

RAE – CEA – 03P27

RELATÓRIO DE ANÁLISE ESTATÍSTICA

SOBRE O PROJETO:

**“TIPOS PSICOLÓGICOS ASSOCIADOS A VARIÁVEIS
ESTRATÉGICAS EM EMPREENDEDORES DE PEQUENA E
MICRO EMPRESA”.**

**Silvia Nagib Elian
Levindo David dos Santos**

São Paulo, de 2003.

**CENTRO DE ESTATÍSTICA APLICADA – CEA – USP
RELATÓRIO DE ANÁLISE ESTATÍSTICA – CÓDIGO 03P27**

TÍTULO: Relatório de análise estatística sobre o projeto: “Tipos psicológicos associados a variáveis estratégicas em empreendedores de pequena e micro empresa”.

PESQUISADORA: Rose Mary Almeida Lopes

ORIENTADORA: Anna Matilde Pacheco e Chaves Nagelschmidt.

INSTITUIÇÃO: Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo.

FINALIDADE: Doutorado.

RESPONSÁVEIS PELA ANÁLISE: Silvia Nagib Elian

Levindo David dos Santos

REFERÊNCIA DESTE TRABALHO: ELIAN, S. N., SANTOS, L. D., **Relatório de análise estatística sobre o projeto:** “Tipos psicológicos associados a variáveis estratégicas em empreendedores de micro e pequena empresa ” . São Paulo, IME-USP, 2003. (RAE-CEA-03P27)

FICHA TÉCNICA

REFERÊNCIAS:

- AGRESTI, A. (1990). **Categorical data analysis**. New York: Wiley, 558 p.
- BUSSAB, W. O. e MORETTIN, P. A. (2002). **Estatística Básica**. 5. ed. São Paulo: Saraiva. 526p.
- JOHNSON, R. A. and WICHERN, D.W.(1999). **Applied Multivariate Statistical Analysis**. 4.ed. New Jersey: Prentice Hall. 816p.
- JUNG, C. G. (1991).**Tipos psicológicos**. 1.ed. Petropólis RJ: Editora Vozes. 560p.
- KEIRSEY, D e BATES, M. (1984).**Character and Temperament Types**. 5.ed. Del Mar: Prometeus Book Cy, 270p.
- LOPES, R. M. (2002). **Entrepreneurial goals, time orientation and psychological types**. Boulder, Colorado: Babson Kauffmann Entrepreneurship Research. 15p.
- NETER, J., KUTNER, M. H., NACHTSHEIM, C. J. and WASSERMAN, W. (1996). **Applied linear statistical models: regression, analysis of variance and experimental design**. 4.ed. Homewood: Richard D. Irwing. 1408p.
- SEBRAE-SP (2001). **Sobrevivência e mortalidade das empresas Paulistas de 1 a 5 anos..** Site: www.sebraesp.com.br/pesquisa. Outubro/2001
- SEBRAE-SP (2000). **Participação das MPEs no total de pessoas ocupadas nas empresas paulistas.** Site: www.sebraesp.com.br/pesquisa. Agosto/1998.

PROGRAMAS COMPUTACIONAIS UTILIZADOS:

Microsoft Excel (versão 2000).
Microsoft Word for Windows (versão 2000).
Minitab for Windows (versão 13.1).
SPSS for Windows (versão 11).
SAS for Windows (versão 8).

TÉCNICAS ESTATÍSTICAS UTILIZADAS:

Análise Descritiva Unidimensional (03:010).
Análise Descritiva Multidimensional (03:020).
Associação e Dependência de Dados Qualitativos (06:020).
Testes de Hipóteses Paramétricas (05:010).
Análise de Regressão Clássica (07:020).

ÁREA DE APLICAÇÃO:

Psicologia (14:990).

ÍNDICE

ÍNDICE	5
Resumo	6
1. Introdução	7
2. Descrição do Estudo	7
3. Descrição das Variáveis	11
4. Objetivos	13
5. Análise Descritiva	13
6. Análise Inferencial	17
7. Conclusões.....	20
Apêndice A-Tabelas da Análise Descritiva	21
Apêndice B-Gráficos.....	33
Apêndice C-Tabelas da Análise Inferencial	44
Apêndice D-Questionário proposto pela pesquisadora.....	47
Apêndice E-Instrumento Keirsey.....	54

Resumo

Esse trabalho trata de uma análise de empreendedores de micro e pequenas empresas, associando tipos psicológicos classificados pelo Instrumento Keirsey com variáveis estratégicas que medem os objetivos do negócio, uso da intuição, a orientação do tempo e a preferência pelo uso de um planejamento.

Os resultados desse análise indicam que a variável Objetivo Atual está associada à participação no curso Empretec. Observou-se concordância entre a classificação da Intuição feita pelo instrumento Keirsey e o questionário, o que não acontece quando estuda-se a intuição medida pelo Instrumento Keirsey com relação à forma como o empreendedor avalia sua própria intuição. Com relação as médias de prazos que o empreendedor considera como sendo cada um dos futuros, não houve diferenças para os grupos Sensação e Intuição. Comparando-se o número médio de eventos esperados em cada um dos futuros, foi detectada diferença de médias entre os grupos para o Futuro distante.

Percebemos que as variáveis significativas para explicar a variação percentual de faturamento bruto foram: Empretec e Processa Informação. Quanto à variação percentual do lucro, não foi possível encontrar uma relação entre essa variável e as demais variáveis medidas.

1. Introdução

No Brasil, as micro e pequenas empresas, que representam 98% do total, exercem um papel significante na economia brasileira. Estudos realizados mostram que essas empresas são responsáveis por 35 milhões de empregados e 20% do produto interno bruto total (SEBRAE-SP, 2000).

Da mesma forma que 1,5 milhões de empresas do estado de São Paulo estão iniciando as suas atividades, em contrapartida, 1 milhão estão decretando falência (SEBRAE-SP, 2001). Uma das prováveis razões pela quais as empresas fracassam é a inexistência de um planejamento.

Segundo Lopes (2002), o crescimento e o sucesso estão vinculados à figura do empreendedor e sua vontade de crescer. A utilização de um planejamento, os seus objetivos de negócios, a forma como toma as decisões e sua orientação de tempo futuro são algumas características que podemos relacionar com o comportamento estratégico e que facilitam o sucesso de um empreendedor em seus negócios.

O estudo em questão concentra-se na análise de empreendedores de micro e pequenas empresas, associando tipos psicológicos classificados pelo Instrumento Kersey (Keirsey, 1988) com variáveis estratégicas que medem os objetivos quanto aos negócios, uso da intuição, orientação do tempo e a preferência pelo uso de um planejamento.

2. Descrição do Estudo

O estudo baseia-se em questionários aplicados a empreendedores de micro e pequenas empresas. Essa classificação de micro empresa (0 a 9 empregados) ou pequena empresa (10 a 99 empregados) é utilizada pelo Serviço Brasileiro de apoio às micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Foram analisados 115 empreendedores que de forma espontânea responderam a dois tipos de questionários:

- o primeiro aplicado pela pesquisadora (Apêndice D)
- o segundo corresponde ao Instrumento Keirsey (Apêndice E).

Para a seleção da amostra, foram utilizados os seguintes critérios: o empreendedor deveria ser o principal ou um dos principais responsáveis na tomada de decisões do negócio; a empresa deveria estar em funcionamento por no mínimo 2 anos.

O questionário aplicado pela pesquisadora era composto de 20 questões incluindo questões do tipo múltipla escolha, ordenação de itens e questões com respostas objetivas. As questões referiam-se à identificação do empreendedor e do seu principal empreendimento, objetivos quanto aos negócios, orientação de tempo, uso da intuição, uso de planejamento e resultado da variação percentual de faturamento bruto e de lucro nos três últimos anos para os empreendedores que possuíam esta informação.

O Instrumento Keirsey (Keirsey, 1988) é um instrumento de medida, composto por 70 questões de múltipla escolha. É baseado na teoria de Carl Jung, que afirma que o indivíduo pode ser caracterizado de acordo com quatro variáveis binárias, sendo que em cada uma, analisa-se um grupo de características pessoais.

Características pessoais relacionadas com os tipos psicológicos

Segundo Jung (1991), cada indivíduo apresenta comportamentos de ambos tipos psicológicos descritos a seguir, porém apenas um predomina sobre o outro. Essas características comuns podem estar relacionadas à atitude, à forma como processa informação, toma decisões e ao modo de vida.

Atitude: Refere-se à forma pela qual o indivíduo se relaciona com o mundo e com pessoas. Pode ser do tipo Extrovertido ou Introvertido.

Tipo Extrovertido (E): envolve-se com mundo externo, tende ser mais sociável, responde rapidamente, prefere a extensão à profundidade.	Tipo Introvertido(I): concentra-se em suas próprias idéias, é mais reservado, prefere pensar antes de responder, prefere a profundidade à extensão.
---	--

Processa Informação: Refere-se à forma pela qual o indivíduo recebe ou capta as informações que estão à sua volta.

Tipo Sensação (S): informação através dos cinco sentidos, percepção de detalhes, fatos concretos, tende a ser prático, tende a ser orientado para o presente.	Tipo Intuição (N): processamento rápido da informação, capta o global, visão imaginativa, confia no seu senso de direção, orientado para possibilidades futuras.
--	---

Toma decisões: Refere-se a forma pela qual o indivíduo baseia-se para tomar as suas decisões.

Tipo Pensamento (T): decisão baseada na lógica, imparcial, é racional e justo, motivado pelo desejo de realização, tende a ser mais objetivo.	Tipo Sentimento (F): decisão baseada em valores pessoais, é sensível e compreensível, deseja ser apreciado, tende a ser mais subjetivo.
--	--

Modo de vida: Refere-se ao modo pela qual o indivíduo prefere optar quanto a sua maneira de viver a vida.

Tipo Percepção (P):

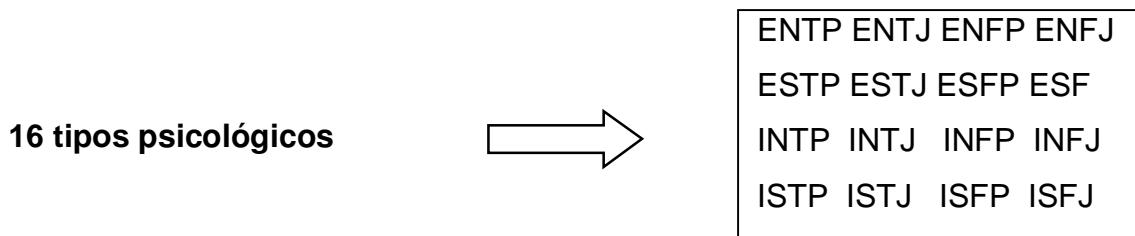
vive de forma mais espontânea,
tende a ser mais flexível,
adapta-se às novas situações,
objetivo muda com novas informações.

