mercado.

Cabe salientar que esse estudo não precisa ser sofisticado, complexo, e com custos altíssimos. Na verdade, o importante é fazer um planejamento simples, que oriente o empreendedor na execução de seu empreendimento (DAVID, 2004). Além de resiliência e pró-atividade o empreendedor precisa planejar bem o seu negócio.

De acordo com Pereira (2001), alguns fatores fazem parte da personalidade empreendedora são eles : de acordo como quadro

Quadro1. Fatores da personalidade empreendedora

<i>Fatores da personalidade empreendedora</i>	
Os fatores individuais	Os fatores individuais diferem de uma para outra pessoa e refletem-se através das diversas formas de comportamentos que as pessoas apresentam, frente a diversas situações pessoais e profissionais, vivenciadas no decorrer de sua existência.
Personalidade	O processo de formação da personalidade não se origina na tentativa de firmar valores dos pais ou professores. Sob condições emocionais favoráveis, as energias das pessoas se concentram na realização de suas potencialidades. Cada ser cria um projeto para desenvolver suas potencialidades, dependendo do meio que encontra ao nascer, do autoconceito e dos objetivos traçados. O autoconceito se origina a partir das atitudes de aprovação e reprovação que a pessoa recebe e passa a ser o núcleo formador da sua personalidade. O autoconceito consiste em uma aceitação de si mesmo.
Planejamento e realização	As emoções acontecem constantemente e são fontes de energia, influência e informações. Todo sentimento é como um sinal de alerta. Isto significa que algo está sendo questionado ou que há uma oportunidade a ser aproveitada. Essa emoção atua como um despertador que chama a atenção para que ocorra uma atitude. A raiva, apesar de ser uma emoção considerada negativa, serve de combustível, que quando é sentida, leva a fazer algo. Muitas vezes leva a dizer, por impulso, coisas inconvenientes ou erradas. Esses toques de despertador servem como valiosas operações intuitivas. O autocontrole emocional depende da capacidade em dominar os sentimentos e superar a impulsividade em prol dos princípios pessoais. É

Liderança	<p>importante realizar uma pausa para dar oportunidade de captar o contexto situacional. Quando existe prazer na realização, ela passa a existir porque teve um sentimento de aceitação da responsabilidade.</p> <p>Líderes eficazes buscam os seus objetivos com respeito aos valores reais e humanos. Eles possuem valores comportamentais claros e definidos. Em suas ações buscam principalmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Agir de forma a racionalizar a inércia, com o objetivo centrado na ação. · Criar um ambiente propício para a ocorrência de inovações. · Dimensionar as oportunidades presentes, com comprometimento nos objetivos futuros. · Prosperar em um local de trabalho, sem limites e fronteiras, com o foco na obtenção de resultados, não se importando em receber todos os créditos. · Avaliar e desenvolver as potencialidades dos funcionários. · Pensar de forma positiva e sem receio dos desafios, escondidos em cada oportunidade de negócios rentáveis. · Controlar e acompanhar a execução dos objetivos propostos. · Aceitar os erros próprios e de outros, com tolerância e compreensão. · Comunicar-se com os subordinados, constantemente, com influência, estímulo e atenção. <p>A liderança é exercida através de exemplo. Segundo Robbins (1993), líderes são aqueles pessoas que vivem por convicções fortalecedoras e seguras, e ensinam os outros a explorar suas aptidões, mudando os conceitos a cerca de determinados assuntos.</p>
Motivação	<p>Os vencedores têm uma característica em comum. Para Beer (1994), eles sabem administrar bem o tempo, não ficam inventando desculpas sobre o tempo da realização de suas tarefas. Eles não encontram o tempo, eles fazem o tempo, através da atividade que executam, motivam-se e resolvem os problemas de acordo com a urgência e prioridade do momento.</p>
Valores	<p>O comportamento é constantemente afetado pela influência dos valores, que refletem nas ações das pessoas no momento em que elas procuram adaptar-se às normas, que determinam o que é permitido ou proibido. As normas dependem dos valores. Se uma sociedade tem como valor prioritariamente os bens materiais do que a vida humana, as normas nortearão este ponto de vista.</p>
Comunicação	<p>Para que uma solicitação obtenha bons resultados, é preciso que esteja inserida em um ambiente que favorece e desenvolve o poder. O contexto no qual a solicitação se efetiva, é um favor decisivo para o poder pessoal. Existem fatores que estabelecem um contexto favorável para a concretização da solicitação. A reciprocidade é um dos fatores que favorecem o sucesso da solicitação. Gentilezas, presentes, atenção, favores estabelecem uma relação baseada na camaradagem. Escassez é outro fator que permite o êxito da solicitação. Quando há troca de informações, a lei da escassez conta muito, principalmente se vier precedida de aviso de exclusividade e sigilo. A autoridade também contribui para que o recebimento da solicitação seja favorável. A pessoa que demonstra profissionalismo, conhecimento sobre o assunto, experiência e credibilidade desenvolve autoridade em seu ambiente profissional. A autoridade é alicerçada na confiança, que possui a base na competência, sinceridade e na história pregressa, que diz respeito a sua atuação anterior.</p>
Criatividade e inovação	<p>A inovação exige a renovação constante de hábitos e atitudes, envolvendo todos os membros componentes da organização. As empresas renovadoras possuem habilidades de sentir as oportunidades onde outras não sentem, vê-las, quando outras não veem, agem, enquanto outras hesitam.</p> <p>Elas são estrategistas, principalmente porque suspeitam de previsões, veem de forma favorável as surpresas e oportunidades e dão valor à criatividade nas ações de todos os membros.</p>
Habilidade de delegar tarefas	<p>O autoritarismo tem eficácia reduzida e limitada. O indivíduo autoritário busca o poder para a sua realização pessoal, diferentemente de algumas pessoas que buscam no poder uma forma de resolver os problemas. A pessoa autoritária utiliza-se de</p>

	<p>manobras para adquirir o poder e depois que conseguem o objetivo, gostam de expor sua importância, proibem tudo e possuem dificuldades de permitir a realização de tarefas que não têm conhecimento ou controle.</p> <p>As empresas que possuem hierarquia democrática se desenvolvem com liberdade de expressão e os empreendedores que acompanham as inovações, fazem uso da delegação de tarefas.</p>
--	---

Fonte: Pereira (2001, p. 78)

Quadro 2. Características Empreendedoras

<i>Necessidade</i>	<i>Meio para obter a Satisfação</i>
Realização	Competir como forma de autoavaliação
Afiliação	Relacionar-se cordial e afetuosamente
Poder	Exercer influência

Fonte: McClelland (1987, p.225)

Quadro3. Características dos empreendedores de sucesso

<i>Grupos de Competências</i>
<p>Principais características dos empreendedores de sucesso frente à média de empreendedores comuns</p> <p>Iniciativa – fazer as coisas antes de ser perguntado ou forçado pelas circunstâncias.</p> <p>Proatividade</p> <p>Assertividade – confrontar diretamente os problemas com os demais. Orientar os demais sobre o que devem fazer.</p> <p>Observa e aproveita oportunidades – observa oportunidades para começar um novo negócio, obter financiamentos ou assistência.</p> <p>Eficiência – busca por formas de realizar as tarefas de modo mais rápido e mais barato.</p> <p>Preocupação com a qualidade – deseja produzir produtos ou serviços com alta qualidade.</p> <p>Planejamento sistemático – subdivide uma tarefa grande em subtarefas, antecipa problemas e avalia alternativas de soluções.</p> <p>Orientação para realização</p> <p>Monitoramento – desenvolve e usa procedimentos para garantir que o trabalho será realizado nos padrões de qualidade propostos.</p> <p>Compromisso com os contratos firmados – faz um sacrifício pessoal ou despense um esforço extraordinário para completar uma tarefa.</p> <p>Compromisso auxiliar com os demais Reconhece a importância das relações nos negócios – age para construir relacionamentos empáticos com clientes visando o relacionamento interpessoal como uma fonte de negócios, construindo relacionamentos de longo-prazo ao invés de ganhos de curto-prazo.</p>

Fonte: McClelland (1987, p. 225).

2.2 Valores de empreendedor/ Individuais e Organizacionais

Esta seção traz uma análise dos valores do empreendedor e os valores da organização, verificando como esses valores influenciam no comportamento empreendedor.

2.2.1 Valores

Os valores caracterizam a visão de mundo das pessoas, tendo íntima relação com o seu comportamento. Eles influenciam no modo de ser das pessoas, em suas relações com o meio.

É com base em seus valores que os empreendedores tomam decisões relativas a sua empresa, mesmo que as vezes inconscientemente São os valores que definem o que o empreendedor vai fazer tanto em termos pessoais, quanto profissionais, empresarias e sociais.

Citam-se a seguir os valores classificados por Empinotti (1994), que serão melhor referenciados mais adiante, neste estudo:

Valores existenciais: relativos a todos os aspectos, dimensões e níveis referentes à vida, como: saúde, lazer, alimentação, entre outros. O empreendedor pode ter na empresa sua fonte de recursos financeiros e, portanto, o acesso ao padrão de vida que almeja.

Valores estéticos: são valores relacionados à sensibilidade, ao sensorial, à arte em todas as suas formas e expressões. Os valores estéticos do empreendedor irão se refletir na empresa em termos de ordem, de limpeza, do visual do ambiente de trabalho, da organização, etc.

Valores intelectuais: o cultivo e o aprimoramento dos valores que dizem respeito ao intelecto vêm a ser de vital importância para melhor se processar a leitura da realidade. Os valores intelectuais do empreendedor podem influenciar, entre outras coisas, a imprimir o ritmo de inovação tecnológica da empresa, a definir a postura da empresa perante a sociedade.

Valores morais: estão relacionados à doutrina, princípios e normas, padrões orientadores do agir humano. São os valores éticos que dão o tom com o qual o empreendedor e sua empresa se relacionam com a sociedade, como, por exemplo, se a empresa vai observar os preceitos morais, éticos e legais da sociedade onde atua.

Valores religiosos: referem-se à religiosidade, enquanto forma de significado da finitude e precariedade do homem. Através desses valores o empreendedor pode vir a se posicionar no mundo, enquanto pessoa humana em seu relacionamento com um Ser Superior e com os seus iguais (EMPINOTTI, 1994, p. 57. Grifos nossos).

Segundo o autor, é importante que o empreendedor de sucesso esteja atento a alguns aspectos de comportamento que podem comprometê-lo e, conseqüentemente, desviá-lo de seu objetivo principal que é o sucesso. Esses aspectos estão intimamente ligados ao excesso

de confiança em si mesmo, sobrepujando-se aos demais, resultando em ações não pertinentes com seu objetivo.

Pode-se concluir que a formação e o treinamento empreendedor constituem oportunidade de desenvolvimento pessoal. Revertem ao indivíduo uma nova visão de si próprio, de sua carreira, de seu futuro e de sua organização. Inclusive, as tendências revelam que a formação empreendedora conduz à aquisição de novas habilidades, cria alternativas, reforça o poder, a liderança, e o reconhecimento dos que já são empreendedores.

A pretensão foi, nessa breve explanação acerca do empreendedor, de seus tipos e de suas características, ressaltar a sua importância enquanto alguém que cria empresas, produtos e serviços, e que não espera acontecer, mas sim cria oportunidades. É para ele que cabem bem as palavras do cantor Geraldo Vandré: "*Quem sabe faz a hora, não espera acontecer*".

Dentre as várias preocupações para compor as características dos empreendedores, sejam eles empreendedores-proprietários ou intraempreendedores, uma delas diz respeito aos valores, pois em razão da sua grande influência na sociedade e na economia é fundamental que, como qualquer indivíduo, sejam norteados por valores nobres e éticos.

2.2.2 Valores do Empreendedor na Empresa

O processo de mudança comportamental é essencial para a definição desse novo sujeito: o empreendedor, em que os valores assumem um dos papéis de destaque. Como diz Dolabela (2000, p. 44):

Ser empreendedor não é somente acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis. Então, empreender significa tomar a iniciativa, assumir papel e atitude empresarial na busca e consolidação das estratégias, inovar, explorar a mudança como oportunidades de negócios ou serviços diferenciados. Para tal, a que se contar com os valores. Uma vez que as pessoas mostram seus valores todo o tempo no que elas dizem e não dizem, no que elas fazem e não fazem, no que elas se aproximam e no que elas evitam (DOLABELA, 2000, p. 44)

O homem tem a capacidade de refletir sobre suas próprias ações, tentando, com isso, dar significado à sua existência e modificar os rumos da história humana. As consequências dessa capacidade encerram a identificação e a conscientização dos valores que fundamentam e orientam toda a ação humana.

Ele, na condição de ser histórico social e de possuidor de uma atividade prática, é o criador de seus valores e dos bens nos quais estes se encarnam. Os valores só existem e se realizam no homem, pelo homem e para o homem. Isso mostra que os valores encontram as suas fontes geradoras no ser e têm como objetivo a realização humana. São variáveis determinantes para os indivíduos, direcionando a busca de um sentido na vida.

Como são inúmeros e variados os conceitos de valor, por vezes contraditórios, referencia-se àqueles que, de uma forma ou de outra, se coadunam mais com os fins deste estudo. Dentre os estudiosos do assunto, reportar-se-á mais àqueles que situam-se entre os que consideram os valores como princípios de conduta.

Para Homer e Kahle (2008, p. 638), os valores vêm a ser um tipo de cognição social que facilitam a adaptação do indivíduo ao meio:

Valores são semelhantes às atitudes, no sentido que ambos são abstrações de adaptações que surgem continuamente da assimilação, acomodação, organização e integração da informação ambiental com finalidade de promover intercâmbios com o ambiente favorável à preservação do funcionamento otimizado.

Ainda conforme Homer e Kahle (2008), os valores aparecem como o que há de mais abstrato nas cognições sociais, refletindo as características mais básicas de adaptação. Essas abstrações, por sua vez, servem como protótipos dos quais as atitudes e os comportamentos são feitos. Cognições e valores, portanto, também orientam as pessoas acerca de quais situações entrarem e o que fazer nessas situações.

2.2.3 Valores Individuais e Organizacionais

Os valores, que são atribuídos ao ser humano como um todo, são um aglomerado de informações que ele recebe no decorrer da vida, quer seja de pais, professores, ou superiores hierárquicos, entre outros. É tal qual obra infindável, pois mesmo quando o homem atinge o mais alto saber ou o maior número de anos de vida, ainda assim não será completo e terá ainda muito para aprender.

De acordo com Freitas (2001), os valores representam a essência da filosofia tanto do indivíduo quanto da organização e fornecem uma diretriz norteadora do comportamento diário.

À luz das citações dos autores pesquisados, o valor faz referência a um princípio organizador à vida dos indivíduos, bem como à empresa. O que vem a ser mais importante para a conquista e realização no trabalho, na carreira, na vida pessoal, na família, pode ser descrito em relação aos valores que se deseja ter.

Os valores significam coisas diferentes para diferentes indivíduos e organizações, e podem variar de acordo com a região e origem da sociedade, mas recentemente, em termos empresarias, os valores relativos ao trabalho de equipe, independência e criatividade têm ganho destaque como valores importantes.

Isso indica algumas mudanças de valor em relação ao que as pessoas querem do lugar em que trabalham e como elas querem que suas organizações sejam planejadas. A tendência aponta mais participação e envolvimento criativo, definindo não apenas o que o colaborador faz, mas o que a organização está empenhada em fazer: a sua essência.

Segundo Scott *et al.* (2008, p. 19):

Os valores de uma pessoa respondem à pergunta: O que é importante para mim? Nossos valores são padrões profundamente arraigados que influenciam quase todos os aspectos de nossas vidas: nossos julgamentos morais, nossas respostas aos outros, nossos compromissos em relação a metas pessoais e organizacionais. Nós temos sistemas de crença pelos quais vivemos. Nossas crenças e sistemas de valores estão profundamente conectados. Nós somos motivados e tomamos decisões com base nestes sistemas de crença e valores.

Pode-se dizer que a pessoa é o conjunto dos valores que possui, porque é a partir de todas as suas crenças que se define seu caráter e, dessa maneira, vislumbra-se também o comportamento de cada indivíduo em relação a atitudes frente aos desafios do dia a dia.

Cada ser humano é diferente, mesmo gêmeos idênticos têm valores e características individuais diferentes. Tais valores são conseqüências da experiência anterior e história de vida de cada pessoa.

Conforme Tamayo (2008), a palavra valor, na visão do ser humano, faz referência entre o principal e o secundário, entre o essencial e o acidental, entre o desejável e o indesejável, entre o significativo e o insignificante. Na ótica desse autor, o valor é a mudança de conceito atribuída a objetos e comportamentos pelo sujeito. Isso leva a

considerar que a vida, enquanto vivência de valores, propicia com o seu desenrolar a modificação dos valores à medida que as experiências de cada ser humano, e de seu conjunto, mudam e se acumulam.

Conforme Rokeach (1973, p. 24): “Se os valores fossem completamente estáveis (iguais) seria impossível a mudança social e individual”, em contrapartida, coloca: “Se fossem totalmente instáveis, a continuidade da personalidade e da sociedade seria impossível”.

Admite-se que os valores possam ter preferências individuais, como também possam ser compartilhados de acordo com a cultura das empresas, e são considerados valores organizacionais, os quais serão abordados na sequência.

2.2.4 Valores da Organização

Tratar-se-á dos valores na organização por saber que tanto os valores pessoais do empreendedor-proprietário interferem na condução do seu empreendimento, como também os valores organizacionais influenciam o agir do intraempreendedor no reduto empresarial.

Tavares (2003, p. 52) estabelece a relação entre valores e grupos sociais, considerando os valores como: “elementos definidores e identificadores dos grupos sociais humanos, fundamentos básicos das distinções culturais, pois estabelecem comportamentos, sentimentos e expressões muito típicos e próprios da cada grupo”.

Já Colombo (2008) faz a conexão entre valores, instituições e cultura:

[...] os valores são normas ou representações que, para além dos objetos concretos, postulam a presença no discurso e nas instituições e propiciam deste modo um caráter peculiar à cultura. Através dos discursos e das instituições, tais desejos ou preferências servem de ponto de referência, de parâmetro para o próprio discurso, para as instituições, criam uma fisionomia espiritual própria na cultura e se constituem em modelos que promovem atitudes desejáveis e constroem aquelas indesejáveis (COLOMBO, 2008, p. 9)

Enquanto Deal e Kenedy (ano, *apud* FREITAS, 1991, p.14) associam os valores à organização, colocando que os valores: “representam a essência da filosofia da organização, fornecem um senso de direção comum e um guia de comportamento diário”.