Tipo Julgamento (J):

prefere a vida mais estruturada,
tende a ser metódico e organizado,
gosta de definir e tomar decisões,
estabelece objetivo e trabalha para atingi-lo.

Os tipos psicológicos são formados através de combinações dos atributos: E (extrovertido) ou I (introvertido); S (sensação) ou N (intuição); T (pensamento) ou F (sentimento), P (percepção) ou J (julgamento), esquematizados na Figura 2.1.

Figura 2.1



Para cada empreendedor, o resultado é o tipo psicológico composto pelas combinações das quatro letras e uma nota para cada atributo representado por cada uma delas. Quando o valor dessa nota foi igual a zero, a pesquisadora considerou como empate, ou seja, esse empreendedor, mesmo sendo classificado com aquele tipo psicológico é tal que suas características não estão bem definidas. Um exemplo: um empreendedor classificado pelo Instrumento como ESTJ e com notas E=2, S=0, T=4 e J=10, apesar de ser considerado como tipo Sensação, não apresenta uma forte predominância dessa característica.

3. Descrição das Variáveis

3.1 Variáveis obtidas através do questionário

Variáveis respostas

✓ Objetivos quanto aos negócios

- **Objetivo Inicial:** Fazer crescer, Manter a família e Outros.
- **Objetivo Atual:** Fazer crescer, Manter a família e Outros.

- **Uso da Intuição**
- **Intuição:** Não Intuição e Intuição
- **Avaliação da Intuição:** Baixa e Alta.

✓ Planejamento

- **Uso de planejamento:** Sim e Não.
- **Tipo de planejamento:** Completo, Pontos Críticos, Oportunidades e Reajo à situação

✓ Preferência de Tempo

- **Prazo em meses que o empreendedor considera ser cada um dos futuros:** Futuro muito Próximo, Futuro Próximo, Futuro Distante e Futuro muito Distante
- **Número de eventos que espera ocorrer em cada um dos futuros:** Futuro muito Próximo, Futuro Próximo, Futuro Distante e Futuro muito Distante

✓ Performance do negócio

- **Variação percentual do faturamento bruto:** Variação Percentual do faturamento bruto (**ValFat**) nos três últimos anos (2000, 2001 e 2002) considerando como base o ano de 1999.

- **Variação percentual do lucro:** Variação percentual do lucro (**ValLucr**) nos três últimos anos (2000, 2001 e 2002) considerando como base o ano de 1999.
- **Faturamento bruto Quantitativo:** Faturamento bruto (**ValFatQ**) nos três últimos anos (2000, 2001 e 2002) considerando as categorias: Cresceu, Manteve-se estável e Decresceu
- **Lucro Quantitativo:** Lucro (**ValLucrQ**) nos três últimos anos (2000, 2001 e 2002), considerando as categorias: Cresceu, Manteve-se estável e Decresceu

Variáveis independentes

- **Idade:** Até 40 anos e Mais que 40 anos
- **Sexo:** Masculino e Feminino
- **Escolaridade:** Superior Completo ou Incompleto e Ensino Médio Completo ou Incompleto
- **UF:** SP e Outros
- **Empretec:** Participou alguma vez do curso de treinamento oferecido pelo SEBRAE: Sim e Não
- **Anos de existência:** Tempo de existência do empreendimento
Até 5 anos, 6 a 10 anos e Mais de 10 anos
- **Tamanho:** Classificação da empresa de acordo com o SEBRAE: Micro Empresa e Pequena Empresa

3.2 Variáveis medidas através do Instrumento Keirsey

Variáveis independentes

- **Tipos psicológicos mais freqüentes :** Apresenta os quatro tipos psicológicos mais freqüentes que apareceram na amostra (**Tipfreq**).

- **Atitude:** (E) Extrovertido e (I) Introvertido
- **Processa informação:** (S) Sensação e (N) Intuição
- **Toma Decisões:** (T) Pensamento e (S) Sentimento
- **Modo de vida:** Percepção (P) e Julgamento (J)

4. Objetivos

São objetivos desse trabalho:

- Relacionar Tipos psicológicos obtidos pelo Instrumento Keirsey com as variáveis respostas: Objetivos para negócios, Uso da Intuição, Planejamento, Preferência de tempo e Performance da empresa.
- Verificar se há diferenças entre os objetivos para empreendedores participantes ou não participantes do curso Empretec.
- Verificar se há concordância entre as variáveis medidas pelo Instrumento Keirsey e algumas variáveis do questionário proposto pela pesquisadora.
- Caracterizar os grupos de empresários mais bem sucedidos segundo um critério estabelecido.

5. Análise Descritiva

Com o objetivo de caracterizar a amostra, foi feita uma análise unidimensional das variáveis avaliadas.

Observou-se que dentre os que compuseram a amostra, metade possuía idade acima de 40 anos (Gráfico B.1) e a maioria era do sexo masculino (Gráfico B.2). Quanto à escolaridade, 87% possuíam nível superior completo ou incompleto (Gráfico B.3) e a maioria pertencia ao estado de São Paulo (Gráfico B.4). Dos empreendimentos analisados, a maior parte (78%) tinham mais de 5 anos de

funcionamento (Gráfico B.5) e 52% eram caracterizados como pequena empresa (Gráfico B.6). Com relação ao uso de planejamento (Gráficos B.7 e B.8), 60% dos empreendedores disseram que utilizavam planejamento entretanto observa-se que apenas 24% dos que responderam que utilizam um planejamento, realizam um planejamento completo. Outras informações sobre a utilização do planejamento podem ser obtidas a partir do Gráfico B.8.

Analizando-se as variáveis categorizadas relacionadas com faturamento e lucro nos três últimos anos (2000, 2001 e 2002); a grande maioria dos empreendedores respondeu que teve decréscimo de faturamento bruto e lucro. (Gráficos B.9 e B.10).

Considerando a classificação do Instrumento Keirsey (Gráfico B.11) percebemos que os tipos psicológicos mais freqüentes na amostra são, nessa ordem: ESTJ, ENTJ, ESFJ e ISTJ. Observando a Tabela A.1, verificamos que os tipos Julgamento e Extrovertido têm uma alta incidência e que predominam fortemente em relação ao tipo oposto.

Na Tabela A.2, foi analisado o Objetivo Atual dos empreendedores em função da participação ou não no curso Empretec. Esta análise indica que as proporções de empreendedores em cada uma das categorias de Objetivo Atual não são as mesmas para participantes e não participantes do curso Empretec, sugerindo uma associação entre Objetivo Atual e a participação no Empretec.

Analizando-se as proporções de empreendedores em cada uma das categorias de Objetivo Inicial (Tabela A.3), os dados sugerem que tais proporções não são as mesmas para as diferentes formas como se processa a informação. Já, na Tabela A.4, tais proporções estão próximas, sugerindo que não há associação entre Objetivo Atual e a variável Processa Informação. Analisando conjuntamente as Tabelas A.3 e A.4, observamos uma possível transferência de empreendedores do tipo Sensação e tipo Intuição, que inicialmente tinham como objetivo quando fundou o seu negócio o de manter a família, passando a Ter como objetivo atual fazer o empreendimento crescer.

Nas Tabelas A.5 e A.6, o objetivo era verificar se empreendedores classificados pelo instrumento Keirsey como tipo Intuição, também seriam classificados dessa maneira no questionário proposto pela pesquisadora. Calculados os coeficientes de

concordância para os dados dessas tabelas, os valores obtidos da estatística Kappa (Agresti, 1990) foram de 0,35 e 0,55 respectivamente. Na Tabela A.7 foi calculado o coeficiente de concordância para verificar se a avaliação que os empreendedores fazem de sua intuição tem concordância com a avaliação feita pelo instrumento Keirsey. O valor do coeficiente Kappa obtido foi de 0,17, indicando que há uma fraca concordância.

Analizando-se a Tabela A.8, observamos que a proporção de empreendedores que realizam o planejamento é bem maior para o tipo ISTJ, sugerindo uma associação entre uso de planejamento e tipos psicológicos mais freqüentes. A Tabela A.9, exibe uma igualdade de proporções para variável Uso de Planejamento segundo os níveis da variável Processa Informação, levando a dizer que não existe associação entre tais variáveis. Já, a Tabela A.10 indica uma possível associação entre Uso de Planejamento e Modo de Vida.

Na Tabela A.11 encontram-se as medidas descritivas associadas à variável Prazo de tempo para cada um dos futuros. Observamos que as médias e as medianas estão próximas para todos os prazos de futuros, exceto para variável Futuro Muito Distante. Considerando os desvios padrões, verificamos que a variabilidade aumenta conforme o prazo de tempo aumenta. A Tabela A.12 fornece medidas descritivas para o número de eventos esperados em cada um dos futuros. Observamos que as médias e os desvios padrões diminuem para prazos de futuro maiores, indicando que para um futuro mais distante, os empreendedores esperam poucos eventos.

As Tabelas A.13 e A.14 exibem a média e o desvio padrão para os prazos em cada um dos futuros de acordo com os níveis da variável Processa Informação. Observamos que, de modo geral, as médias para o tipo Intuição são um pouco maiores, porém a variabilidade é grande. Na Tabela A.13, os desvios padrões aumentam à medida que os prazos de futuros ficam maiores enquanto na Tabela A.14, podemos notar que acontece o oposto, à medida que os prazos de futuro aumentam, os desvios padrões diminuem.

Foram calculadas as medidas descritivas para as variáveis ValFat e ValLucr, presentes na Tabela A.15. Observamos que 50% dos menores valores de ValFat estão

entre 0 e 129,5 e que o máximo dessa variável é um valor muito acima dos demais. Analisando o Gráfico B.12, Boxplot da variável ValFat (Bussab e Morettin, 2002), podemos notar valores discrepantes. Tais valores, foram mantidos na análise, pois são valores importantes no estudo.

Para ValLucr 50% dos menores valores estão entre -195 e 100 (Tabela A.15). Através do Boxplot (Gráfico B.15), percebemos valores discrepantes positivos e negativos, que serão mantidos na amostra. Os valores negativos dessa variável indicam que nos anos de 2000 a 2002 o empreendedor teve prejuízo e precisou investir dinheiro no empreendimento. O Gráfico B.13 sugere que os valores de ValFat para o tipo Intuição são ligeiramente maiores do que para o tipo Sensação e se analisarmos essa variável segundo o Modo de vida (Gráfico B.14), não observamos diferenças nas distribuições, a menos da presença dos valores discrepantes, que ocorreram para empreendedores do tipo Julgamento. Analisando a variável ValLucr segundo a forma como Processa Informação (Gráfico B.16) e segundo a variável Modo de vida (Gráfico B.17), não observamos diferenças nas distribuições. Através do Gráfico B.18, notamos que os valores de ValFat são maiores para os empreendedores que têm como objetivo atual fazer o empreendimento crescer o mesmo acontece para ValLucr (Gráfico B.19).

O coeficiente de correlação entre ValFat e ValLucr foi de 0,37, indicando uma fraca associação entre essas variáveis, ao contrário do esperado. Através do Gráfico B.20 observamos uma alta concentração de valores da variável no 100, indicando empreendedores que não tiveram lucro. Notamos também a presença de vários empreendedores com um alto faturamento e baixo lucro.

Caracterização dos grupos que apresentaram maior lucro e faturamento bruto.

Com o objetivo de estabelecer o perfil dos empreendedores bem sucedidos, foram formados os grupos com base no seguinte critério: respectivamente pelos 25% empreendedores com maiores e menores valores das variáveis ValFat e ValLucr. Desejava-se verificar quais variáveis independentes estão associadas ao sucesso do empreendedor. Analisando as Tabelas A.16 a A.32, podemos traçar um possível perfil

do empreendedor de sucesso, ou seja empreendedor que teve maior lucro e maior faturamento:

- Tem idade até 40 anos (Tabelas A.16 e A.17).
- Seu empreendimento foi classificado como pequena empresa (Tabelas A.22 e A.23).
- Participou do curso Empretec (Tabelas A.24 e A.25).
- Classificado como tipo extrovertido (Tabelas A.28 e A.29).
- Classificado como tipo Pensamento (Tabelas A.32 e A.33).

Nas Tabelas A.30 e A.31, para a variável Processa Informação, notamos que o maior faturamento foi predominantemente de empreendedores do tipo Intuição, ao passo que o maior lucro foi predominantemente para o tipo Sensação. Observa-se ainda que as variáveis: Sexo (Tabelas A.18 e A.19), Escolaridade (Tabelas A.20 e A.21) e Modo de vida (Tabelas A.34 e A.35) parecem não caracterizar o sucesso dos empreendedores.

6. Análise Inferencial

Com a finalidade de verificar se há diferenças entre os objetivos para empreendedores participantes ou não do curso Empretec, foi realizado um teste de associação com base nos dados da Tabela A.2. Foram aplicados os testes exato e o teste da razão de verossimilhanças e através dos níveis descritivos ($p=0,038$ e $p=0,033$), podemos dizer que existe associação entre as variáveis Objetivo Atual e realização do Empretec.

Na análise de concordância entre as variáveis medidas pelo Instrumento Keirsey e pelo questionário proposto, Tabelas A.5 a A.7, foram construídos intervalos de 95% de confiança para os coeficientes Kappa (Tabela C.1). As variáveis Intuição medida pelo questionário e pelo Instrumento Keirsey têm uma concordância positiva, tanto para o caso com empates como no caso sem empates. Quando relacionamos a

Intuição medida pelo Instrumento Keirsey com a Avaliação de Intuição feita pelo próprio empreendedor no questionário, verificamos uma baixa concordância comparada com as demais.

Para verificar quais variáveis independentes são importantes na caracterização dos grupos com maior e menor faturamento, definidos na análise descritiva, foram realizados testes de associação. A Tabela C.2 apresenta os níveis descritivos obtidos nesse estudo. Podemos observar que as variáveis importantes foram: Empretec, Processa Informação e Tipos psicológicos mais freqüentes.

Uma análise idêntica foi feita para os grupos com menor e maior lucro. Através da Tabela C.3, notamos que, ao nível de significância de 5%, apenas a variável Atitude é importante para diferenciar os grupos. Observamos também que a variável Empretec é bastante significativa.

Na Tabela C.4 encontram-se os níveis descritivos dos testes de associação entre as variáveis medidas pelo Instrumento Keirsey e as variáveis do questionário. Observamos que a variável Objetivo Inicial tem associação com a Forma como Processa a Informação, já quando se trata do Objetivo Atual, não existe essa associação. Notamos ainda que a variável Uso de planejamento está associada às variáveis Processa Informação e ao Modo de Vida.

Foi realizado um teste de igualdade de vetores de médias (Johnson and Wichern, 1985), para comparar os grupos formados pelos tipos Sensação e Intuição com relação à variável Prazo de tempo que considera cada um dos futuros. Através do nível descritivo do teste ($p=0,645$), podemos concluir que as médias não diferem para os grupos Sensação e Intuição, nos quatro tipos de futuro considerados.

Para o número de eventos esperados em cada um dos futuros, foram realizados testes de igualdade de médias da distribuição de Poisson e também o teste usual admitindo a aproximação Normal para grandes amostras. Os níveis descritivos encontram-se na Tabela C.5. Considerando um nível de significância global de 5%, concluímos que existe diferença de médias entre os grupos apenas para a variável número de eventos esperados no futuro distante.

Na análise da relação das variáveis ValFat e ValLucr com as demais, a estratégia utilizada foi o ajuste de um modelo de regressão linear com todas as

variáveis independentes. Para a determinação das variáveis que deveriam permanecer no modelo, foram retiradas uma a uma as que não foram significativas até a obtenção do modelo final. As variáveis significativas para explicar ValFat foram: Empretec e Processa Informação. Os modelos proposto e ajustado considerados nesta análise são:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{Empretec} + \beta_2 \text{Processa} + \varepsilon, \quad \varepsilon \sim N(0, \sigma^2),$$

$$\hat{Y} = 99,7 + 43,2\text{Empretec} + 46,2\text{Processa}$$

com:

$$\text{Empretec} = \begin{cases} 1 & \text{Participou} \\ 0 & \text{Não participou} \end{cases} \quad \text{Processa Informação} = \begin{cases} 1 & \text{Intuição} \\ 0 & \text{Sensação} \end{cases}$$

Y = Valor da variação percentual de Faturamento Bruto

α = valor médio de ValFat quando o empreendedor não participou do curso empretec e é do tipo sensação,

β_1 = valor acrescido na média de ValFat quando o empreendedor passa a participar do curso empretec, fixada a variável Processa Informação e

β_2 = valor acrescido na média de ValFat quando o empreendedor passa do tipo sensação para o tipo Intuição, fixada, a variável Empretec.

A Tabela C.6 fornece as estimativas dos coeficientes do modelo, com seus respectivos intervalos de confiança. Na Tabela C.7, temos as estimativas para as médias de ValFat e os correspondentes intervalos. Observamos que a maior estimativa das médias de ValFat é para o empreendedor que é do tipo Intuição e participa do curso empretec e que o menor valor esperado de ValFat é para quem é do tipo Sensação e não participa do curso Empretec.

O mesmo procedimento foi aplicado à variável ValLucr, porém verificou-se que as variáveis independentes consideradas não são suficientes para explicar a Variação percentual do lucro.

7. Conclusão

Com base nas análises realizadas concluímos que:

- Há associação entre as variáveis Empretec e Objetivo Atual.
- Existe concordância entre a Intuição medida pelo Instrumento Keirsey e pelo questionário, o mesmo não acontece quando se refere às medidas do Instrumento Keirsey com relação à avaliação que o empreendedor faz da sua própria Intuição.
- As variáveis independentes importantes para a caracterização dos grupos com menor e maior faturamento foram: Empretec, TipoFreq e Processa Informação. Para os grupos menor e maior lucro foram: Empretec e Atitude.
- A variável Processa Informação está associada à variável Objetivo Inicial, mas não à variável Objetivo Atual.
- A variável Uso de Planejamento está associada às variáveis: Processa Informação e Modo de Vida. Quando analisamos as variáveis TipoFreq e Uso de planejamento, não detectamos associação.
- Não existem diferenças entre os prazos médios para cada um dos futuros quando comparamos os grupos Sensação e Intuição.
- Existe diferença de médias quando comparamos os tipos Sensação e Intuição com relação ao número de eventos que ele espera acontecer no futuro distante. Para os demais futuros, não houve diferença de médias.
- As variáveis significativas para explicar ValFat foram: Empretec e Processa Informação. Quanto à ValLucr, não foi possível encontrar uma relação com as demais variáveis medidas.

**Apêndice A
Tabelas da Análise Descritiva**

Tabela A.1 Frequência para cada um dos pares de tipos psicológicos segundo o Instrumento Keirsey

		Tipos	n	%
Classificação Instrumento Keirsey	Atitude	Extrovertido	83	82
		Introvertido	18	18
			101	100
	Processa informação	Sensação	58	56
		Intuição	45	44
			103	100
	Toma decisões	Pensamento	71	66
		Sentimento	36	34
			107	100
	Modo de vida	Percepção	10	9
		Julgamento	99	91
			109	100

Tabela A.2 Distribuição da variável Objetivo Atual de acordo com a realização do Empretec.

Empretec	Objetivo Atual			Total
	Fazer crescer	Manter a família	Outros	
Sim	58 (90%)	1 (2%)	5 (8%)	64 (100%)
Não	37 (72%)	4 (8%)	10 (20%)	51 (100%)
Total	95 (83%)	5 (4%)	15 (13%)	115 (100%)

Tabela A.3 Distribuição da variável Objetivo Inicial de acordo com a variável Processa Informação.

Processa Informação	Objetivo Inicial			Total
	Fazer crescer	Manter a família	Outros	
Sensação	34 (59%)	20 (34%)	4 (7%)	58 (100%)
Intuição	23 (51%)	10 (22%)	12 (27%)	45 (100%)
Total	57 (55%)	30 (29%)	16 (16%)	103 (100%)

Tabela A.4 Distribuição da variável Objetivo Atual de acordo com a variável Processa Informação.

Processa Informação	Objetivo Atual			Total
	Fazer crescer	Manter a família	Outros	
Sensação	46 (79%)	5 (9%)	7 (12%)	58 (100%)
Intuição	37 (82%)	0 (0%)	8 (18%)	45 (100%)
Total	83 (81%)	5 (5%)	15 (14%)	103 (100%)

Tabela A.5 Distribuição conjunta das variáveis Intuição medida pelo questionário e a variável Processa Informação medida pelo Instrumento Keirsey.