Aquino (2001) refere-se ao conceito de valor como uma convicção, um condicionante de ver a realidade, uma forma de agir e reagir diante dos mistérios do

mundo. O autor cita que as organizações, sendo resultantes do trabalho humano, têm valores adquiridos em sua trajetória, desde a sua concepção pelo fundador até sua implementação de novos valores à medida que vai se fixando na sociedade.

De acordo com Reed e Loureiro (2006), os pesquisadores estão chegando à conclusão de que a cultura corporativa, ou seja, os valores comuns aos membros de uma mesma organização, faz toda a diferença. Esses valores são definidos como afirmações gerais sobre o que é desejável e indesejável.

Já a definição de cultura, para esses autores, implica em uma série de regras que priorizam valores contraditórios. Todo ser humano tem que optar entre alternativas mutuamente excludentes, como, por exemplo, quem quer afeto e aceitação não pode impor a sua vontade. A soma dessas opções forma um perfil de valores que espelham, senão determinam a cultura.

Para Scott (2008), o desafio às organizações consiste em definir com clareza seus valores, antecedendo, inclusive, missão, visão e estratégia. Uma empresa ou grupo precisa chegar a um consenso no que crê, tanto interna como externamente: colaboradores e clientes.

Conforme Scott, no que se refere às empresas uma das significativas "chaves para uma maior eficácia está ligada. E forma estreita entre os valores pessoais e organizacionais". O autor alerta que não se pode traçar uma abordagem limitada para compreender os valores, que funcionam como elementos motivadores e inspiradores para que os indivíduos façam aquele algo a mais pelos objetivos da empresa.

As empresas podem oferecer produtos, tecnologia, mas a oferta encontra-se dentro de um abrangente sistema de atividades e relacionamentos que representam a concepção do negócio da empresa: o valor.

2.3 Inteligências Múltiplas e Capacidade Empreendedora

De acordo com Aiub (2002), no mundo real, inteligências específicas sobre o enfoque das inteligências múltiplas operam em ambientes ricos, tipicamente em conjunção com muitas outras inteligências. Dada a analogia com as inteligências específicas de Gardner (2005), os empreendedores normalmente são identificados por terem inteligências lógicas, matemática, linguística e interpessoal.

É importante ressaltar que todas as abordagens realizadas nessa proposta têm uma discussão empírica a respeito de uma possível inteligência empreendedora. Dessa forma, os conteúdos tratados não pretendem comprovar a existência de uma inteligência empreendedora, tão somente relacionar os conceitos de inteligência com as características apresentadas pelos empreendedores.

A inteligência é um potencial biopsicológico. O fato de um indivíduo ser ou não considerado inteligente, e em que aspectos, é um produto em primeiro lugar de sua herança genética e de suas propriedades psicológicas, variando de seus poderes cognitivos às suas disposições de personalidade.

A perspectiva biopsicológica examina o agente e suas capacidades, inclinações, valores e objetivos, enquanto a perspectiva do ponto de vista dos domínios ou tarefas examina uma tarefa ou atividade conforme foi realizada num domínio ou disciplina social. Como um sistema computacional com base neural, cada inteligência é ativada ou desencadeada por certos tipos de informações internas ou externamente apresentada. O conhecimento detido e a influência do meio ambiente são fatores importantes para o elemento inteligência (GARDNER, 2005).

A inteligência pode ser vista sob prismas diferentes, conforme Quadro 4

Quadro 4. Matriz de Talentos

Termo	Esfera	Idade-foco	Status do domínio/campo	Questões relevantes
Inteligência	Biopsicológica	Todas	-	-
Talento	Biopsicológica	Jovem /crescendo	Pré-domínio Pré-campo	Experiência cristalizadora
Prodigiosidade	Biopsicológica	Crescendo	Domínio Campos atuais	Amplios recursos
Perícia	Domínio Campos atuais	Pós-adolescência	Domínio Campos aceitos	Conhecimentos Habilidades cumulativos
Criatividade	Domínio Campos futuros	Pós-adolescência	Choque com domínio / campo	Assincronia produtiva
Gênio	Amplo domínio Largo campo	Pessoa madura	Universal	Vínculo com a infância

Fonte: Gardner (1995)

Ao relacionar esses conteúdos com o processo de capacitação de empreendedores, constata-se que a maioria dos psicólogos acredita em leis gerais de aprendizagem, percepção, memória e atenção aplicáveis a conteúdos diversos. Os psicólogos comportamentalistas acreditam, igualmente, que a mente humana poderia ser adaptada para lidar com qualquer tipo de informação de uma maneira igualmente hábil. Com os estudos sobre cognição, foi possível perceber que os processos cognitivos básicos, funcionando em uma área, como, por exemplo, a linguagem, são muito diferentes daqueles funcionando em outras áreas como a cognição espacial, ou o entendimento social (AIUB, 2002).

2.3.1 Perfil Empreendedor

Segundo Leite (1999), a formação de um perfil profissional baseado no empreendedorismo enfatiza, sobretudo, algumas características peculiares: são multifuncionais com domínio de informática; fazem o que gostam; têm amplo conhecimento das diretrizes e princípios básicos de administração, de modo a desenvolver habilidades específicas à gestão de negócios e resultados; e transparecem competência para trabalhar em equipe.

Cunha e Ferla (1997) postulam que esse profissional define suas próprias metas, chegando por vezes à obstinação em persegui-las e que essas características podem ser aprendidas ao longo das experiências, na medida em que o empreendedor é formado dentro do próprio mercado de trabalho.

Para Gerber (2004), o empreendedor é um estrategista, que cria métodos inéditos para a geração de oportunidades em mercados, transformando possibilidades em probabilidades. Sua ação tem impacto decisivo em contextos organizacionais, já que seu dinamismo praticamente dita o ritmo de andamento dos processos.

O perfil empreendedor vem sendo cada vez mais desenvolvido por conta de uma situação de mercado, em que a escassez de empregos está conduzindo as pessoas à criação de negócios próprios, visando geração de renda, quer pelo meio informal, quer por trâmites formais. Observa-se um mercado rico em profissionais prestadores de serviço, autônomos e ou proprietários de empresas.

Empreender tem sido a melhor solução encontrada em universos de desempregos (LEITE, 1999). A visão do autor reflete o chamado empreendedorismo por necessidade, do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), programa de pesquisa voltado a medir anualmente níveis nacionais de atividade empreendedora.

Merece ênfase o fato de que criar empreendimentos requer medidas que ultrapassam a existência de perfil empreendedor. Vêras (1999) contribui para esse entendimento, ao levantar que 80% de novos empreendimentos fracassam em seu primeiro ano de funcionamento.

A autora explica que realmente há uma dificuldade burocrática e financeira na manutenção de novos negócios, porém as características das pessoas que o conduzem são essenciais ao sucesso. Talvez essas não tenham, ainda, o perfil necessário para empreender com sucesso.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Nesta seção aborda-se a metodologia utilizada para a realização da pesquisa. A partir dos objetivos e fundamentação teórica foram descritas as opções metodológicas adotadas em que a pesquisa se baseou, desde o tipo até às análises estatísticas.

De acordo com Gil (1999), define-se como método científico o conjunto de processos ou operações mentais que se deve empregar na investigação. É a linha de raciocínio adotada no processo de pesquisa.

3.1 Tipo de pesquisa

A escolha do tipo de pesquisa está diretamente relacionada aos seus objetivos, e o pesquisador deve fazer opção pelos instrumentos, sejam teóricos ou metodológicos, mais adequados a responderem a questão proposta no estudo.

A pesquisa qualitativa é utilizada em situações em que se pretende apreender informações que requeiram uma observação com maior profundidade. Nesse caso, o pesquisador deve livrar-se de qualquer preocupação quantitativa, preocupando-se em apreender os aspectos mais relevantes no que tange à sua importância qualitativa, como parte explicativa do fenômeno observado.

Na pesquisa qualitativa pode-se recorrer a diversos instrumentos, tais como entrevistas em significância e grupos de foco. Nesse caso observa-se e estuda-se o conteúdo do discurso contido no documento selecionado, no material de estudo.

Com relação à abordagem qualitativa, Richardson (1999, p. 80), expõe que: “Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais”.

De acordo com o autor, “[...] as pesquisas qualitativas de campo exploram particularmente as técnicas de observação e entrevistas devido a propriedade com que esses instrumentos penetram na complexidade de um problema” (RICHARDSON, 1999, p. 82)

Os dados coletados são utilizados para elaboração de um levantamento relacionado aos benefícios que foram apontados como principais, e que proporcionaram a adesão dos

microempreendedores individuais. Geralmente utilizada em conjunto com o método qualitativo na pesquisa descritiva, o método quantitativo busca verificar a relação entre as variáveis estudadas, entendendo por meio da amostra a população estudada.

Para Richardson (1999), a abordagem quantitativa caracteriza-se:

[...] pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples, como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficientes de correlação, análise de regressão, etc. (RICHARDSON, 1999, p. 70)

A abordagem quantitativa é importante para garantir a precisão dos resultados, evitando, assim, distorções de análise e interpretação, permitindo uma margem de segurança com relação a possíveis interferências, buscando analisar o comportamento de uma população por meio da amostra.

Como o objetivo desta pesquisa é diagnosticar o perfil e comportamento de jovens universitários e micro, pequenos e médios empresários por meio de uma escala do tipo likert de cinco pontos, a análise é quantitativa, e a interpretação, bem como as entrevistas realizadas com os avaliadores, caracterizam uma pesquisa qualitativa.

3.2 Instrumento de coleta de dados

Quando não se dispõe de maneiras diretas de aferição, o que pode ocorrer constantemente com aspectos subjetivos, faz-se necessário recorrer ao uso de escalas, que são instrumentos científicos de observação e mensuração de fenômenos sociais. Segundo Ander Egg (1978), a escala foi idealizada com o objetivo de medir a intensidade das atitudes e opiniões na forma mais objetiva possível.

Como instrumento de coleta de dados utilizou-se, neste estudo, uma Escala tipo Likert de cinco pontos. Dentre as escalas esta pode ser considerada a mais notável, em razão de sua grande utilização. Liket (1932) propôs uma escala de cinco pontos que se tornou paradigma da mensuração qualitativa. (PEREIRA, 1999).

Selltiz *et al.* (1967) também tinham a mesma opinião, mencionando que essa escala é largamente utilizada no estudo de atitudes sociais, em que os sujeitos devem responder a cada item, com vários graus de acordo ou desacordo.

O instrumento de coleta de dados foi elaborado com base no questionário aplicado por David C. McClelland, acrescido de questões direcionadas ao público jovem, conforme ANEXO A. Contém 44 proposições estruturadas, divididas em 11 blocos, numa linguagem totalmente voltada ao entendimento jovem.

Outro ponto a ser destacado é que esse tipo de questionário atende às premissas de uma pesquisa qualitativa e quantitativa. A Escala apresenta facilidade quanto à sua elaboração e construção, e tende a ter maior precisão do que outras, pois possibilita o maior número de respostas possível, geralmente cinco alternativas, como no caso desta pesquisa.

Além de permitir maior amplitude a cada item, é mais homogênea e aumenta a probabilidade de mensuração de atitudes unitárias, e, por fim, baseia-se em dados empíricos relacionados às respostas dos sujeitos (SELLTIZ *et al.*, 1967; RAGAZZI, 1976).

3.2.1 Validação da Escala

A validação da escala seguiu o conjunto de etapas proposto por Baquero (1974).

Etapa 1 - Elaborar um conjunto de proposições

Inicialmente o questionário foi elaborado com 72 proposições pertinentes ao tema, no formato Likert, conforme Quadro 4.1. O sinal # na coluna 'Inv' indica que a proposição foi invertida. O Anexo A mostra o conjunto inicial de proposições que foram agrupadas sob três grandes tópicos: a) realização; b) planejamento e resolução de problemas; e c) influência. As proposições foram formuladas tendo Mc Clelland (1987) como referência.

Algumas proposições são invertidas, assim, uma resposta 5 será interpretada como 1, e assim sucessivamente. Essas proposições estão marcadas com um asterisco (*) na coluna sinal. Cada um dos grandes tópicos, por sua vez, foi desdobrado em blocos. Na pesquisa de David M. McClelland o bloco IA e o bloco A se juntam.

Realização:

- BLOCO BOI- Busca de Oportunidade e iniciativa
- BLOCO EQE- Exigência de qualidade e eficiência
- BLOCO PE- Persistência
- BLOCO IA- Independência e autoconfiança
- BLOCO A- Autoconfiança

Planejamento e resolução de problemas

BLOCO CRC- Correr riscos calculados

BLOCO BI- Busca de informação

BLOCO EM- Estabelecimento de metas

BLOCO PMS- Planejamento e monitoramento sistemático

Influência

BLOCO C- Comprometimento

BLOCO PEC- Persuasão e redes de contato

Etapa 2 - *Caput* da Escala

O questionário é apresentado, ao respondente, tendo um *caput* com o teor descrito no Anexo B, contendo a justificativa da pesquisa e solicitando algumas informações gerais e orientações quanto à forma de preenchimento.

Etapa 3 - Validade de conteúdo

A seguir foi feito o teste da validade de conteúdo das proposições, o que significa averiguar se cada uma das proposições constantes da Escala realmente está associada à variável a medir. No presente exemplo trata-se de investigar se as 72 proposições listadas no Anexo A referem-se à capacidade empreendedora dos jovens, tendo Mc Clelland (1987) como referência.

Baquero (1974, p.367) afirma que a validade de conteúdo consiste essencialmente num exame minucioso do conteúdo do teste, o que supõe que deve ser examinado por um perito na matéria. A validade de conteúdo foi feita por meio de quatro especialistas na área: todos professores doutores com trabalhos publicados sobre o assunto. Os especialistas receberam as 72 proposições exibidas no Anexo A com as seguintes orientações:

- Marque com um **x** as proposições que, no seu entender, seguramente estão associadas à práxis gerencial de operar ou executar (Do), com vistas a minimizar danos ou agressões à sociedade e ao meio ambiente, decorrentes dos produtos, serviços e funcionamento de uma empresa.
- Das proposições marcadas anteriormente com um **x** marque com um círculo as proposições que, no seu entender, são as menos seguras com relação à práxis

gerencial de operar ou executar (Do), com vistas a minimizar danos ou agressões à sociedade e ao meio ambiente, decorrentes dos produtos, serviços e funcionamento da empresa.

O resultado obtido desta etapa está no ANEXO C. As proposições P10, P22, P23, P24, P36 e P39 foram eliminadas, isto é, mais da metade dos peritos declararam que as proposições não estavam relacionadas ao objeto de estudo.

Etapa 4 - Consistência interna

O questionário, depois de excluídas as proposições P10, P22, P23, P24, P36 e P39, foi aplicado a 123 estudantes universitários, sendo 61 do 1º ano do curso de Administração, 62 do 1º ano do curso de Pedagogia e 100 micro, pequenos e médios empreendedores, seguindo o proposto por Baquero (1974, p.336) na etapa para avaliar a consistência interna de cada uma das proposições.

Dos 223 questionários aplicados foram selecionados os dez mais pontuados e os dez menos pontuados. A seguir foram feitas as somas dos ‘dez mais’ e dos ‘dez menos’ para cada proposição, calculada a diferença e dividido por 10.

Assim, por exemplo, no que se refere à proposição P1 ‘Eu busco as oportunidades que aparecem’, os respondentes mais pontuados totalizaram 43 pontos e os que menos pontuaram, em relação a essa proposição, totalizaram 32 pontos. A diferença (43-32) igual a 11 pontos foi dividida por 10 dando o valor mostrado na coluna I.C, que indica o índice de consistência ou poder discriminatório da proposição.

Baquero (1974) afirma que se deve escolher os itens que tenham maior índice de consistência. No caso, foram eliminadas todas as proposições que tiveram $IC < |1|$ (índice de consistência com poder discriminatório inferior ao valor absoluto unitário). O Anexo D mostra o índice de consistência de cada proposição.

As proposições marcadas com x foram eliminadas. Dessa forma, foram eliminadas as seguintes proposições por não terem poder discriminante: P 3, P9, P12, P14, P19, P27, P32, P38, P42, P44, P45, P53, P56, P60, P69 e P71.(Ver ANEXO E). O questionário, nessa etapa foi reduzido a 49 proposições.

Etapa 4 - Validade de constructo (*Alpha de Cronbach*)

Para se medir a confiabilidade de uma escala, a validade de constructo, pode-se utilizar o coeficiente α de Cronbach . O valor *alfa* varia de 0 a 1. O *software* SPSS 17.x tem a função *Reliability Analysis*, que possibilita a análise de confiabilidade de um instrumento de coleta. Observa-se que o SPSS 17.x oferece, além do coeficiente *Alpha de Cronbach*, outros testes de consistência.

Para o teste foram utilizados os dados dos 20 respondentes selecionados, depuradas as proposições eliminadas na etapa anterior. Os testes executados foram: *Descriptives for Item*, *Scale* e *Scale IF item deleted*, além de *Correlations Inter-item*. Observa-se que os estatísticos *Descriptives for Item* são os mais importantes. O *output* do SPSS fornece diversos e importantes resultados:

Tabela 2. Lista de variáveis excluídas pelo procedimento

Case Processing Summary		
	N	%
Valid	20	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

A Tabela 2, *Case Processing Summary*, mostra o número de variáveis válidas e eventuais variáveis excluídas com base no procedimento de análise. No presente caso não ocorreu exclusão de variável alguma, como mostra a Tabela 6

A Tabela 3, *Reliability Statistics*, a seguir, é de fundamental importância, pois mostra o valor *Alpha de Cronbach*, que é obtido pela fórmula seguinte, onde:

K= número de variáveis consideradas

cov= média das covariâncias

var= média das variâncias

$$\alpha = \frac{K \text{ cov}}{\text{var} + (K - 1) \frac{\text{cov}}{\text{var}}}$$

Tabela 3. Índice α de Cronbach.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,913	49

O valor obtido do α de Cronbach, nesse caso, é de 0,913. Esse indicador assume valores entre 0 e 1 e trabalha com a premissa que as correlações entre os itens são positivas. De forma geral, considera-se que um bom valor do α seria 0,70 ou superior, obtido com uma amostra significativa.

Essa regra deve ser aplicada com prudência, uma vez que o grau adequado de fidedignidade depende da utilização do instrumento. Pereira (1999, p.87) afirma que “para interpretar o α de Cronbach, pode-se entendê-lo como um coeficiente de correlação ao quadrado (R^2), com uma suposta medida real do fenômeno”.

A Tabela 3 mostra alguns valores importantes da Escala: média, variância e desvio padrão. Mais importante do que analisar o coeficiente, o pesquisador deve estar atento para as informações sobre o comportamento de cada item, compondo o indicador conforme mostra a Tabela 4 que deve ser assim interpretada:

Tabela 4. Estatísticas da Escala

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
140,40	763,200	27,626	49

Scale mean if item deleted: é a média da escala se o item é desprezado. A média da Escala é 140,40, conforme mostra a Tabela 4. Se desprezar alguma proposição a média é reduzida para um valor em torno de 137. Quanto mais um item diminui a média mais importante é ele. Observa-se que, basicamente, todos os itens têm importância semelhante. Nesse sentido, com ínfima diferença a proposição mais relevante é a P1, que reduziria a média para 136,65.

Tabela 5. Estatísticas dos itens

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total	Cronbach's Alpha if Item

			Correlation	Deleted
p1	136,65	732,239	,451	,911
p2	137,25	730,513	,535	,911
p4	136,40	738,989	,503	,911
p5	137,45	784,261	-,362	,918
p6	137,75	798,618	-,594	,920
p7	137,95	706,576	,811	,908
p8	137,30	790,853	-,344	,921
p11	137,90	687,989	,882	,906
p13	137,85	793,292	-,429	,920
p15	138,40	711,411	,749	,908
p16	136,90	730,726	,582	,910
p17	137,75	793,987	-,453	,920
p18	137,45	727,524	,556	,910
p20	137,45	714,155	,672	,909
p21	138,00	693,684	,776	,907
p25	137,10	732,832	,590	,911
p26	138,25	699,355	,778	,907
p28	137,75	716,724	,742	,909
p29	137,20	788,063	-,391	,919
p30	137,65	713,924	,610	,909
p31	137,45	804,155	-,572	,922
p33	137,45	823,418	-,740	,924
p34	137,65	732,871	,531	,911
p35	138,30	703,905	,646	,909
p37	138,10	694,832	,821	,907
p40	137,35	708,134	,881	,907
p41	137,30	720,432	,613	,910
p43	137,50	718,789	,638	,909
p46	138,05	697,208	,720	,908
p47	137,55	709,103	,837	,908
p48	137,75	722,513	,520	,911
p49	137,60	716,884	,891	,908
p50	136,65	714,029	,883	,908
p51	137,50	721,526	,741	,909
p52	137,80	731,326	,651	,910
p54	137,95	727,208	,616	,910
p55	138,10	721,779	,550	,910
p57	136,95	719,945	,655	,909
p58	137,20	701,642	,742	,908

p59	137,45	793,313	-,390	,921
p61	137,85	709,713	,715	,908
p62	137,80	807,116	-,611	,922
p63	137,40	724,253	,553	,910
p64	137,20	705,642	,748	,908
p65	137,90	681,147	,828	,906
p66	136,95	726,787	,568	,910
p67	137,35	713,713	,822	,908
p68	137,70	787,379	-,375	,919
p72	137,00	726,211	,671	,910

Scale variance if item deleted: variância da Escala, se o item é desprezado. Neste caso interessa eliminar os itens que promovem uma redução maior na variância. Claro que outros elementos devem ser considerados.

Corrected Item-Total correlation: correlação corrigida entre Item e Total: mostra o coeficiente de correlação de Pearson (r) entre o item (proposição) e o indicador total depurado de sua própria contribuição. O primeiro tipo de impacto é o que tem menor correlação com o indicador total. De acordo com McHorney *et al.* (1994), no desenvolvimento de um instrumento de mensuração estabeleceram que a correlação item-total deveria ser pelo menos 0,40. No presente caso devem ser removidas as proposições P5, P8, P29, P59, P68, que têm correlação item-total inferior a 0,40.

Cronbach's Alpha IF Item Deleted α de Cronbach se o item é desprezado: mostra o impacto que teria a retirada do item. O valor do α com os 49 itens é de 0,913, conforme Tabela 3, o que indica já boa consistência interna da Escala.

Um valor de α de pelo menos 0,7 reflete uma fidedignidade aceitável, conforme Nunnally (1978), embora alguns valores inferiores sejam aceitos na literatura (BROWN, 2002; SANTOS, 1999).

A consistência interna também pode ser verificada pela técnica da correlação entre duas metades de um único teste. Nesse caso, os itens são considerados paralelos e as correlações entre as partes do instrumento são calculadas e os valores corrigidos, mediante a fórmula de Spearman-Brown.

Esse coeficiente estima uma correlação usando o coeficiente de correlação Produto-Momento de Pearson, uma medida estatística do grau de relacionamento entre as duas

metades, ou seja, uma correção desse coeficiente na fórmula (BROWN, 2002; LARSON; FARBER, 2004; FREITAS *et al.*, 1998a,b) e seu valor, segundo Gomez (2006), representa o grau em que o teste é homogêneo.

O processo foi feito após serem eliminadas as proposições P5, P8, P29, P59, P68. A Tabela 7 mostra que o α de Cronbach é 0.914 e a Tabela 2 mostra que nenhuma proposição tem *Corrected Item-Total Correlation* inferior a 0,40. A escala está devidamente validada. A configuração final é a apresentada na tabela 11. Certamente devem ser feitos outros ajustes de forma a melhorar a apresentação.

Tabela 6. Índice α de Cronbach

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,942	44

Tabela 7. Estatísticas dos itens

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	121,75	865,566	,447	,941
p2	122,35	862,661	,546	,940
p4	121,50	870,579	,542	,940
p6	122,85	936,555	-,584	,947
p7	123,05	836,155	,826	,938
p11	123,00	817,368	,878	,937
p13	122,95	929,524	-,404	,947
p15	123,50	843,842	,731	,939
p16	122,00	864,316	,569	,940
p17	122,85	932,029	-,450	,947
p18	122,55	861,418	,536	,940
p20	122,55	846,366	,662	,939
p21	123,10	822,095	,789	,938
p25	122,20	865,747	,592	,940
p26	123,35	829,082	,783	,938
p28	122,85	847,187	,760	,939
p30	122,75	844,934	,616	,940
p31	122,55	944,155	-,582	,948
p33	122,55	964,787	-,747	,950

p34	122,75	864,197	,560	,940
p35	123,40	833,621	,655	,939
p37	123,20	822,484	,846	,938
p40	122,45	839,208	,878	,938
p41	122,40	850,568	,639	,940
p43	122,60	850,463	,640	,940
p46	123,15	825,292	,740	,938
p47	122,65	840,555	,829	,938
p48	122,85	858,345	,474	,941
p49	122,70	848,853	,884	,939
p50	121,75	845,671	,878	,938
p51	122,60	851,095	,783	,939
p52	122,90	863,463	,666	,940
p54	123,05	861,418	,588	,940
p55	123,20	853,432	,556	,940
p57	122,05	851,524	,660	,939
p58	122,30	830,116	,764	,938
p61	122,95	839,524	,731	,939
p62	122,90	947,042	-,618	,948
p63	122,50	854,684	,579	,940
p64	122,30	836,853	,741	,939
p65	123,00	808,000	,845	,937
p66	122,05	857,418	,597	,940
p67	122,45	844,050	,838	,938
p72	122,10	858,516	,674	,940

Fonte: Elaborado pela autora

Metodologia Estatística

Teste de Igualdade de Duas Proporções

O Teste de Igualdade de Duas Proporções é um teste não paramétrico que compara se a proporção de respostas de duas determinadas variáveis e/ou seus níveis é estatisticamente significantes. Trabalha-se com as seguintes hipóteses:

$$\begin{cases} H_0 : p_1 = p_2 \\ H_1 : p_1 \neq p_2 \end{cases}$$

Para realizar esse teste deve-se calcular $f_1 = \frac{x_1}{n_1}$, $f_2 = \frac{x_2}{n_2}$ e $\hat{p} = \frac{x_1 + x_2}{n_1 + n_2}$. Com isso

agora se calcula a estatística teste.

$$Z_{cal} = \frac{f_1 - f_2}{\sqrt{\hat{p}(1 - \hat{p})\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

Conclusões

- Se $-Z_{\frac{\alpha}{2}} \leq Z_{cal} \leq Z_{\frac{\alpha}{2}}$, não se pode rejeitar H_0 , isto é, a um determinado risco α , dizemos que não existe diferença entre as proporções.
- Se $Z_{cal} > Z_{\frac{\alpha}{2}}$ ou $Z_{cal} < -Z_{\frac{\alpha}{2}}$, rejeita-se H_0 , concluindo-se, com risco α , que há diferença entre as proporções.

P-valor

O resultado de cada comparação tem uma estatística chamada de p-valor. Essa estatística é que ajuda a concluir sobre o teste realizado. Caso esse valor seja maior que o nível de significância adotado (erro ou α), concluí-se, portanto, que a H_0 (a hipótese nula) é a hipótese verdadeira. Caso contrário, fica-se com H_1 , a hipótese alternativa.

Antes de iniciar a apresentação dos resultados definiu-se, neste estudo, um nível de significância, o erro estatístico que se comete nas análises, de 0,05 (5%). Todos os intervalos de confiança construídos ao longo do trabalho foram construídos com 95% de confiança estatística.

Foram respondidas pontualmente cada uma das 13 hipóteses propostas. Na hipótese A, B e C comparou-se a distribuição da frequência relativa (percentual) da resposta da Escala Likert para o questionário, como um todo entre os três grupos.

Para se chegar ao total do questionário foram somadas as frequência absolutas (quantidade de respondentes) de todas as 44 proposições. Assim, calculou-se a frequência relativa para o total de 1.320 respondentes (30 sujeitos vezes 44 proposições). Utilizando o teste de Igualdade de Duas Proporções foram comparados os grupos de administração, pedagogia e micro, pequeno e médio empreendedor.

Tabela 8: Administração e Pedagogia no Questionário Total (5 níveis)

	<i>Administração</i>		<i>Pedagogia</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo Totalmente	86	6,5%	129	9,8%	0,002
Discordo	95	7,2%	137	10,4%	0,004
Neutro	253	19,2%	249	18,9%	0,843
Concordo	578	43,8%	498	37,7%	0,002
Concordo Totalmente	298	22,6%	297	22,5%	0,963

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 9 Administração e Empreendedor no Questionário Total (5 níveis)

	<i>Administração</i>		<i>Empreendedor</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo Totalmente	86	6,5%	114	8,6%	0,039
Discordo	95	7,2%	94	7,1%	0,940
Neutro	253	19,2%	266	20,2%	0,524
Concordo	578	43,8%	475	36,0%	<0,001
Concordo Totalmente	298	22,6%	362	27,4%	0,004

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 10: Pedagogia e Empreendedor no Questionário Total (5 níveis)

	<i>Pedagogia</i>		<i>Empreendedor</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo Totalmente	129	9,8%	114	8,6%	0,313
Discordo	137	10,4%	94	7,1%	0,003
Neutro	249	18,9%	266	20,2%	0,404
Concordo	498	37,7%	475	36,0%	0,353
Concordo Totalmente	297	22,5%	362	27,4%	0,003

Fonte: Elaborado pela autora

Na última coluna de cada uma das Tabelas mostram-se os p-valores. Para melhor entendimento, vide o item 4 – legenda das comparações entre os grupos. Conclui-se que existem diversas comparações estatisticamente significantes entre os grupos, e uma delas, entre Administração e Empreendedor, está na Tabela 9.

Nesse caso há uma diferença estatística entre os grupos na distribuição das respostas *Discordo Totalmente*; *Concordo*; e *Concordo Totalmente*. Analisada a distribuição da resposta *Concordo Totalmente*, há 22,6% entre os administradores e 27,4% entre os empreendedores, e essa é uma diferença significativa (p-valor = 0,004).

Optou-se por fazer a mesma análise, mas agrupando as pontas da Escala Likert. Os resultados de discordância foram, então, agrupados e designados apenas *Discordo*. Na outra ponta foram agrupados os resultados de concordância, designados simplesmente *Concordo*. Os três grupos de pares foram comparados novamente, utilizando o mesmo teste.

Tabela 11: Administração e Pedagogia no Questionário Total (3 níveis)

	<i>Administração</i>		<i>Pedagogia</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo	181	13,7%	266	20,2%	<0,001
Neutro	253	19,2%	249	18,9%	0,843
Concordo	876	66,4%	795	60,2%	0,001

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 12: Administração e Empreendedor no Questionário Total (3 níveis)

	<i>Administração</i>		<i>Empreendedor</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo	181	13,7%	208	15,8%	0,138
Neutro	253	19,2%	266	20,2%	0,524
Concordo	876	66,4%	837	63,4%	0,112

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 13 Pedagogia e Empreendedor no Questionário Total (3 níveis)

	<i>Pedagogia</i>		<i>Empreendedor</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo	266	20,2%	208	15,8%	0,003
Neutro	249	18,9%	266	20,2%	0,404
Concordo	795	60,2%	837	63,4%	0,092

Fonte: Elaborado pela autora

Conclui-se que existe diferença estatisticamente significativa entre os grupos Administração e Pedagogia para as respostas de *Discordo* e *Concordo*. Esta última com 66,4% entre os administradores contra 60,2% entre os pedagogos (p-valor = 0,001). Também houve significância entre pedagogos e empreendedores na distribuição de *Discordo* (Tabela 13), com 20,2 e 15,8%, respectivamente. Vale notar que entre administradores e empreendedores (Tabela 12) não existe diferença significativa.

Em seguida, compararam-se as questões dentre dois blocos: autoconfiança; busca de informação; e persuasão e redes de contato. Essa comparação entre as proposições que compõem cada um dos blocos foi feita somente para o grupo de administradores. Nesse caso, os percentuais foram calculados para o total de 30 sujeitos apenas.

Tabela 14: Distribuição das Questões de Autoconfiança para Administração

<i>Autoconfiança</i>	<i>Discordo Totalmente</i>		<i>Discordo</i>		<i>Neutro</i>		<i>Concordo</i>		<i>Concordo Totalmente</i>	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
P16	4	13,3%	1	3,3%	9	30,0%	11	36,7%	5	16,7%
P17	0	0,0%	0	0,0%	2	6,7%	16	53,3%	12	40,0%
P18	1	3,3%	4	13,3%	7	23,3%	12	40,0%	6	20,0%
P19	1	3,3%	4	13,3%	6	20,0%	12	40,0%	7	23,3%
P20	1	3,3%	4	13,3%	9	30,0%	12	40,0%	4	13,3%
P21	0	0,0%	2	6,7%	3	10,0%	20	66,7%	4	13,3%

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 15 : P-valores da tabela 14

<i>Administração</i>	<i>Discordo Totalmente</i>	<i>Discordo</i>	<i>Neutro</i>	<i>Concordo</i>	<i>Concordo Totalmente</i>
P16	Ref.	0,161	Ref.	0,020	0,045
P17	0,038	0,038	0,020	0,292	Ref.
P18	0,161	Ref.	0,559	0,038	0,091
P19	0,161	Ref.	0,371	0,038	0,165
P20	0,161	Ref.	Ref.	0,038	0,020
P21	0,038	0,389	0,053	Ref.	0,020

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 16: Distribuição das Questões de Busca da Informação para Administração

<i>BI - Busca de informação</i>	<i>Discordo Totalmente</i>		<i>Discordo</i>		<i>Neutro</i>		<i>Concordo</i>		<i>Concordo Totalmente</i>	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
P24	1	3,3%	2	6,7%	6	20,0%	14	46,7%	7	23,3%
P25	1	3,3%	2	6,7%	4	13,3%	21	70,0%	2	6,7%
P26	8	26,7%	5	16,7%	11	36,7%	5	16,7%	1	3,3%
P27	3	10,0%	4	13,3%	7	23,3%	9	30,0%	7	23,3%

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 17: P-valores da tabela 9

<i>BI - Busca de informação</i>	<i>Discordo Totalmente</i>	<i>Discordo</i>	<i>Neutro</i>	<i>Concordo</i>	<i>Concordo Totalmente</i>
P24	0,011	0,228	0,152	0,067	Ref.
P25	0,011	0,228	0,037	Ref.	0,071
P26	Ref.	Ref.	Ref.	<0,001	0,023
P27	0,095	0,718	0,260	0,002	Ref.

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 18: Distribuição das Questões de Persuasão e redes de contato para Administração

<i>PEC - Persuasão e</i>	<i>Discordo</i>	<i>Discordo</i>	<i>Neutro</i>	<i>Concordo</i>	<i>Concordo</i>
--------------------------	-----------------	-----------------	---------------	-----------------	-----------------

<i>redes de contato</i>	<i>Totalmente</i>								<i>Totalmente</i>	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
P41	0	0,0%	1	3,3%	8	26,7%	16	53,3%	5	16,7%
P42	0	0,0%	1	3,3%	2	6,7%	14	46,7%	13	43,3%
P43	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	19	63,3%	11	36,7%
P44	0	0,0%	0	0,0%	1	3,3%	7	23,3%	22	73,3%

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 19: P-valores da tabela 11

<i>PEC - Persuasão e redes de contato</i>	<i>Discordo Totalmente</i>	<i>Discordo</i>	<i>Neutro</i>	<i>Concordo</i>	<i>Concordo Totalmente</i>
P41	- x-	Ref.	Ref.	0,432	<0,001
P42	- x-	Ref.	0,038	0,194	0,018
P43	- x-	0,313	0,002	Ref.	0,004
P44	- x-	0,313	0,011	0,002	Ref.

Fonte: Elaborado pela autora

As Tabelas 14, 16 e 18 mostram as distribuições das frequências de cada proposição. Já nas Tabelas pares, 15, 17 e 19 apresentam os p-valores das comparações entre as proposições. Assim, as análises desses três blocos devem ser feitas com base nas duas Tabelas: de distribuição de frequência e dos p-valores.

Na Tabela de p-valores a análise deve ser feita por coluna, onde aparecem os p-valores das comparações de cada questão, sempre em relação a mais prevalente, em cada nível da Escala Likert, que está como Referência (Ref.)