Questionário	Instrumento Keirsey			Total
	Não Intuição	Intuição	Empate	
Não Intuição	36 (64%)	10 (18%)	9 (18%)	55 (100%)
Intuição	9 (21%)	30 (68%)	6 (11%)	45 (100%)
Empate	6 (55%)	3 (27%)	2 (18%)	11 (100%)
Total	51 (46%)	43 (39%)	17 (15%)	111 (100%)

Tabela A.6 Distribuição conjunta das variáveis Intuição medida pelo questionário e a variável Processa Informação medida pelo Instrumento Keirsey sem os empates.

Instrumento Keirsey	Questionário		Total
	Não Intuição	Intuição	
Não Intuição	36 (78%)	10 (22%)	46 (100%)
Intuição	9 (23%)	30 (77%)	39 (100%)
Total	45 (53%)	40 (47%)	85 (100%)

Tabela A.7 Distribuição conjunta das variáveis Intuição medida pelo questionário e a variável Avaliação da Intuição medida pelo Instrumento Keirsey.

Instrumento Keirsey	Questionário		Total
	Baixa	Alta	
Baixa	5 (19%)	21 (81%)	26 (100%)
Alta	1 (7%)	31 (93%)	32 (100%)
Total	6 (10%)	52 (90%)	58 (100%)

Tabela A.8 Distribuição da variável Uso de Planejamento de acordo com a variável Tipos Psicológicos mais frequentes

TipFreq	Uso de Planejamento		Total
	Sim	Não	
ESTJ	21 (51%)	20 (49%)	41 (100%)
ENTJ	15 (79%)	4 (21%)	19 (100%)
ESFJ	7 (54%)	6 (46%)	13 (100%)
ISTJ	10 (83%)	2 (17%)	12 (100%)
Outros	16 (62%)	10 (38%)	26 (100%)
Total	69 (63%)	42 (37%)	111 (100%)

Tabela A.9 Distribuição da variável Uso de Planejamento de acordo com a variável Processa Informação

Processa Informação	Uso de Planejamento		Total
	Sim	Não	
Sensação	30 (52%)	28 (48%)	58 (100%)
Intuição	30 (72%)	12 (28%)	42 (100%)
Total	60 (60%)	40 (40%)	100 (100%)

Tabela A.10 Distribuição da variável Uso de Planejamento de acordo com a variável Modo de Vida

Modo de Vida	Uso de Planejamento		Total
	Sim	Não	
Percepção	3 (33%)	6 (67%)	9 (100%)
Julgamento	64 (65%)	34 (35%)	98 (100%)
Total	67 (63%)	40 (37%)	107 (100%)

Tabela A.11 Medidas descritivas para os Prazos (meses) que o empreendedor considera como sendo cada um dos futuros.

	N	Média	Desvio Padrão	Mediana	Minímo	Máximo
Futuro Muito Próximo	114	6,52	7,23	6	0	60
Futuro Próximo	112	15,18	13,62	12	1	90
Futuro Distante	113	38,52	28,51	36	6	120
Futuro Muito Distante	112	185,3	52,39	60	12	240

Tabela A.12 Medidas descritivas para o Número de eventos esperados em cada um dos futuros.

	N	Média	Desvio Padrão	Mediana	Minímo	Máximo
Futuro Muito Próximo	115	1,49	1,27	1	0	8
Futuro Próximo	115	1,71	1,24	2	0	5
Futuro Distante	115	0,83	0,96	1	0	4
Futuro Muito Distante	115	0,32	0,57	0	0	2

Tabela A.13 Medidas descritivas para os Prazos de períodos em meses para cada um dos futuros de acordo com a variável Processa Informação.

		Futuro Muito Próximo	Futuro Próximo	Futuro Distante	Futuro Muito Distante
Sensação	Média	5,49	14	36,54	69,05
	Desvio Padrão	4,38	11,90	27,10	51,09
Intuição	Média	6,51	14,73	38,33	67,11
	Desvio Padrão	5,76	11,78	27,54	49,02

Tabela A.14 Medidas descritivas para o número de eventos esperados em cada um dos futuros de acordo com a variável Processa Informação

		Futuro Muito Próximo	Futuro Próximo	Futuro Distante	Futuro Muito Distante
Sensação	Média	1,22	1,76	0,60	0,21
	Desvio Padrão	1,11	1,26	0,86	0,48
Intuição	Média	1,71	1,67	1,11	0,44
	Desvio Padrão	1,44	1,23	1,03	0,66

Tabela A.15 Medidas descritivas para a Variação Percentual de Faturamento Bruto e a Variação Percentual de Lucro

	VALFAT	VALLUCR
Média	143,52	102,82
Desvio Padrão	90,99	78,44
Mediana	129,50	100
Minímo	0	-195
Máximo	600	535
N	96	95

Tabela A.16 Distribuição da variável Idade de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	Até 40 anos	Mais de 40 anos	Total
Menor faturamento	10 (42%)	14 (58%)	24 (100%)
Maior faturamento	13 (54%)	11 (46%)	24 (100%)

Tabela A.17 Distribuição da variável Idade de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	Até 40 anos	Mais de 40 anos	Total
Menor lucro	8 (33%)	16 (67%)	24 (100%)
Maior lucro	12 (50%)	12 (50%)	24 (100%)

Tabela A.18 Distribuição da variável Sexo de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	Feminino	Masculino	Total
Menor faturamento	3 (12%)	21 (88%)	24 (100%)
Maior faturamento	3 (12%)	21 (88%)	24 (100%)

Tabela A.19 Distribuição da variável Sexo de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	Feminino	Masculino	Total
Menor lucro	2 (8%)	22 (92%)	24 (100%)
Maior lucro	5 (21%)	19 (79%)	24 (100%)

Tabela A.20 Distribuição da variável Escolaridade de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	Superior Completo ou Incompleto	Ensino Médio Completo ou Incompleto	Total
Menor faturamento	21 (88%)	3 (12%)	24 (100%)
Maior faturamento	21 (88%)	3 (12%)	24 (100%)

Tabela A.21 Distribuição da variável Escolaridade de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	Superior Completo ou Incompleto	Ensino Médio Completo ou Incompleto	Total
Menor lucro	22 (92%)	2 (8%)	24 (100%)
Maior lucro	22 (92%)	2 (8%)	24 (100%)

Tabela A.22 Distribuição da variável Tamanho do empreendimento de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	Micro	Pequena	Total
Menor faturamento	11 (46%)	13 (54%)	24 (100%)
Maior faturamento	6 (25%)	18 (75%)	24 (100%)

Tabela A.23 Distribuição da variável Tamanho do empreendimento de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	Micro	Pequena	Total
Menor lucro	10 (42%)	14 (58%)	24 (100%)
Maior lucro	7 (29%)	17 (71%)	24 (100%)

Tabela A.24 Distribuição da variável Empretec de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	Sim	Não	Total
Menor faturamento	9 (38%)	15 (62%)	24 (100%)
Maior faturamento	17 (71%)	7 (29%)	24 (100%)

Tabela A.25 Distribuição da variável Empretec de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	Sim	Não	Total
Menor lucro	8 (33%)	16 (67%)	24 (100%)
Maior lucro	15 (63%)	9 (37%)	24 (100%)

Tabela A.26 Distribuição da variável Anos de existência de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	1 a 5 anos	6 a 10 anos	10 ou mais	Total
Menor faturamento	2 (8%)	12 (50%)	10 (42%)	24 (100%)
Maior faturamento	4 (16%)	10 (42%)	10 (42%)	24 (100%)

Tabela A.27 Distribuição da variável Anos de existência de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	1 a 5 anos	6 a 10 anos	10 ou mais	Total
Menor lucro	3 (13%)	7 (29%)	14 (58%)	24(100%)
Maior lucro	3 (13%)	11 (46%)	10 (41%)	24 (100%)

Tabela A.28 Distribuição da variável Atitude de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	Introvertido	Extrovertido	Total
Menor faturamento	5 (24%)	16 (76%)	21 (100%)
Maior faturamento	3 (13%)	20 (87%)	23 (100%)

Tabela A.29 Distribuição da variável Atitude de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	Introvertido	Extrovertido	Total
Menor lucro	8 (38%)	13 (62%)	21 (100%)
Maior lucro	2 (9%)	20 (91%)	22 (100%)

Tabela A.30 Distribuição da variável Processa informação de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	Sensação	Intuição	Total
Menor faturamento	17 (81%)	4 (19%)	21 (100%)
Maior faturamento	11 (48%)	12 (52%)	23 (100%)

Tabela A.31 Distribuição da variável Processa informação de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	Sensação	Intuição	Total
Menor lucro	13 (62%)	8 (38%)	21(100%)
Maior lucro	12 (57%)	9 (43%)	21 (100%)

Tabela A.32 Distribuição da variável Toma Decisões de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	Sentimento	Pensamento	Total
Menor faturamento	4 (17%)	19 (83%)	23(100%)
Maior faturamento	3 (14%)	19 (86%)	22 (100%)

Tabela A.33 Distribuição da variável Toma Decisões de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	Sentimento	Pensamento	Total
Menor lucro	6 (26%)	17 (74%)	23 (100%)
Maior lucro	3 (14%)	19 (86%)	22 (100%)

Tabela A.34 Distribuição da variável Modo de Vida de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	Percepção	Julgamento	Total
Menor faturamento	1 (4%)	22 (96%)	23 (100%)
Maior faturamento	2 (9%)	20 (91%)	22 (100%)

Tabela A.35 Distribuição da variável Modo de vida de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	Percepção	Julgamento	Total
Menor lucro	2 (9%)	21(91%)	23(100%)
Maior lucro	3 (13%)	20 (87%)	23 (100%)

Tabela A.36 Distribuição da variável Tipos Psicológicos mais frequentes de acordo com os grupos menor e maior faturamento.

	ESTJ	ENTJ	ESFJ	ISTJ	Outros	Total
Menor faturamento	13 (54%)	1(4%)	2 (8%)	5 (21%)	3 (13%)	24 (100%)
Maior faturamento	10 (42%)	6 (25%)	2 (8%)	0 (0%)	6 (25%)	24 (100%)

Tabela A.37 Distribuição da variável Tipos Psicológicos mais frequentes de acordo com os grupos menor e maior lucro.

	ESTJ	ENTJ	ESFJ	ISTJ	Outros	Total
Menor lucro	7 (29%)	2 (9%)	2 (8%)	6 (25%)	7 (29%)	24 (100%)
Maior lucro	12 (50%)	5 (21%)	2 (8%)	1 (4%)	4 (17%)	24 (100%)

Apêndice B Gráficos

Gráfico B.1 Gráfico de setores para variável Idade.