Exemplifica-se com a comparação entre as questões do Bloco PEC, Persuasão e Redes de Contato, para a distribuição da resposta de *Concordo Totalmente*, conforme Tabelas 18 e 19. A proposição 44 teve o maior percentual, com 73,3%, estatisticamente significante em comparação com os percentuais das demais proposições que compõem esse bloco.

Por fim, comparam-se os grupos de administradores e pedagogos para a distribuição de frequência relativa de algumas questões individualmente. Novamente foi utilizado o teste de Igualdade de Duas Proporções, e os percentuais foram calculados para o total de 30 sujeitos.

Tabela 20: Administração e Pedagogia na Proposição 4

<i>Proposição 4</i>	<i>Administração</i>		<i>Pedagogia</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo Totalmente	0	0,0%	1	3,3%	0,313
Discordo	0	0,0%	1	3,3%	0,313
Neutro	9	30,0%	4	13,3%	0,117

Concordo	15	50,0%	19	63,3%	0,297
Concordo Totalmente	6	20,0%	5	16,7%	0,739

Fonte: Elaborado pela autora

21: Administração e Pedagogia na Proposição 9

<i>Proposição 9</i>	<i>Administração</i>		<i>Pedagogia</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo Totalmente	0	0,0%	2	6,7%	0,150
Discordo	2	6,7%	3	10,0%	0,640
Neutro	3	10,0%	10	33,3%	0,028
Concordo	17	56,7%	14	46,7%	0,438
Concordo Totalmente	7	23,3%	1	3,3%	0,023

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 22: Administração e Pedagogia na Proposição 17

<i>Proposição 17</i>	<i>Administração</i>		<i>Pedagogia</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo Totalmente	0	0,0%	2	6,7%	0,150
Discordo	0	0,0%	1	3,3%	0,313
Neutro	2	6,7%	6	20,0%	0,129
Concordo	16	53,3%	13	43,3%	0,438
Concordo Totalmente	12	40,0%	8	26,7%	0,273

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 23: Administração e Pedagogia na Proposição 27

<i>Proposição 27</i>	<i>Administração</i>		<i>Pedagogia</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo Totalmente	3	10,0%	1	3,3%	0,301
Discordo	4	13,3%	4	13,3%	1,000
Neutro	7	23,3%	3	10,0%	0,166
Concordo	9	30,0%	10	33,3%	0,781
Concordo Totalmente	7	23,3%	12	40,0%	0,165

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 24: Administração e Pedagogia na Proposição 28

<i>Proposição 28</i>	<i>Administração</i>		<i>Pedagogia</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo Totalmente	9	30,0%	7	23,3%	0,559
Discordo	4	13,3%	5	16,7%	0,718
Neutro	6	20,0%	6	20,0%	1,000
Concordo	8	26,7%	6	20,0%	0,542
Concordo Totalmente	3	10,0%	6	20,0%	0,278

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 25: Administração e Pedagogia na Proposição 38

<i>Proposição 38</i>	<i>Administração</i>		<i>Pedagogia</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo Totalmente	10	33,3%	11	36,7%	0,787
Discordo	4	13,3%	10	33,3%	0,067
Neutro	10	33,3%	5	16,7%	0,136
Concordo	3	10,0%	2	6,7%	0,640
Concordo Totalmente	2	6,7%	2	6,7%	1,000

Fonte: Elaborado pela autora

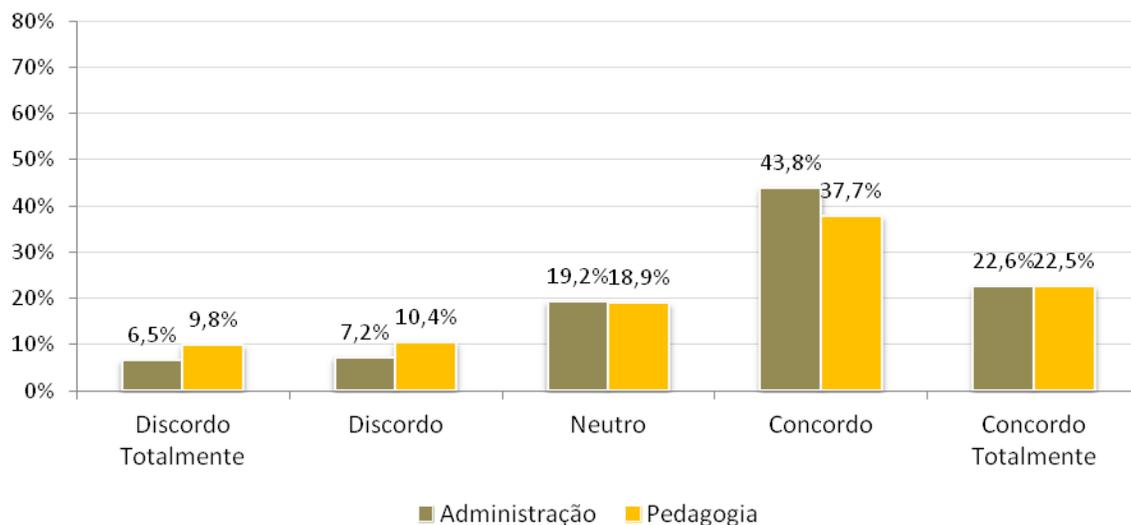
Tabela 26: Administração e Pedagogia na Proposição 43

<i>Proposição 43</i>	<i>Administração</i>		<i>Pedagogia</i>		<i>P-valor</i>
	N	%	N	%	
Discordo Totalmente	0	0,0%	0	0,0%	- x -
Discordo	0	0,0%	1	3,3%	0,313
Neutro	0	0,0%	0	0,0%	- x -
Concordo	19	63,3%	20	66,7%	0,787
Concordo Totalmente	11	36,7%	9	30,0%	0,584

Fonte: Elaborado pela autora

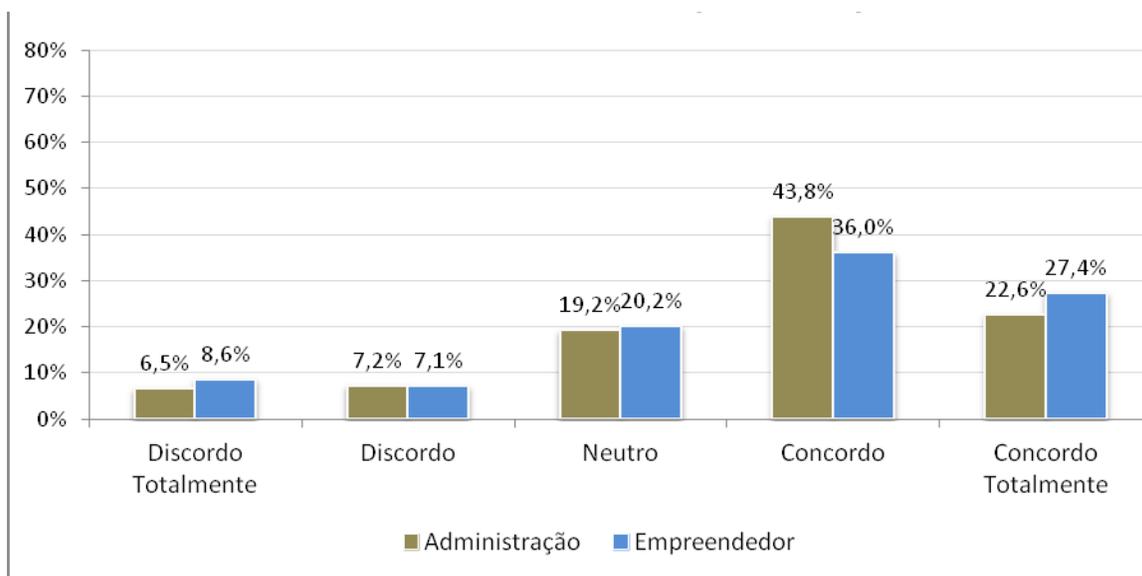
Conclui-se que somente existe diferença estatisticamente significativa entre os administradores e pedagogos para a distribuição da questão nove: *Para completar uma tarefa eu ultrapasso os meus limites, me sacrificando, caso seja necessário*. Verifica-se a diferença na distribuição de *Neutro* com 10,0 e 33,3%, respectivamente, além da distribuição de *Concordo Totalmente*, com 23,3% entre administradores e 3,3% dos pedagogos (p-valor=0,023).

Gráfico 1: Ha- Administração e Pedagogia no Questionário Total (5 níveis)



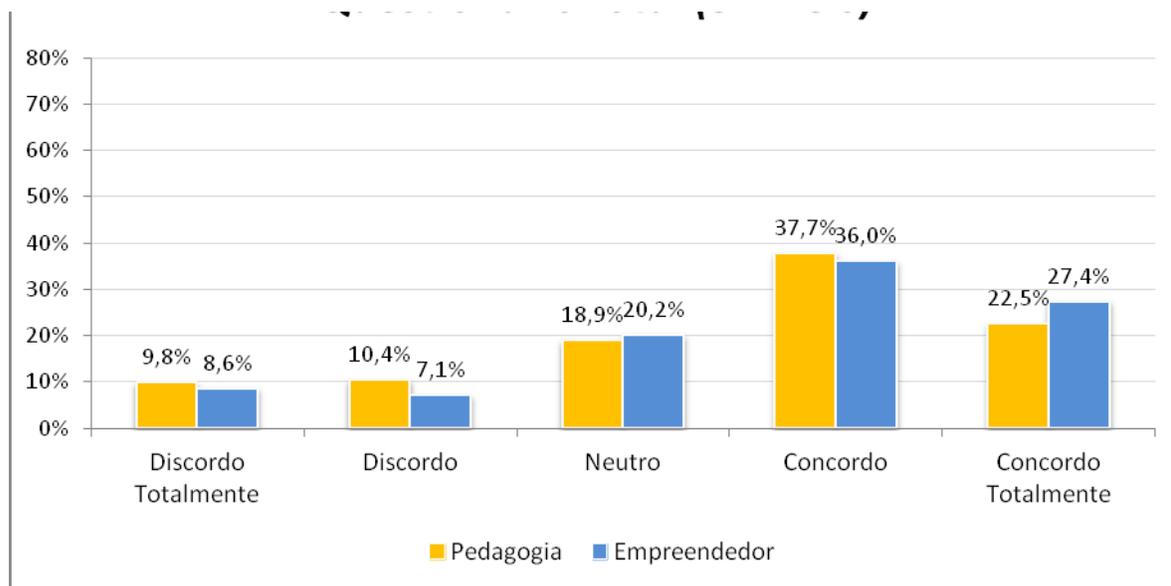
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 2: Hb - Administração e Pedagogia no Questionário Total (5 níveis)



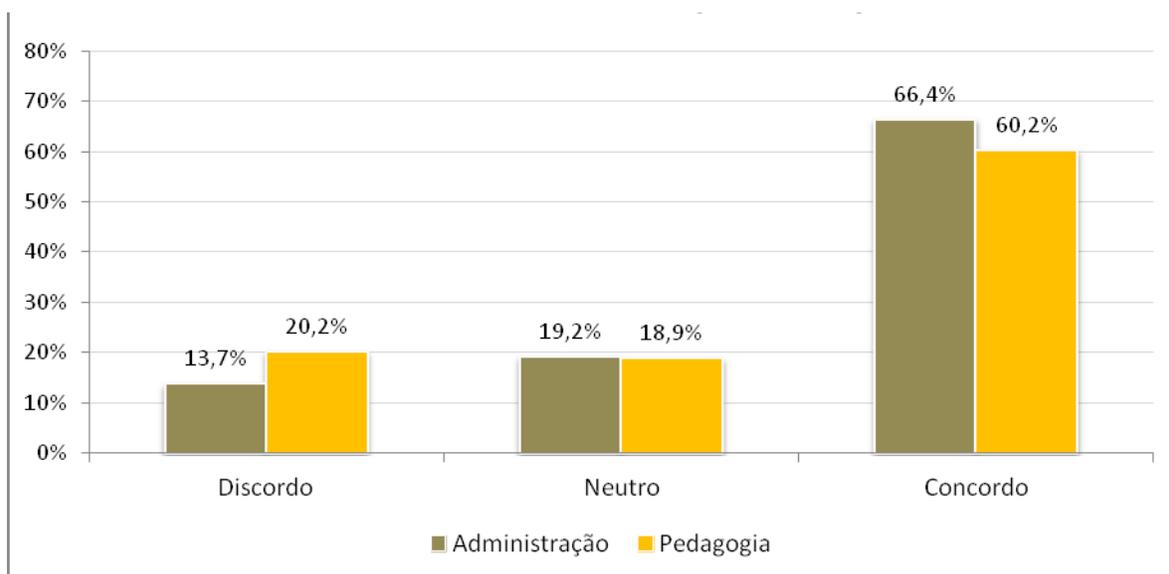
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 3: Hc - Pedagogia e Empreendedor no Questionário Total (5 níveis)



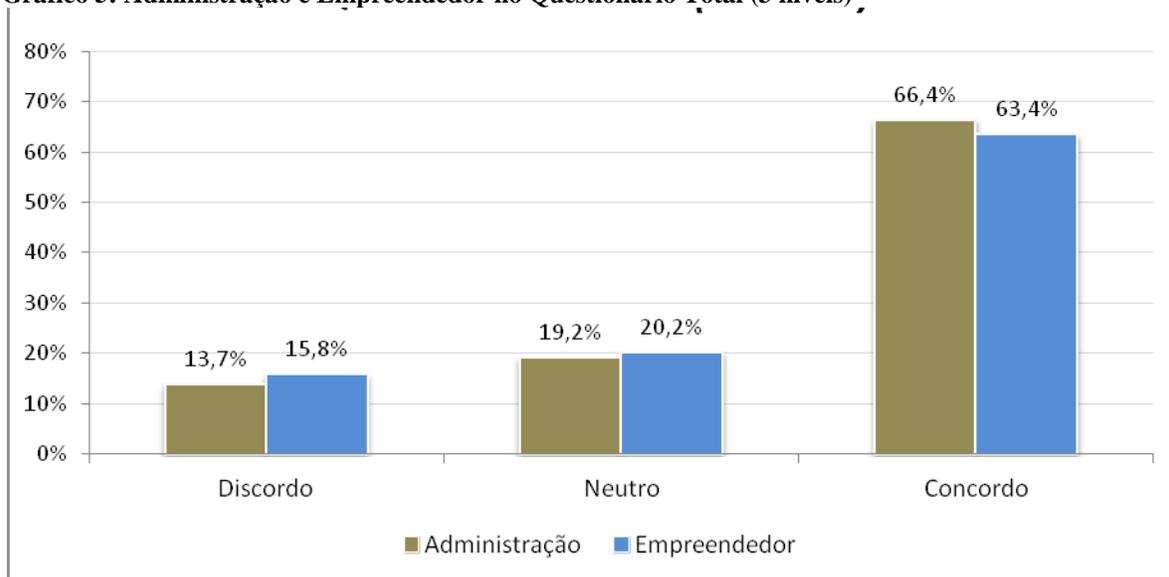
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 4: Administração e Pedagogia no Questionário Total (3 níveis)



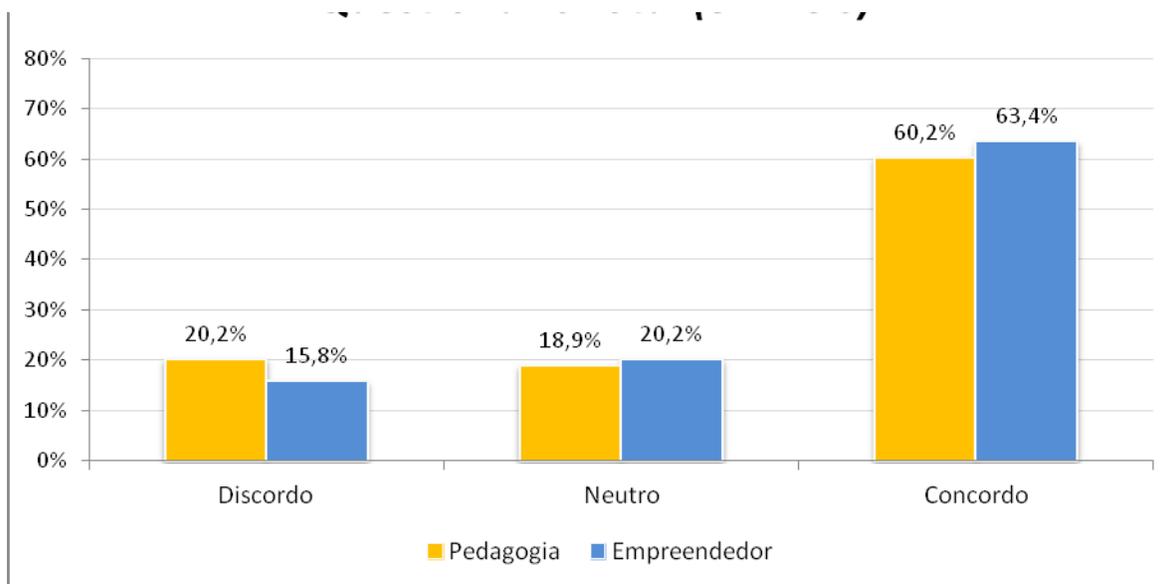
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 5: Administração e Empreendedor no Questionário Total (3 níveis)



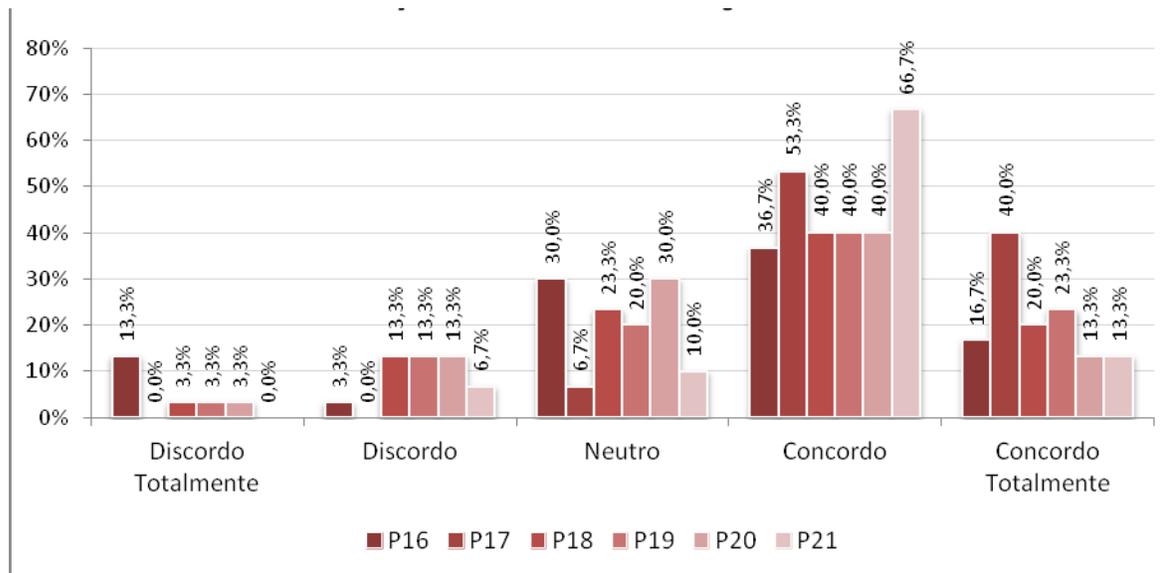
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 6: Pedagogia e Empreendedor no Questionário Total (3 níveis)



Fonte: Elaborado pela autora

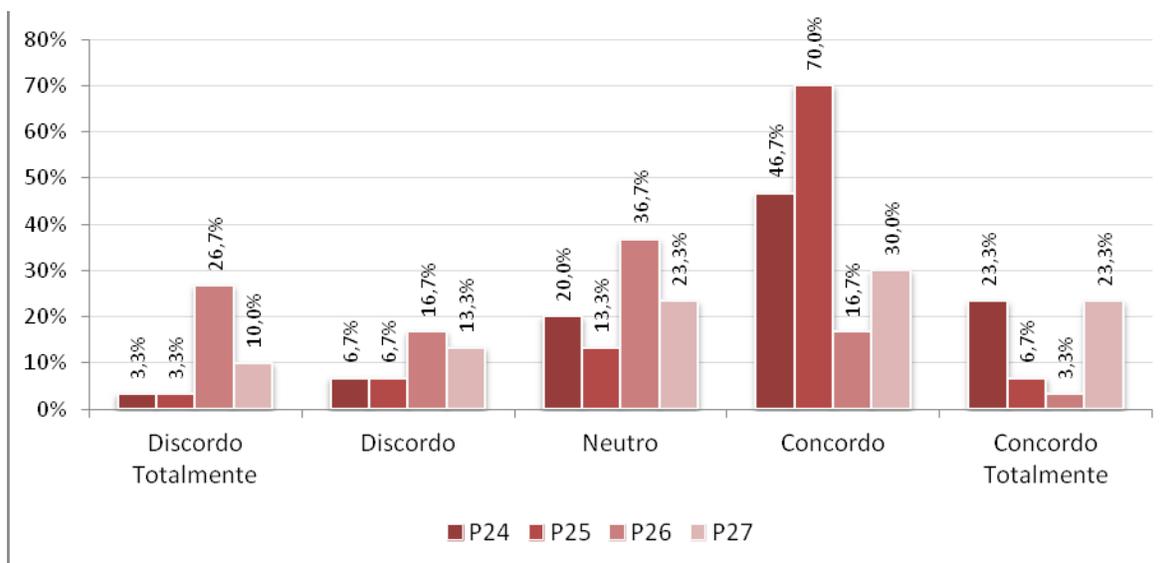
Gráfico 7: Hd - Distribuição das Questões de Autoconfiança para Administração-Fator realização



Fonte: Elaborado pela autora

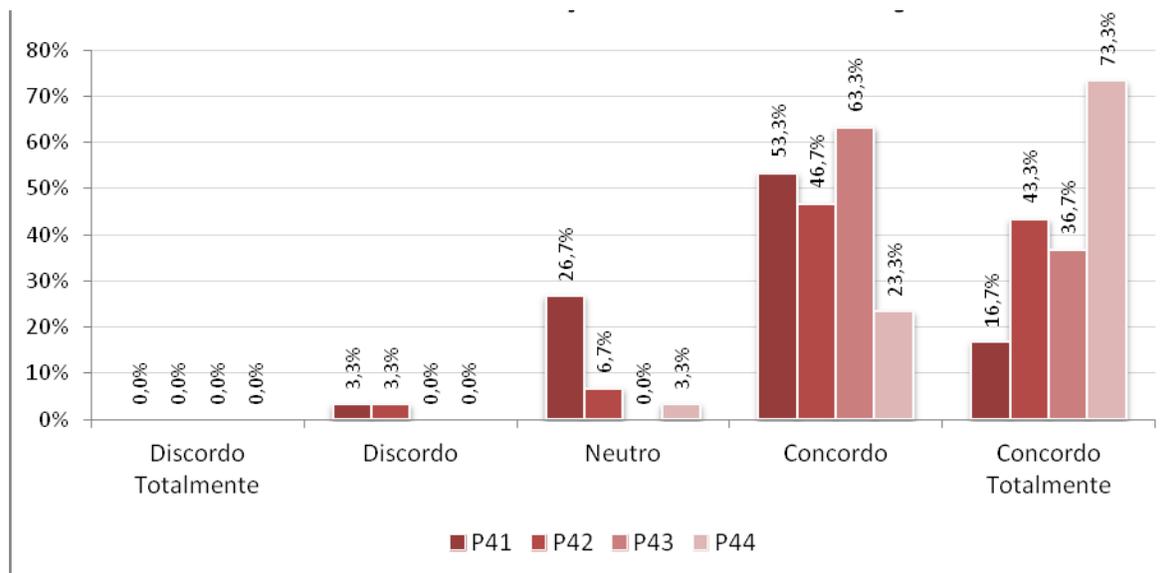
Legenda: P= proposição

Gráfico 8:He Distribuição das Questões de Busca da Informação para Administração-Fator Planejamento e Resolução de Problemas



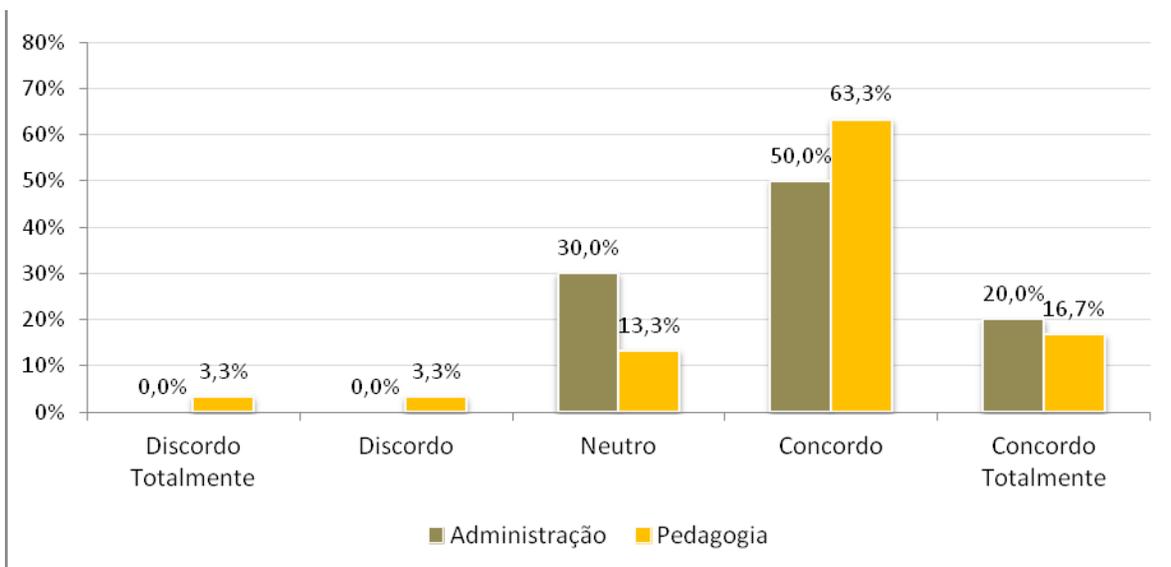
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 9: Hf - Distribuição das Questões de Persuasão e Redes de Contato para Administração –Fator Influência.



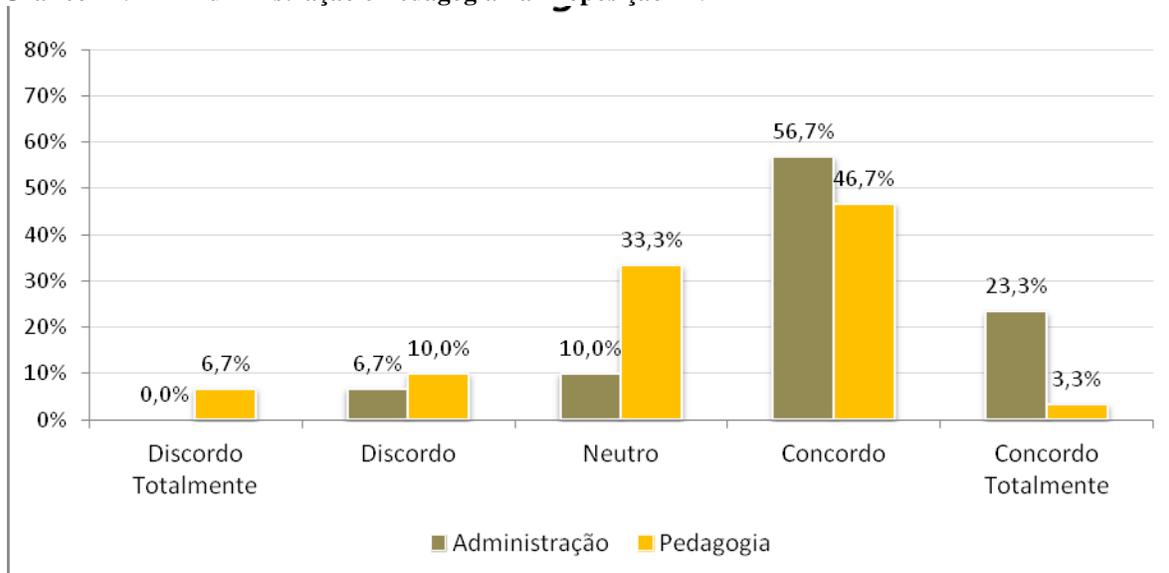
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 10: Hg - Administração e Pedagogia na Proposição nº 4



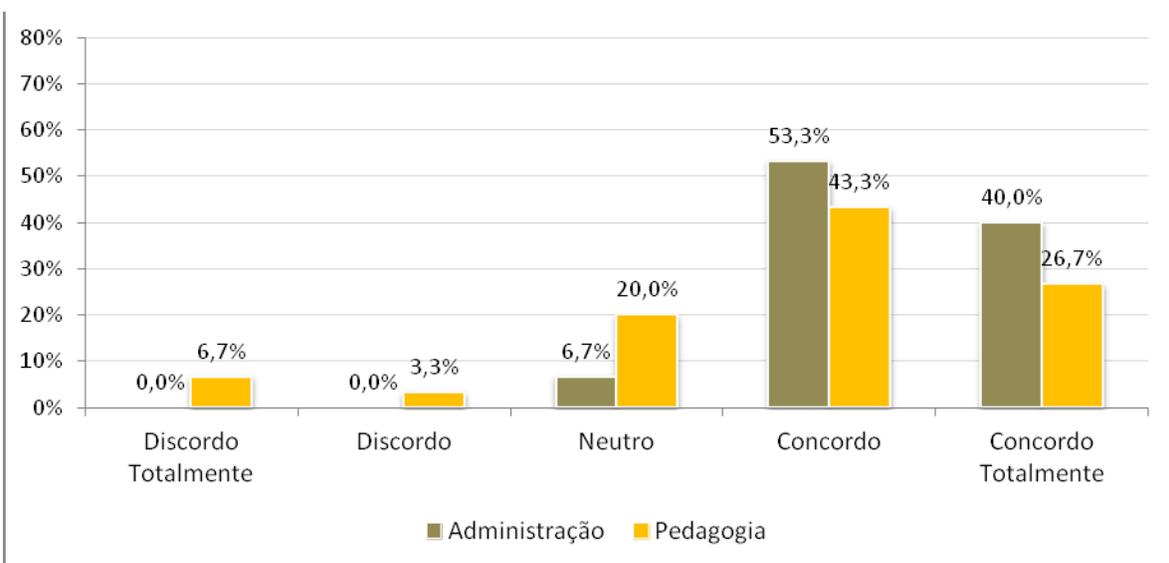
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 11:Hh - Administração e Pedagogia na Proposição nº 9



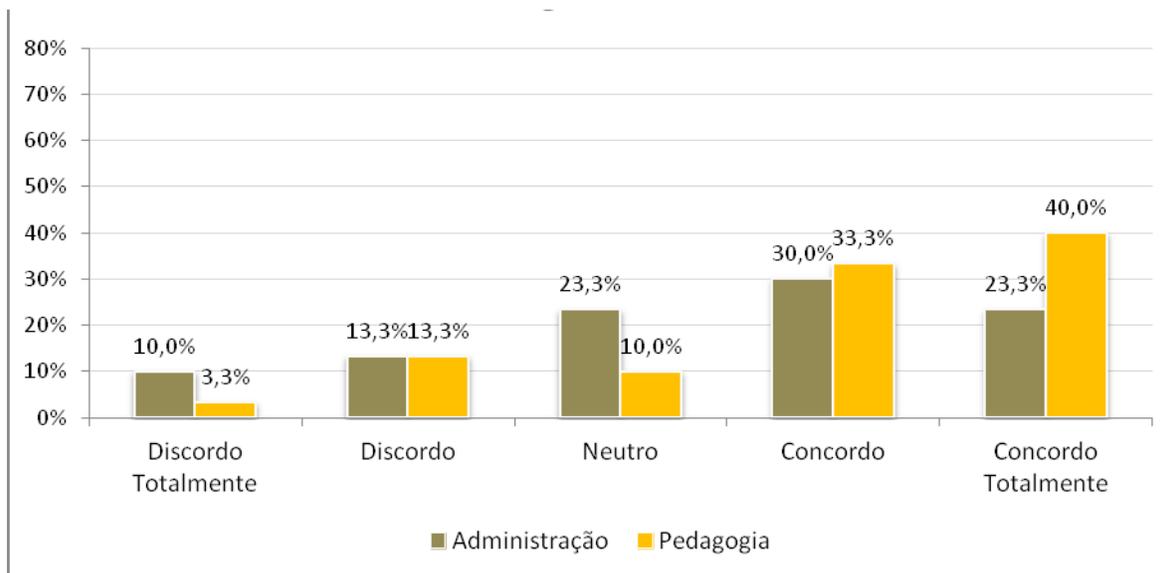
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 12:Hi - Administração e Pedagogia na Proposição nº 17



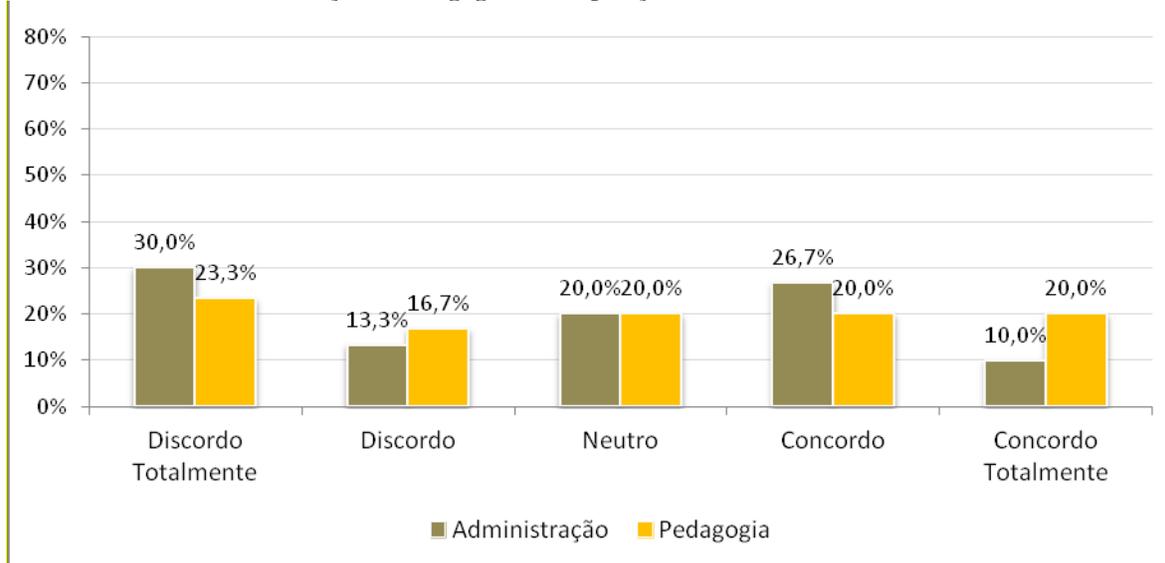
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 13:Hj - Administração e Pedagogia na Proposição nº 27



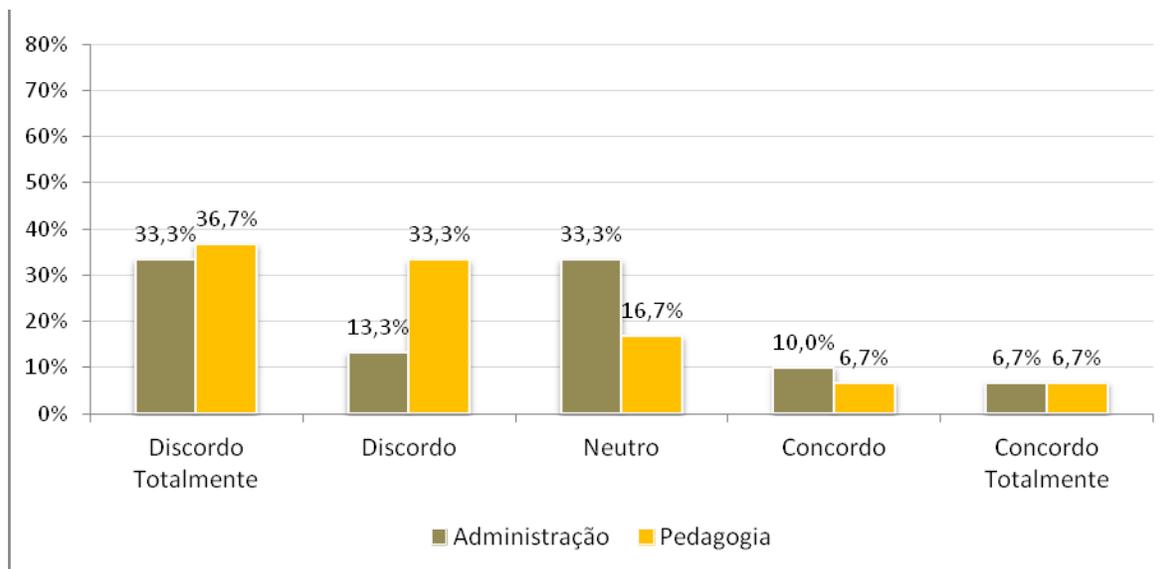
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 14:Hk - Administração e Pedagogia na Proposição nº 28