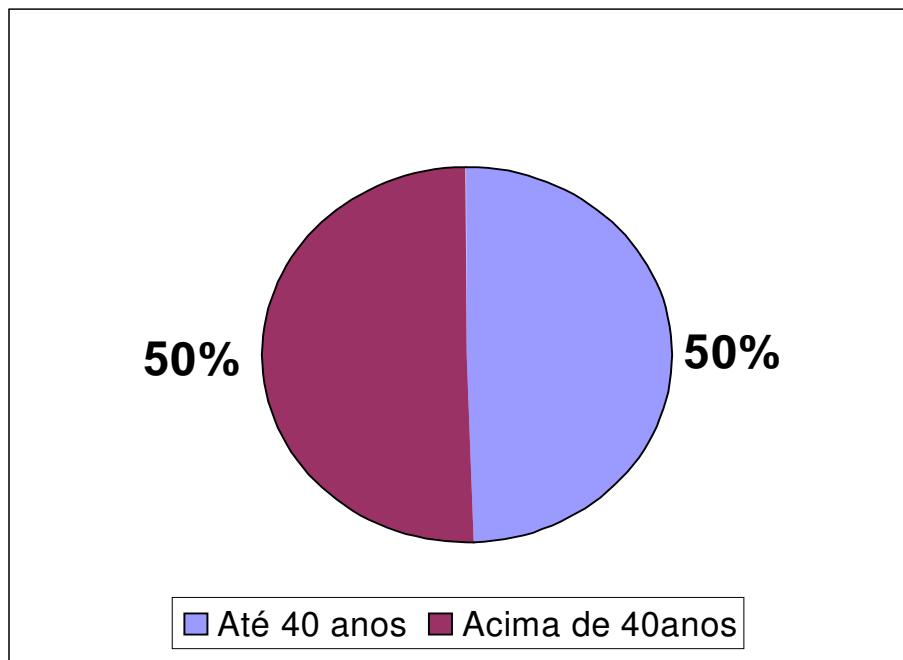


Gráfico B.2 Gráfico de setores para variável Sexo

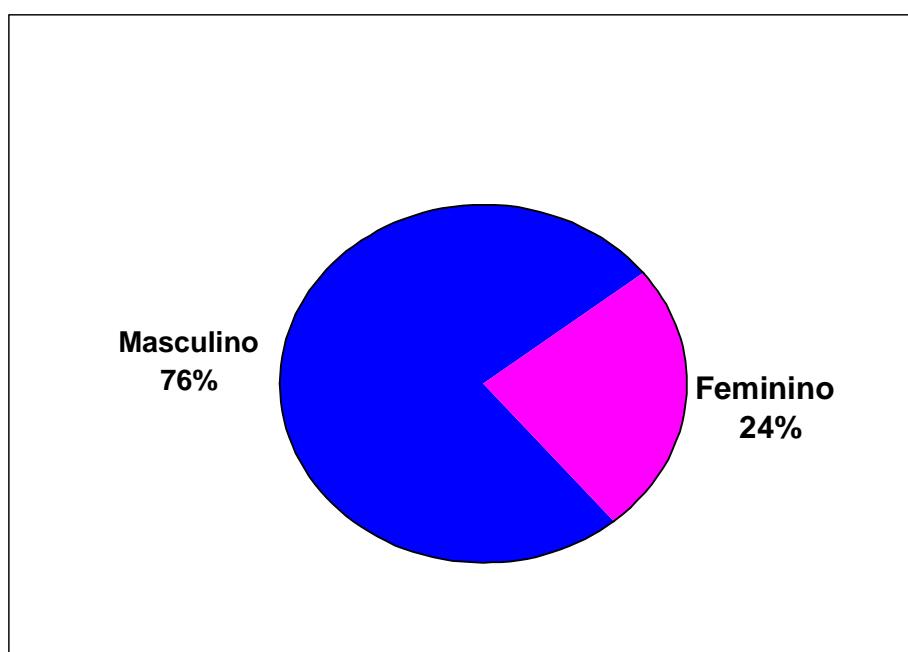


Gráfico B.3 Gráfico de setores para variável Escolaridade.

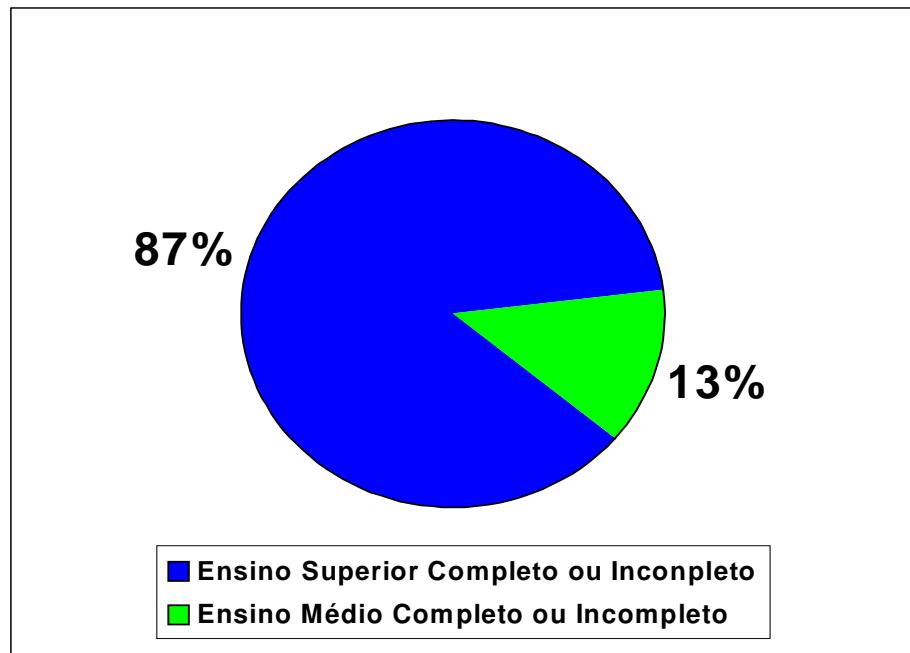


Gráfico B.4 Gráfico de setores para a variável Estado.

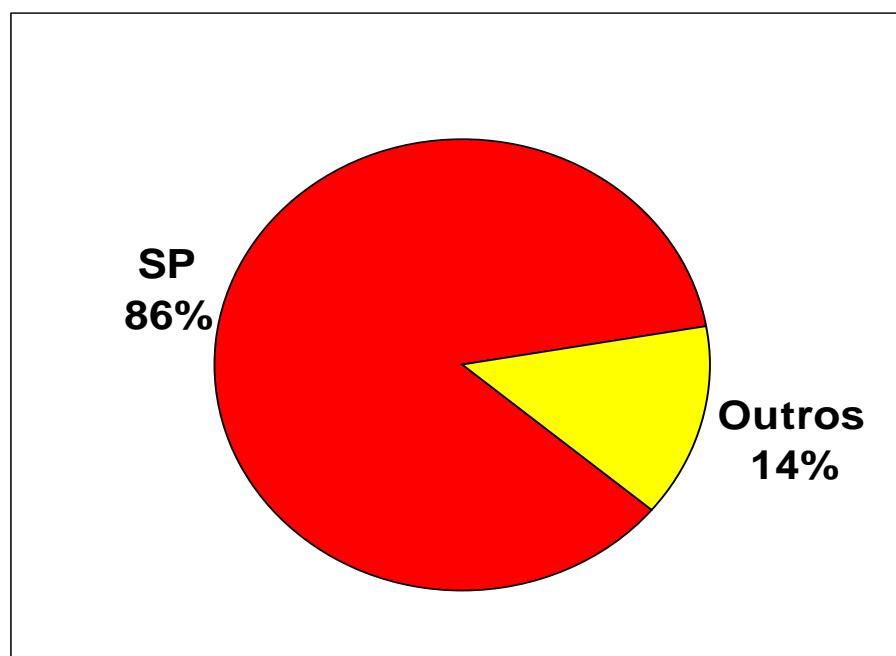


Gráfico B.5 Gráfico de setores para variável Anos de existência

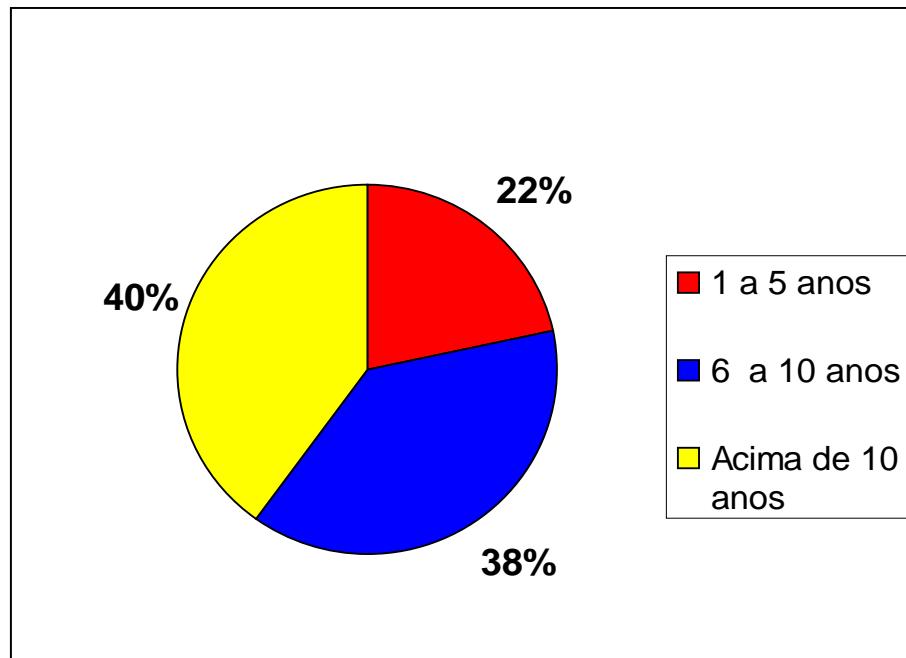


Gráfico B.6 Gráfico de setores para a variável Tamanho do empreendimento

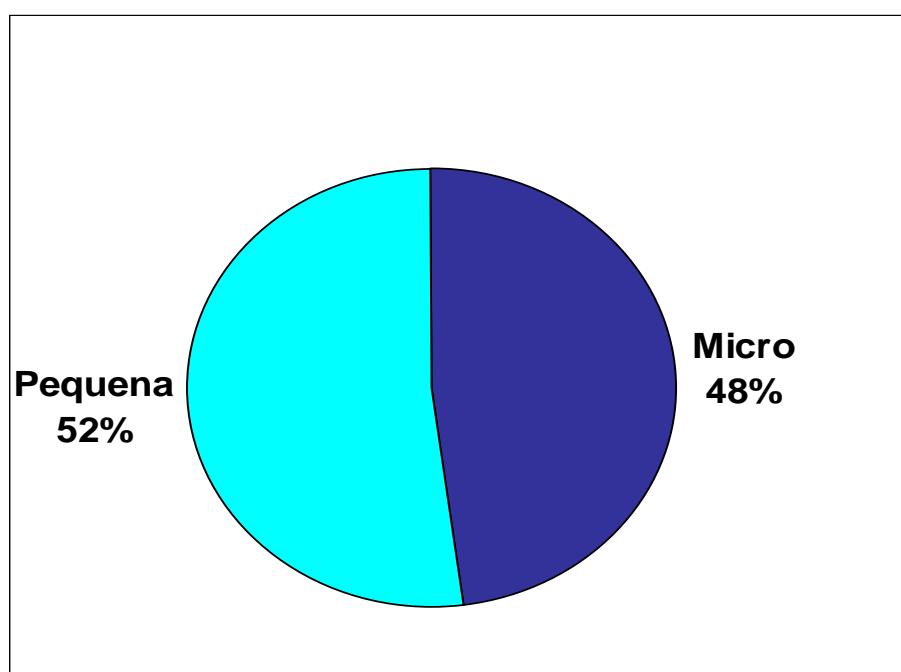


Gráfico B.7 Gráfico de setores para variável Uso de Planejamento.

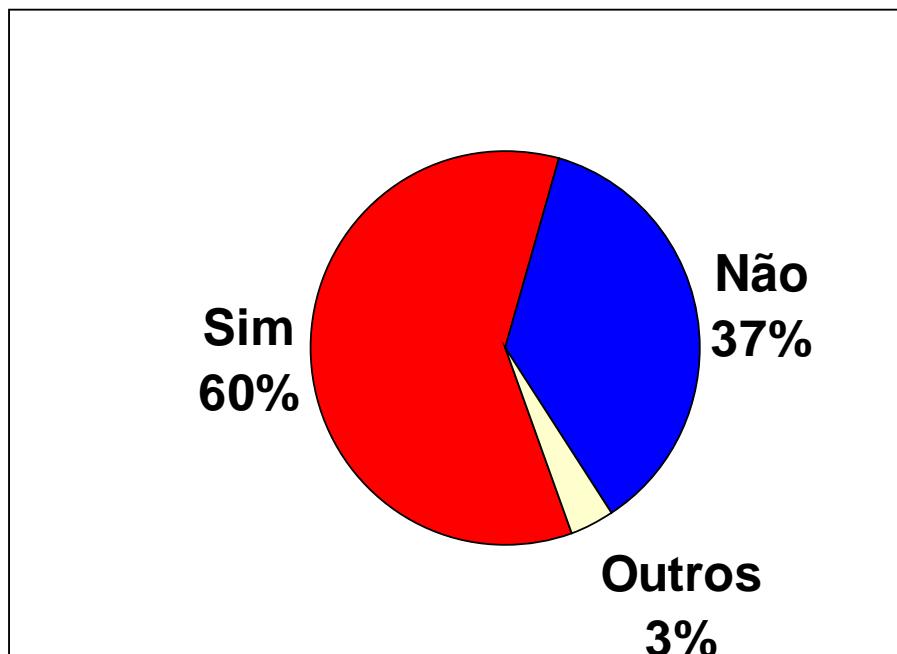


Gráfico B.8 Gráfico de setores para variável Tipo de Planejamento

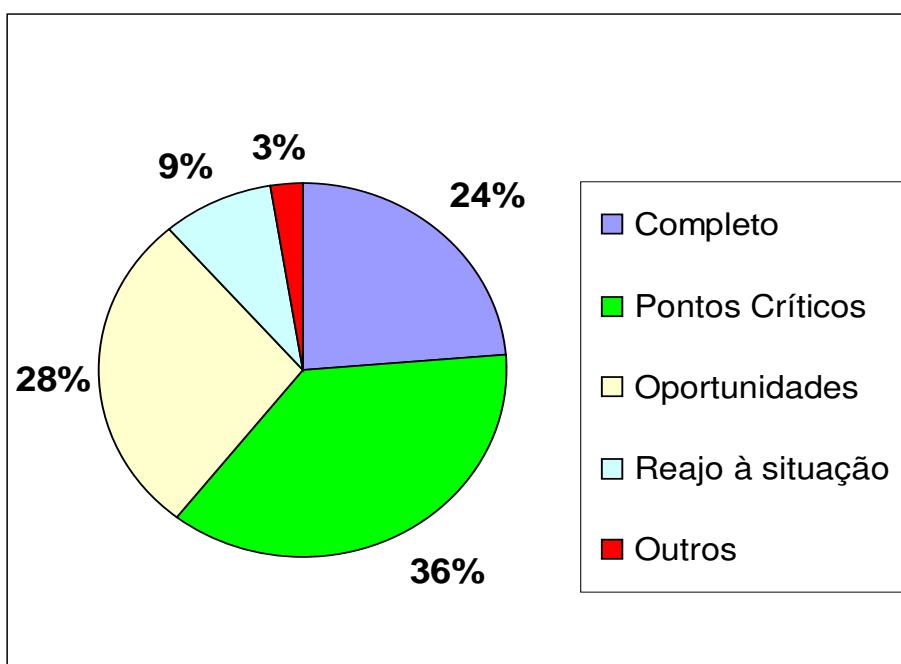


Gráfico B.9 Gráfico de barras para o Faturamento Bruto nos anos de 2000 a 2002.

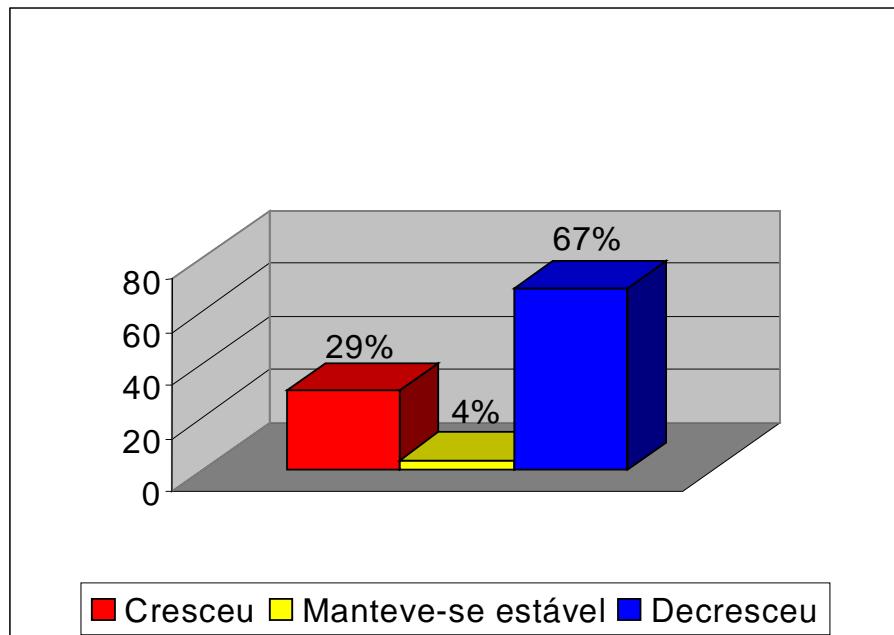


Gráfico B.10 Gráfico de barras para o Lucro nos anos de 2000 a 2002.

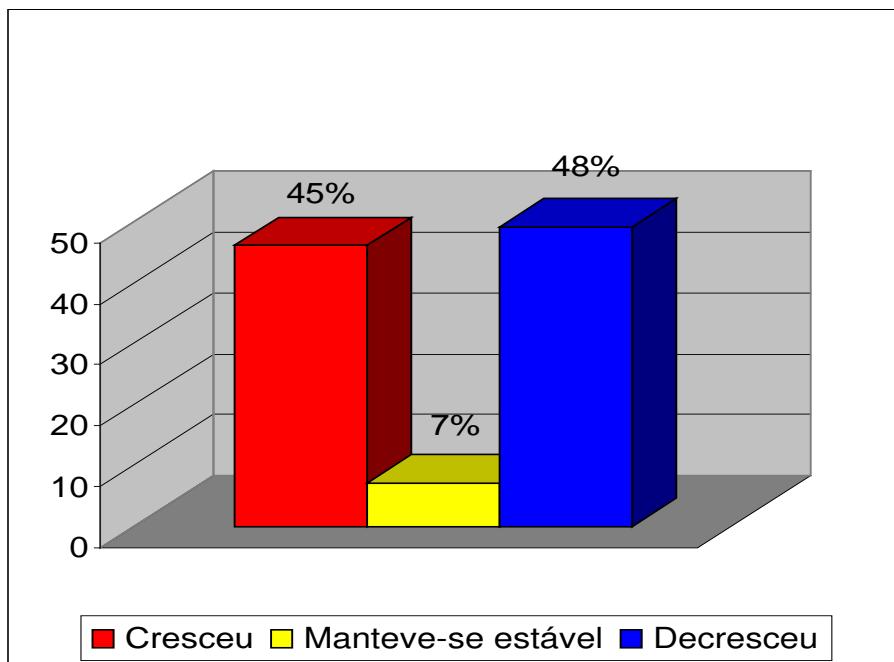


Gráfico B.11 Gráfico de setores para Tipos Psicológicos mais freqüentes.

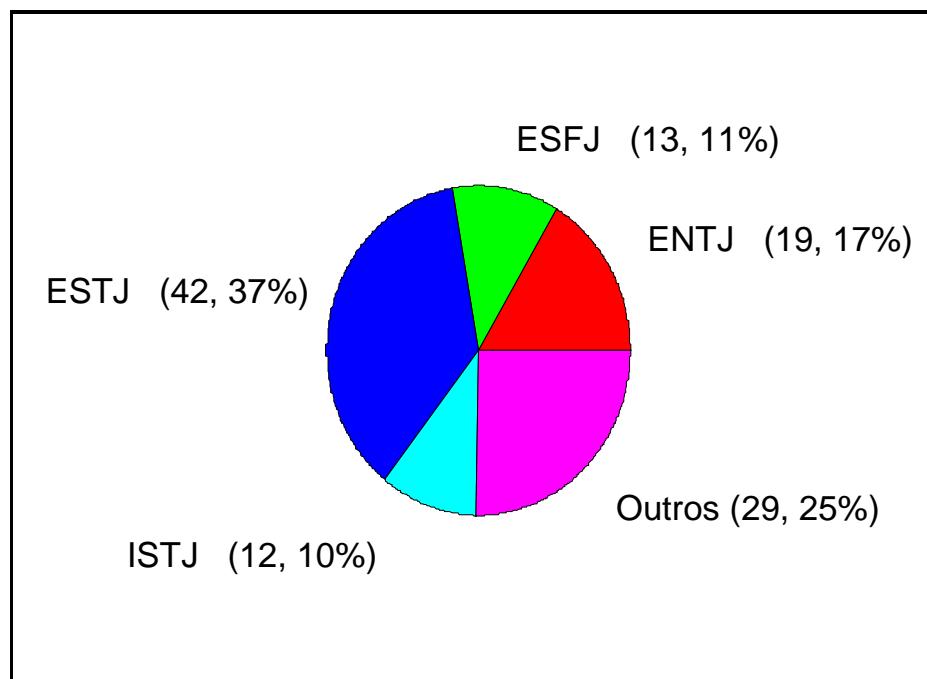


Gráfico B.12 Boxplot para Variação Percentual do Faturamento Bruto.