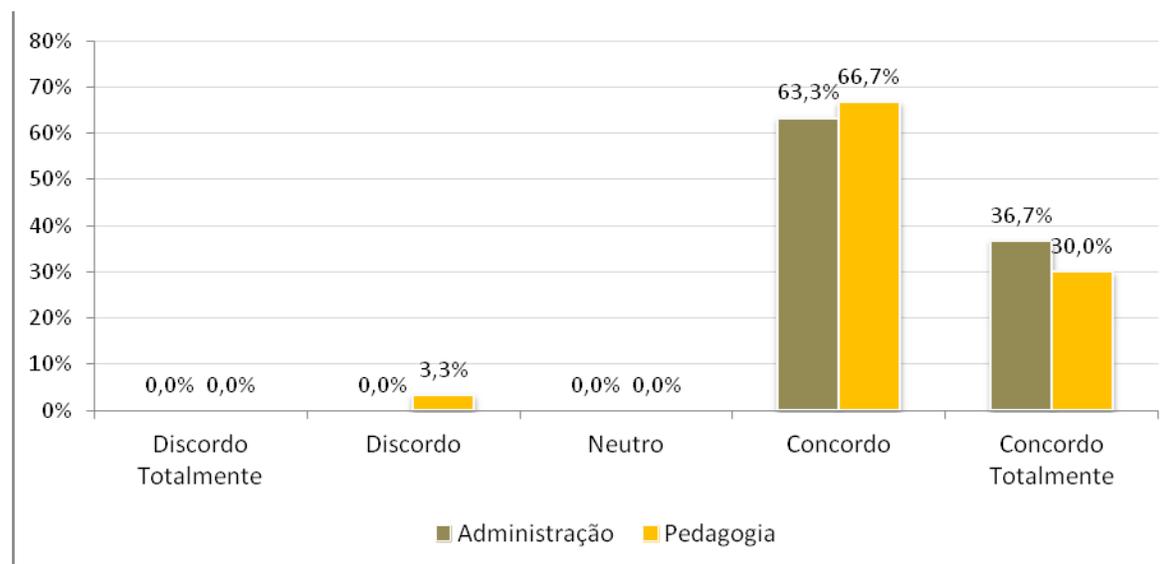
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 15:HI - Administração e Pedagogia na Pergunta 38



Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 16: HM Administração e Pedagogia na Proposição nº 43



Fonte: Elaborado pela autora

4. RESULTADOS

Este estudo trouxe uma análise do diagnóstico apresentado pela Escala *Likert* de cinco pontos referente à capacidade empreendedora dos jovens. Ao final, pretendeu-se verificar quais foram as características comportamentais predominantes em jovens universitários e micro, pequenos e médios empreendedores, com o objetivo de refletir sobre a importância do perfil e do comportamento dentro das culturas organizacionais, mostrando a importância dessas características no atual contexto globalizado e competitivo.

De acordo com os resultados, observa-se que:

- Administração apresenta 43,8% e Pedagogia apresenta 37,7% no questionário total (cinco níveis) no nível *concordo*, de acordo com Gráfico 1.
- Administração 43,8% e Empreendedor 36,6% no questionário total (cinco níveis) no nível *concordo*, de acordo com Gráfico 2.
- Pedagogia 37,7% e Empreendedorismo 36,6% no questionário total (cinco níveis) no nível *concordo*, de acordo com Gráfico 3.
- Administração 66,4% e Pedagogia 60,2% no questionário de (três níveis *discordo*, neutro e *concordo*), no nível *concordo*, de acordo com Gráfico 4.
- Administração 66,4% e Empreendedor 63,4% no questionário de três níveis, no nível *concordo*, conforme Gráfico 5.
- Pedagogia 60,2% e Empreendedor 63,4% no questionário de três níveis, no nível *concordo* de acordo com o Gráfico 6.

Com referência à distribuição das questões, de acordo com os Gráficos de 7 a 16, observou-se uma diferença mínima entre as respostas do nível *concordo* no questionário como um todo de cinco níveis, exceto o Gráfico 15, em que a maior resposta foi para o nível *neutro*, apresentando Administração 33,3% e Pedagogia 16,7% na proposição de nº 38.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo mostrou que os objetivos esperados não foram atingidos, pois a proposta era mensurar os resultados de um estudo para validação de um questionário aplicado com base na literatura de David C Mc Clelland, utilizando o modelo de qualificação empreendedora baseada nas características do comportamento empreendedor.

Os resultados evidenciaram que não foi possível elencar indicadores para a composição de uma escala de avaliação e medição da capacitação empreendedora de jovens, uma vez que o resultado mostrou-se muito próximo da amostra 1, administração, 2 pedagogia, e 3 empreendedor.

Uma questão relevante diz respeito ao fato de os entrevistados serem alunos da pesquisadora e talvez se sentissem constrangidos em responder, de forma verdadeira, o que pode ter mascarado os resultados.

Outra questão é que esses resultados não foram fiéis, tendo em vista o fato de os jovens alunos do curso de Administração e Pedagogia responder de forma rápida, não valorizando o teor da pesquisa científica. Pode-se entender essa atitude como consequência comportamental da geração Y.

Essa geração é conhecida como ‘conectados na internet’, que conseguem desempenhar suas funções em tempo simultâneo, dotados de muito talento e habilidades múltiplas nas questões desafiadoras do terceiro milênio. Tem novos hábitos, como: informação fácil e imediata, preferência por computadores a livros, digitar ao invés de escrever, ter amigos.

É perceptível que jovens da geração Y são imediatistas e desprovidos de qualquer tipo de preconceito; preferem somente o conforto e não têm grande preocupação com o sucesso profissional. Dão ênfase ao presente e não aceitam receitas para o futuro.

Segundo Sidnei Oliveira, em seu livro Geração Y, os indivíduos dessa geração se organizam e desempenham tudo ao mesmo tempo. É considerada uma geração multitarefas, e embora representem aparente desorganização, aprendem de maneira diferente das gerações anteriores.

É uma geração movida por causas. Preocupa-se mais consigo mesma, e adere às causas sociais, por exemplo, porque está preocupada com o mundo em que ela vai viver no futuro. Na questão do autoconhecimento, essa geração tem falhas, porque desde cedo os jovens são estimulados a ser vencedores, a sempre ganhar, sempre ter sucesso, sempre tirar notas altas.

É também a geração do videogame. Nos jogos, nunca perde. Não há modelo de perda e isso causa uma situação estranha para essa geração, porque como ela não lida muito com perdas, começa a adiar outro processo que é o de escolha.

Percebe-se que os universitários do primeiro ano do curso de Administração, bem como do curso de Pedagogia, no que se refere ao perfil e comportamento empreendedor, estão muitos próximos dos objetivos sugeridos na literatura de David C.Clelland, representados por jovens empreendedores do ramo do comércio.

Sugerem-se, para futuros estudos científicos, avaliar até que ponto o comportamento de jovens da chamada geração Y influencia os resultados das pesquisas científicas sobre comportamento empreendedor.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- AIUB, George *et al.* **Plano de Negócios: Indústria**. Porto Alegre: SEBRAE, 2002.
- ANDER-EGG, Ezequiel. **Introducción a las técnicas de investigación social para trabajadores sociales**. 7 ed. Buenos Aires :Humanistas 1978.
- AMIT, R. **Desafios para o desenvolvimento da teoria na pesquisa do empreendedorismo**. Revista de estudos de gestão, EUA, v. 5, n. 30, p. 815-834, 2003.
- AQUINO, C. **História empresarial vivida**. 1ª Ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- BAQUERO, G. **Testes psicométricos e projetivos**. São Paulo: Loyola, 1974.
- BASTOS, Cleverson L.; KELLER, Vicente. **Aprendendo Lógica**. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- BEER, M. **A alegria de vencer**. 3 ed.. São Paulo: Nobel, 1994.
- BOOTH, H. J.; PENNEBAKER, J. W. **As emoções e a imunidade**. Em M. LEWIS & J. M. HAVILANDS-JONES. **Manual de emoções**. (Org.) 2 ed. New York: Guilford Press, 2005.
- BRINGHENTI, Cassiano *et al.* **Empreendedorismo em organizações**. In: ENEMPRES - 1º Encontro Nacional de Empreendedorismo, 1999.
- BROWN, J. S. (2002). **Learning in the Digital Age. The Internet & the University**: Forum 2001, editado por Maureen Devlin, Richard Larson and Joel Meyerson, pp. 65-91. Publicado com um projecto conjunto do Forum for the Future of Higher Education and EDUCAUSE, 2002. [online] [consult 10-05-2004]. Disponível em http://www.johnseelybrown.com/learning_in_digital_age-aspen.pdf
- BROWN, J. S. (2002). **Growing Rowing up Digital - How the Web Changes Work, Education, and the Ways People Learn. The Internet & the University**: Forum 2001, editado por Maureen Devlin, Richard Larson and Joel Meyerson, pp. 65-91. Publicado com um projecto conjunto do Forum for the Future of Higher Education and EDUCAUSE, 2002. [online] [consult 10-05-2004]. Disponível em http://www.johnseelybrown.com/Growing_up_digital.pdf
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 2ª ed. São Paulo:McGraw-Hill, 2006.
- COLOMBO, Olívio P. **Anotações sobre o nosso sistema de valores**. Estudos Leopoldinenses, São Leopoldo, v. 24, n. 102, Filosofia n. 10, p. 05-22, jan./fev, 2008.

CONOVER, W. U. **Practical Nonparametric Statistics**, 1 ed. New York, John Wiley & Sons, 1971.

CRESWELL, J. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

DANIEL, W. W. **Bioestatistics: a foundation for Analysis in the Health Sciences**. 6th. Ed. Georgia/USA: John Wiley, 1995.

DAVID, Denise Elizabeth Hey. **Formação de docentes para o ensino de empreendedorismo: estudo de caso de CEFET-PR**. II Encontro Nacional de Empreendedorismo. 2000. Florianópolis, SC.

DEMO, Pedro. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000.

DENKER, A.F.M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DOLABELA, Fernando Celso. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. 1 ed. São Paulo: Cultura, 2000.

DOLABELA, Fernando Celso. **Oficina do empreendedor**. Seminário, Curitiba, 20-22 ago, 2001.

DRUCKER, Peter. **O Novo Papel da Administração**. Coleção Harvard de Administração. 4ª Ed. São Paulo: Nova Cultural, 1998.

EMPINOTTI, M. **Os Valores a Serviço da Pessoa Humana**. 4 ed.. Porto Alegre: Edipucrs, 1994.

FILION, Louis Jacques. **Visão e relações: elementos para um metamodelo da atividade empreendedora**. International Small Business Journal, n° .2: p. 26-40, 1991.

FREITAS, H; Cunha. **Aplicação de sistema de software para auxiliar na análise de conteúdo**. Revista de Administração da USP, São Paulo, v32, n.3, p.97, jul/set. 1997

FREITAS, M. E. **Cultura organizacional: formação, tipologias e impactos**. 5 ed. São Paulo: Makron, 2001.

GARDNER, Howard. **Inteligências Múltiplas: a teoria na prática**. 4 ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 2005.

GHIGLIONE, R. & MATALON, B. **O inquérito. Oeiras: Celta**. (1993). (Original publicado em 1985).

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas. 2008.

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas, v.35, n.2, p. 57-63, 1995a.

HASHIMOTO, M. **Espírito Empreendedor nas Organizações: Aumentando a Competitividade através do Intraempreendedorismo**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

HOMER, Pamela; KAHLE, Lynn R. **A Structural Equation Test of the Value-Attitude-comportamento hierarquia**. *Journal of Personality and social Psychology*, v. 54, n. 54, p. 638-64, 2008.

SIMON, Jairo da Fonseca & Martins Gilberto de Andrade. **Curso de Estatística**, 6 ed. São Paulo : Atlas, 1996 .

LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 2ª ed. São Paulo: Atlas. 2008.

LARSON, Ron; FARBER ,Bestsy. **Estatística aplicada**. 2.ed. São Paulo: Person Prentice hall, 2004. ISBN 8587918591

LEITE, Emanuel F. **Formação de Empreendedores e o papel das Incubadoras**. Universidade Católica de Pernambuco. Anais do I Encontro Nacional de Empreendedorismo, Florianópolis: UFSC, 1999.

LEZANA, A. e NEERMANN E. **Uma Visão Inovadora nas Tendências para Projetos de Implantação de Incubadoras**. In: Word Conference on Business Incubation, Rio de Janeiro, outubro de 1995.

LIKERT, Rensis "A Technique for the Measurement of Attitudes", *Archives of Psychology* 140: pp. 1-55, 1932

LIMA, L. **Atitudes: Estrutura e mudança**. In: J. Vala & M. B. Monteiro (Eds.), **Psicologia social**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2000.

LONGEN, M. T. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina, 1997.

MAROCO, João **Análise Estatística com utilização do SPSS** 2 ed. Silabo, Lisboa 2003 .

MARTINS, Gilberto de Andrade e THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MCLELLAND, David C. **A sociedade competitiva realização e processo social**. Rio de Janeiro: Expressão e cultura, 1972.

MCLELLAND, David C. **A sociedade ambiciosa**. (I) edições. Madrid: Guadarrama, 1961.

MINTZBERG, H. A Estruturação das organizações. IN: MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. **O processo estratégia**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MOTTA, Paulo Roberto. **A ciência e a arte de ser dirigente**. 9 ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.

MURRAY, R; SPIEGEL. **Estatística Coleção Schaum**, 3 ed. São Paulo: Afiliada, 1993.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y: O nascimento de uma nova versão de líderes**. São Paulo: Clube de Autores, 2010.

PEREIRA, H. J.; SANTOS, S. A. **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor**. 1 ed. Brasília: ed. SEBRAE, 2001.

PEREIRA, J.C.R. **Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais**. 2.ed. São Paulo: Edusp, 1999.

RAGAZZI, N. **Uma escala de atitudes em relação à Matemática**. São Paulo, USP. Dissertação de Mestrado, 1976.

RAMOS, José Maria Rodrigues. **Lionel Robbins: contribuição para a metodologia da economia**. São Paulo: Edusp, 1993.

REED, M. **Novo gerencialismo, poder profissional e governança organizacional em universidades do Reino Unido: Uma revisão e avaliação**. R. Amaral, G. A. Jones e Karseth B. (eds.). Que regem o ensino superior: perspectivas nacionais sobre governança institucional. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2006, pp. 163-186.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROMA, Vitor de Medina Coeli. **O empreendedor brasileiro: um estudo exploratório sobre personalidade, inteligência emocional e desempenho**. Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissionalizante em Administração como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Administração. Rio de Janeiro, 31 de outubro de 2006.

SEVERINO, Antonio José. **Metodologia do Trabalho Científico**. 20 ed. São Paulo: Cortez, 1996.

SCOTT, Cynthia D.; JAFFE, Dennis T.; TOBE, Glenn R. **Visão, valores e missão organizacional: construindo a organização do futuro**. 1 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2008.

SCHUMPETER, Joseph. **A teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico**. 4 ed. São Paulo. Abril Cultural, 2002

SILVA, Z. G. **O Perfil psicológico do empreendedor**. Belo Horizonte: Manual do Modelo CEFE-GTZ/LUSO CONSULT/CENTRO CAPE, 1991. In: VIDAL, F. A. B.; SANTOS FILHO, J.L Comportamento empreendedor do gerente-proprietário influenciando na vantagem competitiva de uma empresa varejista de médio porte. In: XXVII Encontro anual da ANPAD, 27, 2003, Atibaia. Anais... Atibaia: ANPAD, 2003.

TAMAYO, A. Valores organizacionais: sua relação com satisfação no trabalho, cidadania **organizacional e comprometimento afetivo**. Revista de Administração de Empresas, Vol. 33, n. 3, p. 56-63, Julho-Setembro. 2008.

TAVARES, Maria das Graças Pinho. Cultura organizacional: uma abordagem **antropológica de mudança**. 3 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

TIMMONS, Jeffrey F The Fiscal Contract: States, taxes and public services. Tese de Doutorado, University of California, San Diego, 2004

TOURAINE, Alain. **Crítica da modernidade**. 4 ed.. Petrópolis: Vozes, 2004.

VIEIRA, Sônia. **Bio Estatística Tópicos Avançados**. 2 ed. Rio de Janeiro. Campus, 2004.