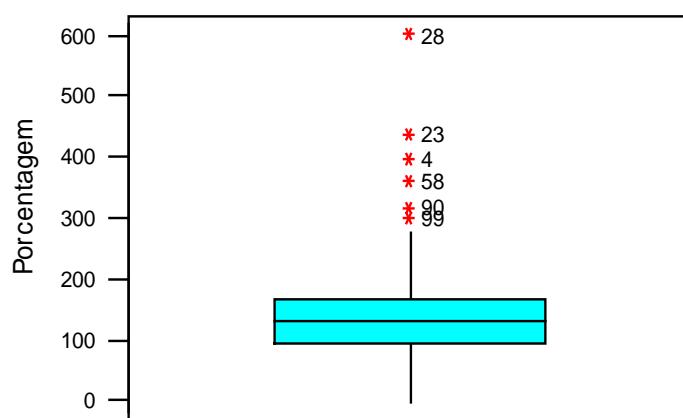


Gráfico B.13 Boxplots para Variação Percentual do Faturamento Bruto segundo a variável Processa informação.

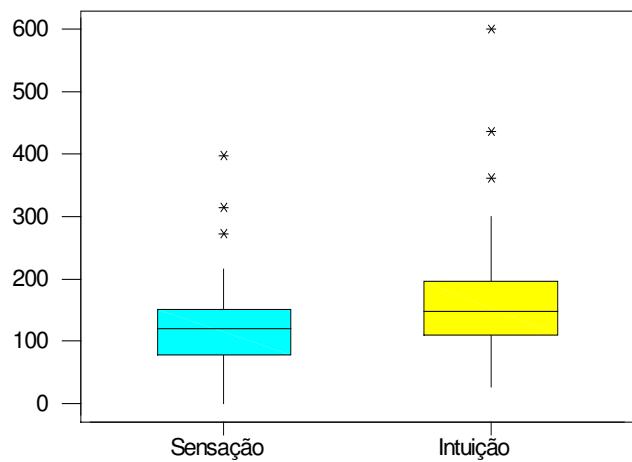


Gráfico B.14 Boxplot para Variação Percentual do Faturamento Bruto segundo a variável Modo de vida.

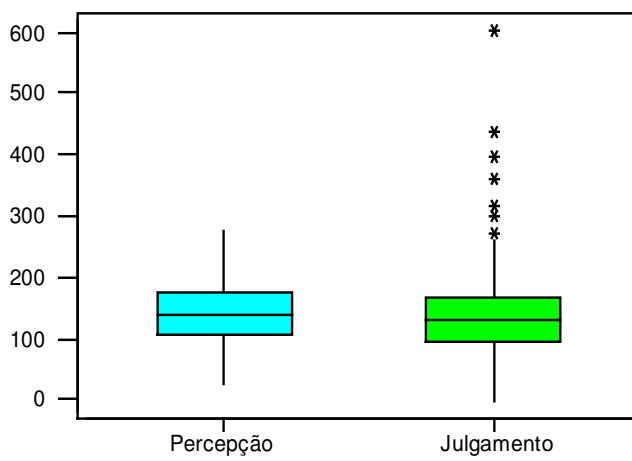


Gráfico B.15 Boxplots para a Variação Percentual do Lucro nos anos de 2000 a 2002.

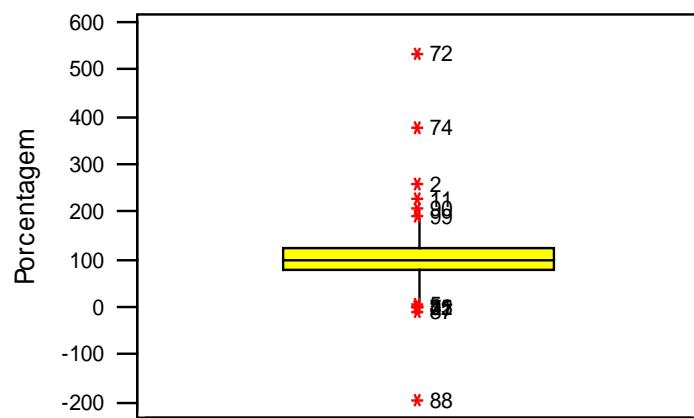


Gráfico B.16 Boxplots para Variação Percentual do Lucro segundo variável Processa Informação.

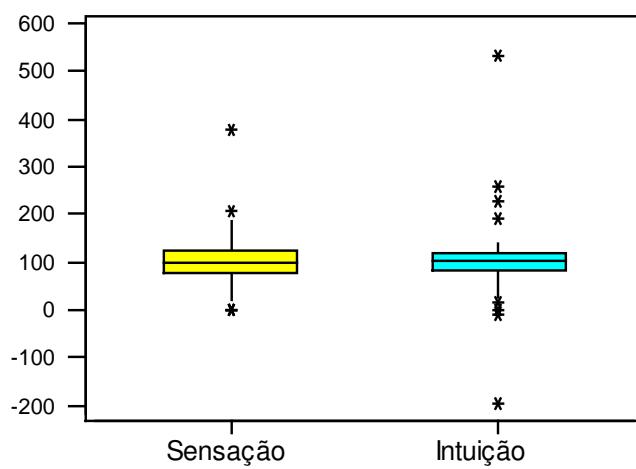


Gráfico B.17 Boxplots para Variação Percentual do Lucro segundo a variável Modo de vida.

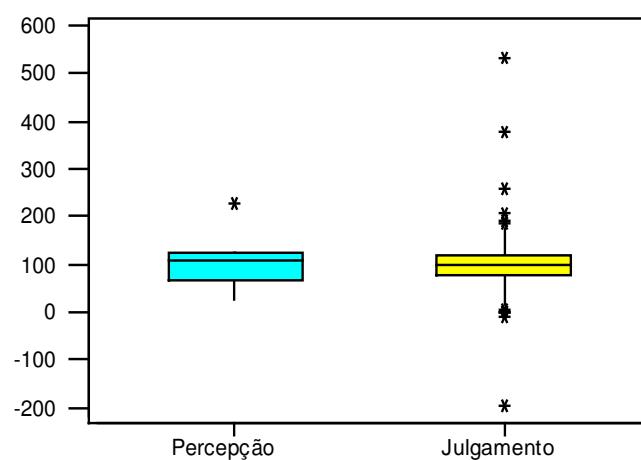


Gráfico B.18 Boxplots para Variação Percentual do Faturamento Bruto segundo a variável Objetivo Atual.

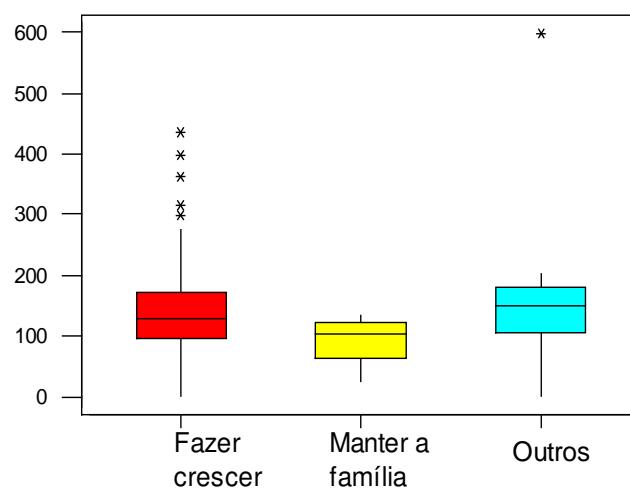


Gráfico B.19 Boxplots para Variação Percentual do Lucro segundo a variável Objetivo Atual.

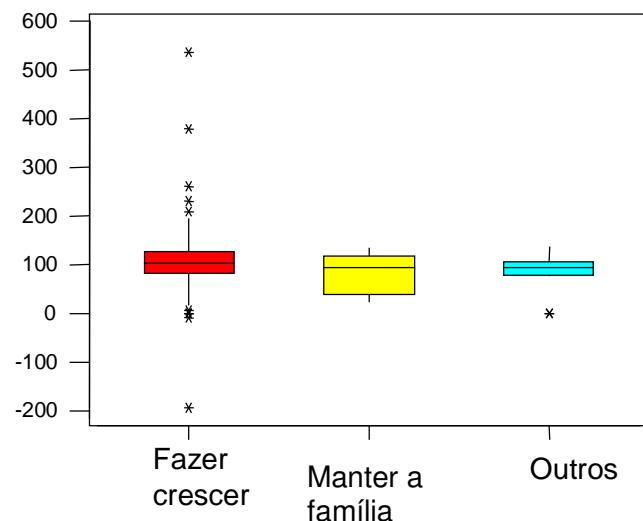
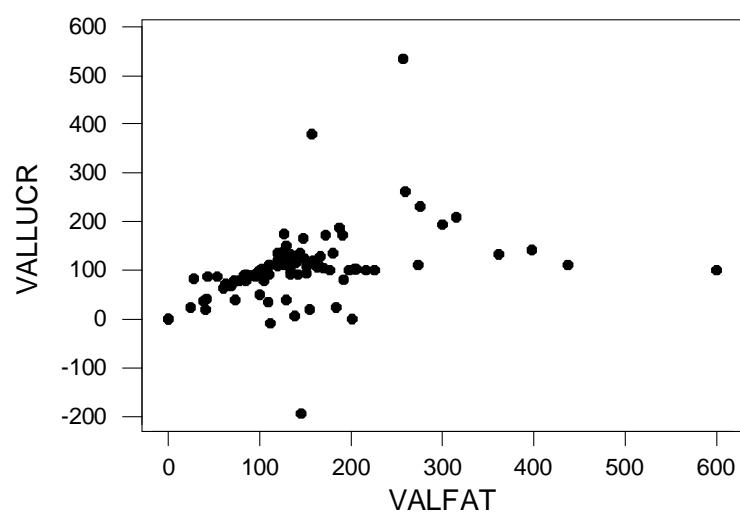


Gráfico B.20 Gráfico de dispersão para Variação Percentual do Faturamento e Variação Percentual do Lucro.