VIEIRA, Sônia. **Introdução à Bioestatística**. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

ANEXO A - PROPOSIÇÕES INICIAIS DE LIKERT

Questionário - Características Comportamentais Empreendedoras - CCE		
<i>Número</i>	<i>Inv</i>	<i>Realização</i>
<i>BLOCO BOI - Busca de Oportunidade e Iniciativa</i>		
1		Eu busco as oportunidades que aparecem
2		Eu procuro enfrentar meus medos
3		Eu procuro tirar boas notas em todas as disciplinas, objetivando ser um bom profissional.
4		Eu procuro ler bons livros com o objetivo de aperfeiçoar meu vocabulário e agregar conhecimento
5		Eu procuro motivar meus amigos de grupo sempre que for preciso
6	#	Eu sempre persisto frente a uma tarefa complicada
7		Eu gosto de dar minha opinião durante as aulas e em trabalho em grupo
8		Eu me considero uma pessoa organizada
9		Eu tento mostrar que estou preparado para desempenhar alguma atividade, se, por exemplo, um chefe vetar a minha promoção.
<i>BLOCO EQE - Exigência de Qualidade e Eficiência</i>		
10		Eu geralmente procuro fazer as coisas de maneira rápida
11		Eu procuro fazer as coisas de maneira eficiente
12		Eu desenvolvo ou utilizo procedimentos para assegurar os padrões de qualidade
<i>BLOCO PE – Persistência</i>		
13	#	Eu raramente tenho paciência para refazer as coisas
14	#	Eu dificilmente atento aos detalhes de uma atividade
15		Eu mudo de estratégia para conseguir superar um obstáculo importante
16		Para completar uma tarefa eu ultrapasso os meus limites, me sacrificando, caso seja necessário.
17	#	Eu desisto, logo de cara, quando percebo que uma pessoa não gosta de mim
18		Eu procuro entender as pessoas com temperamento difícil
19		Eu procuro sempre estudar para me recuperar, quando vou mal na prova e o professor me dá uma nova chance.
20		Eu utilizo estratégias quando desejo influenciar alguém
21		Eu procuro sempre pessoas chave que possam me ajudar para atingir meus objetivos
22	#	Eu acabo sempre comprometendo alguém quando me envolvo em alguma confusão
23		Eu brigo com alguém para defender meu ponto de vista
24		Eu para conseguir uma boa comissão, sou até capaz de enganar o cliente
<i>BLOCO IA - Independência e Autoconfiança</i>		
25		Eu me candidataria a um cargo político, pois acredito que as pessoas que conheço são suficientes para a minha eleição.
26		Eu procuro aceitar as críticas negativas, ainda que me deixe aborrecido

27		Eu procuro fazer novas amizades no trabalho e na escola
BLOCO A- Autoconfiança		
28		Eu procuro me autoavaliar , quando um companheiro(a) termina comigo por achar que eu sou desleixado (a)
29		Eu mantenho meu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou resultados desanimadores
30		Eu sou confiante em minha capacidade de realizar uma tarefa difícil
31	#	Eu costumo aceitar a opinião das pessoas sobre a forma de me vestir
32	#	Eu fico incomodado quando as pessoas olham para mim com desconfiança
33	#	Eu só me arrisco quando tenho certeza
34		Eu viso ao lucro em todos os meus investimentos
35		Eu costumo ouvir as pessoas antes de resolver um problema
36		Eu tenho meu estilo de ser e isso me basta
Planejamento e Resolução de Problemas		
BLOCO CRC - Correr Riscos Calculados		
37		Eu me arrisco em situações. que implicam desafios ou riscos moderados
38		Eu acredito que correr risco faz parte da minha personalidade destemida
39	#	Eu me aproximo de alguém em uma festa, mesmo notando que a pessoa está acompanhada e não aparenta ser compromissada, ou seja, um casal de namorados ou casados.
40		Eu procuro evitar flertar com alguém que está acompanhado da pessoa amada
BLOCO BI - Busca de Informação		
41		Eu busco, por intermédio de amigos, informações sobre uma pessoa que me interessa
42		Eu uso site de buscas para conseguir informações sobre algo que me interessa
43		Eu costumo ouvir sugestões antes de decidir para onde ir no final de semana
44		Eu acredito nos meus amigos, mas procuro explicações quando algo sai errado
45		Eu costumo listar meus contatos no <i>orkut</i> , <i>facebook</i> ou demais <i>sites</i> de relacionamento para saber o que está acontecendo com os meus amigos,
46		Eu acredito que <i>sites</i> de relacionamentos são importantes para mim
47		Eu, quando, recebo uma correspondência em casa, que não é minha, eu procuro ver com os moradores da minha rua se conhecem a pessoa de quem é a correspondência.
BLOCO EM - Estabelecimento de Metas		
48	#	Eu prefiro ficar em casa se o tempo não tiver bom, do que viajar para o lugar dos meus sonhos
49		Eu estabeleço metas e objetivos que sejam desafiantes, e que tenham um significado pessoal
50		Eu defino metas para minha vida
51		Eu faço planos para o futuro
52		Eu me preparo para fazer o que desejo
BLOCO PMS-Planejamento e Monitoramento Sistemático		
53		Eu costumo planejar as tarefas e checo posteriormente se as mesmas foram realizadas
54		Eu avalio os resultados obtidos em um planejamento
55		Eu costumo conferir extratos e faturas
56		Eu faço planilhas de contas a pagar
57		Eu faço anotações de informações que acho que são importantes

58		Eu procuro controlar meus gastos, para que não exceda meu orçamento
59	#	Eu monitoro os horários de meu parceiro(a), pois isso me dá mais segurança
60		Eu tenho uma tendência em querer controlar as pessoas que gosto
61		Eu faço lista antes de ir às compras
62	#	Eu costumo fazer compras se estiver deprimido para me sentir melhor
Influência		
Bloco C – Comprometimento		
63		Eu sempre me comprometo em ajudar na organização de um evento realizado pela turma da escola
64		Eu me comprometo em participar de eventos organizados pela turma da escola, como por exemplo: uma formatura
BLOCO PEC - Persuasão e Redes de Contato		
65		Eu costumo fazer as coisas antes de ser solicitado
66		Eu procuro agir com responsabilidade para atingir minhas metas
67		Eu costumo colaborar com meus amigos se for preciso alcançar um objetivo
68	#	Nem sempre cumpro com meus compromissos
69		Eu respeito às normas existentes em cada estabelecimento que me encontro
70		Eu procuro ficar em casa estudando sempre que tenho uma avaliação
71		Eu sempre me dedico, pois almejo sempre me aperfeiçoar para ser um bom profissional
72		Eu penso que, para ser um bom profissional é necessário manter seus conhecimentos atualizados

ANEXO B – CAPUT DA ESCALA

Esta pesquisa, de cunho acadêmico, é parte integrante do Programa de Mestrado da Faculdade de Campo Limpo Paulista (Faccamp), e tem como objetivo principal avaliar o perfil dos jovens que almejam ser empreendedores, razão pela qual solicitamos a sua participação, e desde já agradecemos por sua disponibilidade.

O tempo médio de resposta não é superior a 10 (dez) minutos, mas ressaltamos que é apenas um parâmetro, podendo ser respondida dentro do tempo que V.Sa. achar adequado para a reflexão de cada questão.

Vale ressaltar que a pesquisa é anônima, sem identificação de qualquer natureza tanto das pessoas quanto das empresas respondentes.

Idade Até 20 anos 21 a 29 anos
Escolaridade Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós Graduação
Gênero Masculino Feminino
Vínculo Empregado Proprietário de Empresa Autônomo Não Empregado
Empresa Indústria Comércio Serviços

Neste questionário você vai encontrar uma série de frases que descrevem características empreendedoras e que foram levantadas em diferentes organizações de trabalho.

Para respondê-las leia as características descritas nas frases a seguir e anote junto a cada frase o número que melhor representa sua opinião, de acordo com a seguinte escala:

DT	Discordo Totalmente
DT	Discordo
I	Indiferente / Ignoro
C	Concordo
CT	Concordo totalmente

ANEXO C - VALIDADE DE CONTEÚDO PELOS ESPECIALISTAS

Aval Quest	Especialistas				Resultado da avaliação	Proposição
	E1	E2	E3	E4		
1	O	O	O	O	Manter	Eu busco as oportunidades que aparecem
2	Ox	O	Ox	O	Manter	Eu procuro enfrentar meus medos
3	O	O	Não	O	Manter	Eu procuro tirar boas notas em todas as disciplinas, objetivando seu um bom profissional.
4	O	O	Ox	O	Manter	Eu procuro ler bons livros com o objetivo de aperfeiçoar meu vocabulário e agregar conhecimento
5	O	O	O	O	Manter	Eu procuro motivar meus amigos de grupo sempre que precisa
6	O	O	O	O	Manter	Eu sempre persisto frente a uma tarefa complicada
7	O	O	Não	O	Manter	Eu gosto de dar minha opinião durante as aulas e em trabalho em grupo
8	Ox	O	O	O	Manter	Eu me considero uma pessoa organizada
9	Ox	Ox	Ox	Ox	Manter	Eu tento mostrar que estou preparado para desempenhar alguma atividade, mesmo que um chefe vete a minha promoção.
10	O	Nao	Nao	Nao	Eliminar	Eu geralmente procuro fazer as coisas de maneira rápida
11	O	O	O	O	Manter	Eu procuro fazer as coisas de maneira eficiente
12	O	O	O	O	Manter	Eu desenvolvo ou utilizo procedimentos para assegurar os padrões de qualidade
13	O	O	Ox	O	Manter	Eu tenho paciência para refazer as coisas
14	O	O	Ox	O	Manter	Eu atento aos detalhes de uma atividade
15	O	O	O	O	Manter	Eu mudo de estratégia para conseguir superar um obstáculo importante
16	O	Ox	Não	O	Manter	Para completar uma tarefa eu ultrapasso os meus limites, me sacrificando, caso seja necessário.
17	O	Não	Não	O	Manter	Eu procuro desistir logo de cara quando percebo que uma pessoa não gosta de mim
18	Ox	Ox	Ox	Ox	Manter	Eu procuro entender as pessoas com temperamento difícil
19	Ox	O	Ox	O	Manter	Eu procuro sempre estudar para me recuperar, quando vou mal na prova e o professor me dá uma nova chance.
20	O	Ox	O	O	Manter	Eu utilizo estratégias quando desejo influenciar alguém
21	O	Ox	Ox	O	Manter	Eu procuro sempre pessoas que possam me ajudar para atingir meus objetivos
22	Ox	Não	Não	Não	Eliminar	Eu acabo sempre comprometendo alguém quando me envolvo em alguma confusão

23	O	Não	Não	Não	Eliminar	Eu brigo com alguém para defender meu ponto de vista
24	Não	Não	Não	Não	Eliminar	Eu para conseguir uma boa comissão, sou capaz de enganar o cliente
25	O	Não	Ox	O	Manter	Eu me candidataria a um cargo político, pois acredito que as pessoas que conheço são suficientes para a minha eleição.
26	O	O	O	O	Manter	Eu procuro aceitar as críticas negativas, ainda que me deixe chateado
27	O	Ox	O	O	Manter	Eu procuro fazer novas amizades no trabalho e na escola
28	O	O	Ox	O	Manter	Eu procuro me auto avaliar , quando um companheiro(a) termina comigo por achar que eu sou desleixado (a)
29	O	Ox	Ox	O	Manter	Eu mantenho meu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou resultados desanimadores
30	O	O	O	O	Manter	Eu sou confiante em minha capacidade de realizar uma tarefa difícil
31	Ox	Nao	Ox	Ox	Manter	Eu costumo aceitar a opinião das pessoas sobre a forma de me vestir
32	O	Nao	Nao	O	Manter	Eu fico incomodado quando as pessoas olham para mim com desconfiança
33	O	Nao	O	O	Manter	Eu só me arrisco quando tenho certeza
34	O	Nao	Ox	Ox	Manter	Eu viso lucro em todos os meus investimentos
35	O	O	O	O	Manter	Eu costumo ouvir as pessoas antes de resolver um problema
36	O	Nao	Nao	Ox	Eliminar	Eu tenho meu estilo de ser e isso me basta
37	O	O	O	O	Manter	Eu me arrisco em situações que implicam desafios ou riscos moderados
38	O	Ox	Ox	O	Manter	Eu acredito que correr risco faz parte da minha personalidade destemida
39	O	Nao	Nao	Ox	Eliminar	Eu me aproximo de alguém em uma festa, mesmo notando que a pessoa está acompanhada e não aparenta ser compromissada, ou seja, um casal de namorados ou casados.
40	O	Ox	Nao	Ox	Manter	Eu procuro evitar flertar com alguém que está acompanhado da pessoa amada
41	O	Ox	Ox	O	Manter	Eu busco, por intermédio de amigos, informações sobre uma pessoa que me interessa
42	O	O	O	O	Manter	Eu uso <i>site</i> de buscas para conseguir informações sobre algo que me interessa
43	O	Nao	Ox	O	Manter	Eu costumo ouvir sugestões antes de decidir para onde ir no final de semana
44	O	Ox	O	O	Manter	Eu acredito nos meus amigos, mas procuro explicações quando algo sai errado
45	O	Nao	Ox	Ox	Manter	Eu costumo listar meus contatos no <i>orkut</i> , <i>facebook</i> ou demais <i>sites</i> de relacionamento para saber o que está acontecendo com os meus amigos,
46	Nao	Ox	O	Ox	Manter	Eu acredito que <i>sites</i> de relacionamentos são importantes para mim
47	Ox	Nao	O	Ox	Manter	Eu, quando, recebo uma correspondência em casa, que não é minha, eu procuro ver com os moradores da minha rua se conhecem a pessoa de quem é a correspondência.

48	Ox	Ox	Nao	Ox	Manter	Eu sou capaz de ficar em casa se o tempo não tiver bom , do que viajar para o lugar dos meus sonhos
49	O	O	O	O	Manter	Eu estabeleço metas e objetivos que são desafiantes e que tenham um significado pessoal
50	O	O	O	O	Manter	Eu defino metas para minha vida
51	O	O	O	O	Manter	Eu faço planos para o futuro
52	O	O	O	O	Manter	Eu me preparo para fazer o que desejo
53	O	O	O	O	Manter	Eu costumo planejar as tarefas e checo posteriormente se as mesmas foram realizadas
54	O	O	O	O	Manter	Eu avalio os resultados obtidos em um planejamento
55	O	O	O	O	Manter	Eu costumo conferir extratos e faturas
56	O	O	O	O	Manter	Eu faço planilhas de contas a pagar
57	O	O	O	O	Manter	Eu faço anotações de informações que acho que são importantes
58	O	O	O	O	Manter	Eu procuro controlar meus gastos, para que não exceda meu orçamento
59	O	Nao	Nao	O	Manter	Eu monitoro os horários de meu companheiro, pois isso me deixa mais segura
60	O	Nao	Nao	O	Manter	Eu tenho uma tendência em querer controlar as pessoas que gosto
61	O	Ox	O	O	Manter	Eu faço lista antes de ir as compras
62	O	Nao	Nao	O	Manter	Eu costumo fazer compras se estiver deprimido para me sentir melhor
63	O	Nao	O	O	Manter	Eu sempre me comprometo a ajudar na organização de um evento realizado pela turma da escola.
64	O	Ox	O	O	Manter	Eu me comprometo a participar de eventos organizados pela turma da escola, como por exemplo, uma formatura
65	O	Ox	O	O	Manter	Eu costumo fazer as coisas antes de ser solicitado
66	O	O	O	O	Manter	Eu procuro agir com responsabilidade para atingir minhas metas
67	O	O	O	O	Manter	Eu costumo colaborar com meus amigos se for preciso alcançar um objetivo
68	O	O	O	O	Manter	Eu sempre cumpro com meus compromissos
69	O	O	Ox	O	Manter	Eu respeito as normas existentes em cada estabelecimento que me encontro
70	Ox	O	O	O	Manter	Eu procuro ficar em casa estudando sempre que tenho uma avaliação
71	Ox	O	O	O	Manter	Eu sempre me dedico, pois almejo sempre me aperfeiçoar para ser um bom profissional
72	O	O	O	O	Manter	Eu penso que, para ser um bom profissional é necessário manter seus conhecimentos atualizados

ANEXO D - ÍNDICE DE CONSISTÊNCIA DAS PROPOSIÇÕES

Questionário - Características Comportamentais Empreendedoras - CCE			
<i>Número</i>	<i>Inv</i>	<i>Realização</i>	<i>I.C.</i>
BLOCO BOI - Busca de Oportunidade e Iniciativa			
1		Eu busco as oportunidades que aparecem	1.10
2		Eu procuro enfrentar meus medos	1.30
3		Eu procuro tirar boas notas em todas as disciplinas, objetivando seu um bom profissional.	x 0.20
4		Eu procuro ler bons livros com o objetivo de aperfeiçoar meu vocabulário e agregar conhecimento	1.00
5		Eu procuro motivar meus amigos de grupo sempre que for preciso	-1.10
6	#	Eu sempre persisto frente a uma tarefa complicada	-1.30
7		Eu gosto de dar minha opinião durante as aulas e em trabalho em grupo	2.10
8		Eu me considero uma pessoa organizada	-1.00
9		Eu tento mostrar que estou preparado para desempenhar alguma atividade, se por exemplo, um chefe vetar a minha promoção.	x -0.10
BLOCO EQE - Exigência de Qualidade e Eficiência			
11		Eu procuro fazer as coisas de maneira eficiente	2.60
12		Eu desenvolvo ou utilizo procedimentos para assegurar os padrões de qualidade	x -0.30
BLOCO PE – Persistência			
13	#	Eu raramente tenho paciência para refazer as coisas	-1.10
14	#	Eu dificilmente atento aos detalhes de uma atividade	x -0.60
15		Eu mudo de estratégia para conseguir superar um obstáculo importante	1.60
16		Para completar uma tarefa eu ultrapasso os meus limites, me sacrificando, caso seja necessário.	1.00
17	#	Eu desisto, logo de cara, quando percebo que uma pessoa não gosta de mim	-1.10
18		Eu procuro entender as pessoas com temperamento difícil	1.10
19		Eu procuro sempre estudar para me recuperar, quando vou mal na prova e o professor me dá uma nova chance.	x -0.60
20		Eu utilizo estratégias quando desejo influenciar alguém	1.70
21		Eu procuro sempre pessoas chave que possam me ajudar para atingir meus objetivos	2.40
BLOCO IA - Independência e Autoconfiança			
25		Eu me candidataria a um cargo político, pois acredito que as pessoas que conheço são suficientes para a minha eleição.	1.00
26		Eu procuro aceitar as críticas negativas, ainda que me deixe aborrecido	2.30
27		Eu procuro fazer novas amizades no trabalho e na escola	x -0.40
BLOCO A- Autoconfiança			

28		Eu procuro me auto avaliar , quando um companheiro(a) termina comigo por achar que eu sou desleixado (a)		1.70
29		Eu mantenho meu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou resultados desanimadores		-1.20
30		Eu sou confiante em minha capacidade de realizar uma tarefa difícil		1.70
31	#	Eu costumo aceitar a opinião das pessoas sobre a forma de me vestir		-1.50
32	#	Eu fico incomodado quando as pessoas olham para mim com desconfiança	x	-0.90
33	#	Eu só me arrisco quando tenho certeza		-2.10
34		Eu viso ao lucro em todos os meus investimentos		1.30
35		Eu costumo ouvir as pessoas antes de resolver um problema		2.20
Planejamento e Resolução de Problemas				2.10
BLOCO CRC - Correr Riscos Calculados				
37		Eu me arrisco em situações. que implicam desafios ou riscos moderados		2.60
38		Eu acredito que correr risco faz parte da minha personalidade destemida	x	0.20
40		Eu procuro evitar flertar com alguém que está acompanhado da pessoa amada		1.90
BLOCO BI - Busca de Informação				
41		Eu busco, por intermédio de amigos, informações sobre uma pessoa que me interessa		1.60
42		Eu uso <i>site</i> de buscas para conseguir informações sobre algo que me interessa	x	-0.10
43		Eu costumo ouvir sugestões antes de decidir para onde ir no final de semana		1.60
44		Eu acredito nos meus amigos, mas procuro explicações quando algo sai errado	x	0.20
45		Eu costumo listar meus contatos no <i>orkut</i> , <i>facebook</i> ou demais sites de relacionamento para saber o que está acontecendo com os meus amigos,	x	0.10
46		Eu acredito que sites de relacionamentos são importantes para mim		2.70
47		Eu, quando, recebo uma correspondência em casa, que não é minha, eu procuro ver com os moradores da minha rua se conhecem a pessoa de quem é a correspondência.		1.90
BLOCO EM - Estabelecimento de Metas				
48	#	Eu prefiro ficar em casa se o tempo não tiver bom, do que viajar para o lugar dos meus sonhos		1.10
49		Eu estabeleço metas e objetivos que são desafiantes e que tenham um significado pessoal		1.60
50		Eu defino metas para minha vida		1.70
51		Eu faço planos para o futuro		1.60
52		Eu me preparo para fazer o que desejo		1.20
BLOCO PMS-Planejamento e Monitoramento Sistemático				
53		Eu costumo planejar as tarefas e checo posteriormente se as mesmas foram realizadas	x	0.30
54		Eu avalio os resultados obtidos em um planejamento		1.10
55		Eu costumo conferir extratos e faturas		1.60
56		Eu faço planilhas de contas a pagar	x	0.60
57		Eu faço anotações de informações que acho que são importantes		1.50
58		Eu procuro controlar meus gastos, para que não exceda meu orçamento		2.40
59	#	Eu monitoro os horários de meu parceiro(a), pois isso me dá mais segurança		-1.10
60		Eu tenho uma tendência em querer controlar as pessoas que gosto	x	0.70
61		Eu faço lista antes de ir às compras		1.90

62	#	Eu costumo fazer compras se estiver deprimido para me sentir melhor		-1.60
Influência				
Bloco C – Comprometimento				
63		Eu sempre me comprometo em ajudar na organização de um evento realizado pela turma da escola		1.60
64		Eu me comprometo em participar de eventos organizados pela turma da escola, como por exemplo: uma formatura		2.00
BLOCO PEC - Persuasão e Redes de Contato				
65		Eu costumo fazer as coisas antes de ser solicitado		3.00
66		Eu procuro agir com responsabilidade para atingir minhas metas		1.50
67		Eu costumo colaborar com meus amigos se for preciso alcançar um objetivo		1.90
68	#	Nem sempre cumpro com meus compromissos		-1.20
69		Eu respeito as normas existentes em cada estabelecimento que me encontro	x	0.80
71		Eu sempre me dedico, pois almejo sempre me aperfeiçoar para ser um bom profissional	x	0.40
72		Eu penso que, para ser um bom profissional é necessário manter seus conhecimentos atualizados		1.20

ANEXO E - PROPOSIÇÕES ELIMINADAS NA ETAPA DE CONSISTÊNCIA INTERNA

<i>Número</i>	<i>Inv</i>	<i>Proposição</i>		<i>I.C.</i>
3		Eu procuro tirar boas notas em todas as disciplinas, objetivando ser um bom profissional.	x	0.20
9		Eu tento mostrar que estou preparado para desempenhar alguma atividade, se por exemplo, um chefe vetar a minha promoção.	x	-0.10
12		Eu desenvolvo ou utilizo procedimentos para assegurar os padrões de qualidade	x	-0.30
14	#	Eu dificilmente atento aos detalhes de uma atividade	x	-0.60
19		Eu procuro sempre estudar para me recuperar, quando vou mal na prova e o professor me dá uma nova chance.	x	-0.60
27		Eu procuro fazer novas amizades no trabalho e na escola	x	-0.40
32	#	Eu fico incomodado quando as pessoas olham para mim com desconfiança	x	-0.90
38		Eu acredito que correr risco faz parte da minha personalidade destemida	x	0.20
42		Eu uso site de buscas para conseguir informações sobre algo que me interessa	x	-0.10
44		Eu acredito nos meus amigos, mas procuro explicações quando algo sai errado	x	0.20
45		Eu costumo listar meus contatos no <i>orkut</i> , <i>facebook</i> ou demais sites de relacionamento para saber o que está acontecendo com os meus amigos,	x	0.10
53		Eu costumo planejar as tarefas e checo posteriormente se as mesmas foram realizadas	x	0.30
56		Eu faço planilhas de contas a pagar	x	0.60
60		Eu tenho uma tendência em querer controlar as pessoas que gosto	x	0.70
69		Eu respeito as normas existentes em cada estabelecimento que me encontro	x	0.80
71		Eu sempre me dedico, pois almejo sempre me aperfeiçoar para ser um bom profissional	x	0.40

ANEXO F – QUESTIONÁRIO VALIDADO PARA APLICAÇÃO

Questionário - Características Comportamentais Empreendedoras - CCE		
<i>Número</i>	<i>Inv</i>	<i>Realização</i>
<i>BLOCO BOI - Busca de Oportunidade e Iniciativa</i>		
1		Eu busco as oportunidades que aparecem
2		Eu procuro enfrentar meus medos
4		Eu procuro ler bons livros com o objetivo de aperfeiçoar meu vocabulário e agregar conhecimento
6	#	Eu sempre persisto frente a uma tarefa complicada
7		Eu gosto de dar minha opinião durante as aulas e em trabalho em grupo
<i>BLOCO EQE - Exigência de Qualidade e Eficiência</i>		
11		Eu procuro fazer as coisas de maneira eficiente
<i>BLOCO PE - Persistência</i>		
13	#	Eu raramente tenho paciência para refazer as coisas
15		Eu mudo de estratégia para conseguir superar um obstáculo importante
16		Para completar uma tarefa eu ultrapasso os meus limites, me sacrificando, caso seja necessário.
17	#	Eu desisto, logo de cara, quando percebo que uma pessoa não gosta de mim
18		Eu procuro entender as pessoas com temperamento difícil
20		Eu utilizo estratégias quando desejo influenciar alguém
21		Eu procuro sempre pessoas chave que possam me ajudar para atingir meus objetivos
<i>BLOCO IA - Independência e Autoconfiança</i>		
25		Eu me candidataria a um cargo político, pois acredito que as pessoas que conheço são suficientes para a minha eleição.
26		Eu procuro aceitar as críticas negativas, ainda que me deixe aborrecido
<i>BLOCO A- Autoconfiança</i>		
28		Eu procuro me autoavaliar, quando um companheiro(a) termina comigo por achar que eu sou desleixado (a)
30		Eu sou confiante em minha capacidade de realizar uma tarefa difícil
31	#	Eu costumo aceitar a opinião das pessoas sobre a forma de me vestir
33	#	Eu só me arrisco quando tenho certeza
34		Eu visio ao lucro em todos os meus investimentos
35		Eu costumo ouvir as pessoas antes de resolver um problema
Planejamento e Resolução de Problemas		
<i>BLOCO CRC - Correr Riscos Calculados</i>		
37		Eu me arrisco em situações. que implicam desafios ou riscos moderados
40		Eu procuro evitar flertar com alguém que está acompanhado da pessoa amada
<i>BLOCO BI - Busca de Informação</i>		
41		Eu busco, por intermédio de amigos, informações sobre uma pessoa que me interessa

43		Eu costumo ouvir sugestões antes de decidir para onde ir no final de semana
46		Eu acredito que sites de relacionamentos são importantes para mim
47		Eu, quando, recebo uma correspondência em casa, que não é minha, eu procuro ver com os moradores da minha rua se conhecem a pessoa de quem é a correspondência.
BLOCO EM - Estabelecimento de Metas		
48	#	Eu prefiro ficar em casa se o tempo não tiver bom, do que viajar para o lugar dos meus sonhos
49		Eu estabeleço metas e objetivos que são desafiantes e que tenham um significado pessoal
50		Eu defino metas para minha vida
51		Eu faço planos para o futuro
52		Eu me preparo para fazer o que desejo
BLOCO PMS-Planejamento e Monitoramento Sistemático		
54		Eu avalio os resultados obtidos em um planejamento
55		Eu costumo conferir extratos e faturas
57		Eu faço anotações de informações que acho que são importantes
58		Eu procuro controlar meus gastos, para que não exceda meu orçamento
61		Eu faço lista antes de ir as compras
62	#	Eu costumo fazer compras se estiver deprimido para me sentir melhor
Influência		
Bloco C - Comprometimento		
63		Eu sempre me comprometo em ajudar na organização de um evento realizado pela turma da escola
64		Eu me comprometo em participar de eventos organizados pela turma da escola, como por exemplo: uma formatura
BLOCO PEC - Persuasão e Redes de Contato		
65		Eu costumo fazer as coisas antes de ser solicitado
66		Eu procuro agir com responsabilidade para atingir minhas metas
67		Eu costumo colaborar com meus amigos se for preciso alcançar um objetivo
72		Eu penso que, para ser um bom profissional é necessário manter seus conhecimentos atualizados

ANEXO G – QUESTIONÁRIO VALIDADO APLICADO

Prezado respondente,

Esta pesquisa, de cunho acadêmico, é parte integrante do Programa de Mestrado da Faculdade de Campo Limpo Paulista (Faccamp), e tem como objetivo principal avaliar o perfil do jovens que almejam ser empreendedores, razão pela qual solicitamos a sua participação, e desde já agradecemos por sua disponibilidade. O tempo médio de resposta não é superior a 10 (dez) minutos, mas ressaltamos que é apenas um parâmetro, podendo ser respondida dentro do tempo que V.S.a melhor achar adequado para a reflexão de cada questão. Vale ressaltar que a pesquisa é anônima, sem identificação de qualquer natureza tanto das pessoas quanto das empresas respondentes.

Idade Até 20 anos 21 a 29 anos

Escolaridade Ensino Fundamental Ensino Médio Ensino Superior Pós Graduação

Gênero Masculino Feminino

Vínculo Empregado Proprietário de Empresa Autônomo Não Empregado

Empresa Indústria Comércio Serviços

Neste questionário você vai encontrar uma série de frases que descrevem características empreendedoras e que foram levantadas em diferentes organizações de trabalho.

Para responder, leia as características descritas nas frases a seguir e anote junto a cada frase o número que melhor representa sua opinião, de acordo com a seguinte escala:

1	2	3	4	5
Discordo Totalmente	Discordo	Nem Discordo Nem Concordo	Concordo	Concordo Totalmente

Q	Assertivas	1	2	3	4	5
1	Eu busco as oportunidades que aparecem					
2	Eu procuro enfrentar meus medos					
3	Eu procuro ler bons livros com o objetivo de aperfeiçoar meu vocabulário e agregar conhecimento					

4	Eu sempre persisto frente a uma tarefa complicada					
5	Eu gosto de dar minha opinião durante as aulas e em trabalho em grupo					
6	Eu procuro fazer as coisas de maneira eficiente					
7	Eu tenho paciência para refazer as coisas					
8	Eu mudo de estratégia para conseguir superar um obstáculo importante					
9	Para completar uma tarefa eu ultrapasso os meus limites, me sacrificando, caso seja necessário.					
10	Eu procuro desistir logo de cara quando percebo que uma pessoa não gosta de mim					
11	Eu procuro entender as pessoas com temperamento difícil					
12	Eu utilizo estratégias quando desejo influenciar alguém					
13	Eu procuro sempre pessoas que possam me ajudar para atingir meus objetivos					
14	Eu me candidataria a um cargo político, pois acredito que as pessoas que conheço são suficientes para a minha eleição					
15	Eu procuro aceitar críticas negativas ainda que me deixe chateado (a)					
16	Eu procuro me auto avaliar , quando um companheiro(a) termina comigo por achar que eu sou desleixado (a)					
17	Eu sou confiante em minha capacidade de realizar uma tarefa difícil					
18	Eu costumo aceitar a opinião das pessoas sobre a forma de me vestir					
19	Eu só me arrisco quando tenho certeza					
20	Eu viso lucro em todos os meus investimentos					
21	Eu costumo ouvir as pessoas antes de resolver um problema					
22	Eu me arrisco em situações que implicam desafios ou riscos moderados					
23	Eu evito flertar com alguém que está acompanhado da pessoa amada					
24	Eu busco, por intermédio de amigos, informações sobre uma pessoa que me interessa					
25	Eu costumo ouvir sugestões antes de decidir para onde ir ao final de semana					
26	Eu acredito que sites de relacionamentos são importantes para mim					

27	Eu, quando, recebo uma correspondência em casa, que não é minha, eu procuro ver com os moradores da minha rua se conhecem a pessoa de quem é a correspondência.					
28	Eu sou capaz de ficar em casa se o tempo não tiver bom, do que viajar para o lugar dos meus sonhos					
29	Eu estabeleço metas e objetivos que sejam desafiantes, e que tenham um significado pessoal					
30	Eu defino metas para minha vida					
31	Eu faço planos para o futuro					
32	Eu me preparo para fazer o que desejo					
33	Eu avalio os resultados obtidos em um planejamento					
34	Eu costumo conferir extratos e faturas					
35	Eu faço anotações de informações que acho que são importantes					
36	Eu procuro controlar meus gastos, para que não exceda meu orçamento					
37	Eu faço lista antes de ir às compras					
38	Eu costumo fazer compras se estiver deprimido para me sentir melhor					
39	Eu sempre me comprometo a ajudar na organização de um evento realizado pela turma da escola.					
40	Eu me comprometo a participar de eventos organizados pela turma da escola, como, por exemplo, uma formatura					
41	Eu costumo fazer as coisas antes de ser solicitado					
42	Eu procuro agir com responsabilidade para atingir minhas metas					
43	Eu costumo colaborar com meus amigos se for preciso alcançar um objetivo					
44	Eu penso que, para ser um bom profissional é necessário manter seus conhecimentos atualizados					

BLOCO- EQE EXIGÊNCIA DE QUALIDADE E EFICIÊNCIA

6	Eu procuro fazer as coisas de maneira eficiente						
---	---	--	--	--	--	--	--

BLOCO PE- PERSISTÊNCIA

7	Eu tenho paciência para refazer as coisas						
8	Eu mudo de estratégia para conseguir superar um obstáculo importante						
9	Para completar uma tarefa eu ultrapasso os meus limites, me sacrificando, caso seja necessário.						
10	Eu procuro desistir logo de cara quando percebo que uma pessoa não gosta de mim						
11	Eu procuro entender as pessoas com temperamento difícil						
12	Eu utilizo estratégias quando desejo influenciar alguém						
13	Eu procuro sempre pessoas que possam me ajudar para atingir meus objetivos						

BLOCO IA - INDEPENDÊNCIA E AUTOCONFIANÇA

14	Eu me candidataria a um cargo político, pois acredito que as pessoas que conheço são suficientes para a minha eleição						
15	Eu procuro aceitar críticas negativas ainda que me deixe chateado (a)						

BLOCO A - AUTOCONFIANÇA

16	Eu procuro me autoavaliar quando um companheiro(a) termina comigo por achar que eu sou desleixado (a)						
17	Eu sou confiante em minha capacidade de realizar uma tarefa difícil						
18	Eu costumo aceitar a opinião das pessoas sobre a forma de me vestir						
19	Eu só me arrisco quando tenho certeza						
20	Eu visio lucro em todos os meus investimentos						
21	Eu costumo ouvir as pessoas antes de resolver um problema						

PLANEJAMENTO E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS**BLOCO CRC - CORRER RISCOS CALCULADOS**

22	Eu me arrisco em situações que implicam desafios ou riscos moderados						
----	--	--	--	--	--	--	--

23	Eu procuro evitar flertar com alguém que está acompanhado da pessoa amada						
----	---	--	--	--	--	--	--

BLOCO BI - BUSCA DE INFORMAÇÃO

24	Eu busco, por intermédio de amigos, informações sobre uma pessoa que me interessa						
25	Eu costumo ouvir sugestões antes de decidir para onde ir ao final de semana						
26	Eu acredito que <i>sites</i> de relacionamentos são importantes para mim						
27	Eu, quando, recebo uma correspondência em casa, que não é minha, eu procuro ver com os moradores da minha rua se conhecem a pessoa de quem é a correspondência.						

BLOCO EM - ESTABELECIMENTO DE METAS

28	Eu sou capaz de ficar em casa se o tempo não tiver bom, do que viajar para o lugar dos meus sonhos.						
29	Eu estabeleço metas e objetivos que sejam desafiantes, e que tenham um significado pessoal						
30	Eu defino metas para minha vida						
31	Eu faço planos para o futuro						
32	Eu me preparo para fazer o que desejo						

BLOCO PMS - PLANEJAMENTO E MONITORAMENTO SISTEMÁTICO

33	Eu avalio os resultados obtidos em um planejamento						
34	Eu costumo conferir extratos e faturas						
35	Eu faço anotações de informações que acho que são importantes						
36	Eu procuro controlar meus gastos, para que não exceda meu orçamento						
37	Eu faço lista antes de ir às compras						
38	Eu costumo fazer compras se estiver deprimido para me sentir melhor						

INFLUÊNCIA**BLOCO C - COMPROMETIMENTO**

39	Eu sempre me comprometo a ajudar na organização de um evento realizado pela turma da escola.						
40	Eu me comprometo a participar de eventos organizados pela turma da escola, como por exemplo, uma formatura						

BLOBO PEC - PERSUASÃO E REDES DE CONTATOS

41	Eu costumo fazer as coisas antes de ser solicitado						
42	Eu procuro agir com responsabilidade para atingir minhas metas						
43	Eu costumo colaborar com meus amigos se for preciso alcançar um objetivo						
44	Eu penso que, para ser um bom profissional é necessário manter seus conhecimentos atualizados.						