**Apêndice C
Tabelas de Análise Inferencial**

Tabela C.1 Intervalo de 95% de confiança para os coeficientes Kappa

Variáveis	Coeficiente estimado	Limite inferior	Limite Superior
Processa Informação\ Intuição	0,35	0,21	0,49
Processa informação\ Intuição sem empates	0,55	0,37	0,73
Processa informação\ Avaliação da Intuição	0,17	0,00	0,35

Tabela C.2 Níveis descritivos dos testes de associação dos grupos menor e maior faturamento com as variáveis independentes.

Variáveis	Teste exato de Fisher	Teste da razão verossimilhanças
Idade	0,56	0,38
Sexo	1,00	1,00
Escolaridade	1,00	1,00
Empretec	0,04	0,02
Anos de existência	0,65	0,52
Tamanho	0,23	0,13
TipoFreq	0,03	0,02
Atitude	0,45	0,35
Processa Informação	0,03	0,02
Toma decisão	1,00	0,71
Modo de vida	0,61	0,52

Tabela C.3 Níveis descritivos dos testes de associação dos grupos menor e maior lucro com as variáveis independentes.

Variáveis	Teste exato de Fisher	Teste da razão verossimilhanças
Idade	0,38	0,24
Sexo	0,42	0,21
Escolaridade	1,00	1,00
Empretec	0,08	0,04
Anos de existência	0,46	0,37
Tamanho	0,55	0,36
TipoFreq	0,14	0,11
Atitude	0,03	0,02
Processa Informação	1,00	0,75
Toma decisão	0,46	0,29
Modo de vida	1,00	0,63

Tabela C.4 Níveis descritivos para os testes de associação entre variáveis dos Instrumento Keirsey e o questionário proposto.

Variáveis	Teste exato de Fisher	Teste da razão verossimilhanças
Objetivo Inicial e Processa Informação	0,02	0,02
Objetivo Atual e Processa Informação	0,11	0,04
Uso de Planejamento e TipoFreq	0,14	0,11
Uso de Planejamento e Processa Informação	0,07	0,06
Uso de Planejamento e Modo de vida	0,07	0,06

Tabela C.5 Níveis descritivos dos testes para comparação do número médio de eventos esperados em cada um dos futuros de acordo com a variável Processa Informação.

Futuro	Teste de Poisson	Teste aproxim. Normal
Muito Próximo	0,020	0,060
Próximo	0,610	0,711
Distante	0,005	0,007
Muito Distante	0,030	0,042

Tabela C.6 Estimativas dos coeficientes do modelo proposto e intervalos de 95% de confiança.

Parâmetro	Coeficiente estimado	Limite inferior	Limite Superior
β_1	46,16	6,89	85,43
β_2	43,21	3,63	82,79

Tabela C.7 Estimativas das médias de Variação percentual do faturamento bruto e os intervalos de 95% de confiança.

	Estimativas	Limite inferior	Limite Superior
Intuição\Participou	189,12	157,11	221,14
Intuição\ Não Participou	145,91	106,22	185,60
Sensação\Participou	142,96	111,42	174,49
Sensação\Não participou	99,74	66,72	132,76

**Apêndice D
Questionário proposto pela Pesquisadora**

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

I. IDENTIFICAÇÃO: ID

Data de Nascimento: _____ Idade: _____ Sexo: () Masc. () Fem.

Escolaridade: () Superior Completo () Sup. Incompl. () II Grau completo
 () II Grau Incompl. () I Grau completo () I Grau Incompl.

Endereço comercial:

Cidade: _____ Estado: _____ CEP: _____

Telefone Comercial: () _____ Fax: () _____

Celular: () _____ E-mail: _____

Empreteco: () Sim () Não

Faz parte do Projeto Empretec? () Facilitador () Trainee () Seletor

II. ENVOLVIMENTO COM NEGÓCIOS:

2. Presentemente você está envolvido com quantos negócios:

1. Somente um ()
2. Dois negócios ()
3. Três ou mais de três ()

2a. Já teve outro/s negócio/s antes deste? () Não () Sim. O que aconteceu?
 QUALITATIVA

3. Qual é o seu principal negócio hoje?

Nome da empresa:

Setor/ Ramo de atividade:

Fundada em: _____ Anos de existência:

Tamanho da empresa: () micro () pequena () média () grande

Número de empregados:

Tem filiais? () Não () Sim. Quantas?

Web page:

4. Quando você sinalizou ser este o seu principal negócio, você usou qual dos critérios:

- Tempo de dedicação
- Retorno financeiro
- Participação acionária
- Outro: qual? Qualitativo

5. Quando você fundou ou primeiro se envolveu com este negócio seu objetivo era(sinalize apenas uma):

- Gerar resultado suficiente para me manter / à minha família
- Fazer o negócio crescer
- Outro objetivo: qual? Qualitativo

6. Como você se envolveu com este negócio (sinalize apenas uma)

- Estava desempregado e vislumbrei esta alternativa
- Percebi a oportunidade e abri-o sozinho
- Percebi a oportunidade e tomei a iniciativa de convidar outro/s sócio/s
- Adquiri o negócio
- Fui convidado/ entrei como sócio em negócio concebido por outros
- Fui convidado/ entrei como sócio de negócio já existente
- Negócio familiar / Herdeiro

7. Qual a função/ funções que exerce: (pode sinalizar mais do que uma)

- Principal dirigente da empresa
- Dirige a parte comercial (vendas/ marketing)
- Dirige a parte de produção
- Dirige a parte técnica
- Dirige a parte administrativa
- Dirige a parte financeira
- Outra: qualitativo

8. Você tem sócios?

Não Sim. Então, quantos sócios você tem? Número de Sócios que declarar (não importa se se incluiu ou não)

Quantos são familiares seus: _____ Que funções seus sócios exercem?
Qual?

9. Indique através de X nas células da tabela abaixo, a estrutura de propriedade do negócio, de tal forma que se tenha no total os 100% de ações da empresa:

	<i>Concentração da Propriedade</i>			
	Nenhuma participação	Menos que 25%	De 26 a 49%	Igual ou mais do que 50%
Empreendedor/ Principal Executivo				
Família do Empreendedor				
Conselho Dirigente (Não-familiar)				
Principais Gerentes (não-familiares/ não membros do Conselho)				
Outros Empregados				
Outros Investidores				

10. Indique o que sucedeu com o faturamento bruto e o lucro deste seu negócio, em %:

QUALITATIVO: SOMA DAS PONTUAÇÕES

QUANTITATIVO: RESULTANTE DAS MULTIPLICAÇÕES DOS PERCENTUAIS

	Ano de 2000		Ano de 2001		Ano de 2002	
	Fat. Bruto	Lucro	Fat. Bruto	Lucro	Fat. Bruto	Lucro
Cresceu						
Manteve-se estável						
Decresceu						

11. Nos últimos 2 anos este seu negócio:

- Abriu filial. Quantas? _____
 - Expandiu área de atuação
 - Ampliou a área física
 - Reformou
 - Desenvolveu/ introduziu novos produtos
 - Contratou colaboradores. Quantos? Formal: _____ Informalmente _____
 - Investiu. Em que?
-

11a. Neste momento a situação de seu negócio é: (sinalize uma alternativa em cada coluna)

- () lucro () projeção de maior faturamento do que no ano passado/ anterior
() equilíbrio () projeção de faturamento igual ao do ano passado/ anterior
() prejuízo () projeção de faturamento menor do que no ano passado/ anterior

III. SUA FORMA DE OPERAR:

12. Abaixo há dez pares de palavras.

- | | |
|---------------------|----------------|
| 1. (a) Construir | (b) Inventar |
| 2. (a) Senso comum | (b) Visão |
| 3. (a) Concreto | (b) Abstrato |
| 4. (a) Convencional | (b) Inovador |
| 5. (a) Criativo | (b) Analítico |
| 6. (a) Idéias | (b) Fatos |
| 7. (a) Imaginativo | (b) Realista |
| 8. (a) Prático | (b) Engenhoso |
| 9. (a) Sensato | (b) Fascinante |
| 10.(a) Sistemático | (b) Espontâneo |

13. Seu principal objetivo para este negócio hoje é (escolha uma alternativa):

- () Diminuir o tamanho
() Permanecer no mesmo
() Vender o negócio
() Fechar o negócio
() Gerar resultado suficiente para me manter / à minha família
() Fazer o negócio crescer (então, responda à questão 14)
() Outro objetivo: qual?

(se citou crescimento, passe para a questão seguinte)

14. Uma vez que tenha optado por fazer crescer o seu negócio, o Empreendedor pode focalizar muitos objetivos importantes. Por favor ordene de 1 a 4 a pequena lista de objetivos apresentados abaixo, sendo 1 a mais alta prioridade, e 4 sendo a mais baixa prioridade:

Objetivos a serem priorizados	Ordem de 1 a 4
Maximizar vendas	
Maximizar o fluxo de caixa	
Maximizar lucros	
Maximizar o valor líquido	

15. Você prefere trabalhar mais pensando (escolha somente uma alternativa):

- () no presente
- () no futuro próximo
- () no futuro mais distante

16. Quando projeta o seu negócio para o futuro, normalmente qual o prazo de tempo em que pensa o seu negócio?

17. Liste a seguir o que você espera que aconteça com este seu negócio no futuro.

FAZER FREQUÊNCIA DE CADA UM DOS HORIZONTES DE TEMPO

QUANTOS FMP

QUANTOS FP

QUANTOS FD

QUANTOS FMD

QUANTOS EVENTOS NO TOTAL

17a. Agora retorne a sua lista acima e indique na coluna período de tempo, com as siglas que indicamos a seguir, em que ponto do futuro espera que estes eventos aconteçam:

Futuro muito próximo	FMP
Futuro próximo	FP
Futuro distante	FD
Futuro muito distante	FMD

17b. Para você qual é o prazo de tempo para cada um destes períodos. MESES

a. No futuro muito próximo - FMP

b. Futuro próximo - FP

c. Futuro distante - FD

d. Futuro muito distante - FMD

18. Ao tomar as decisões mais importantes para o seu negócio, preferencialmente em que você se baseia (apenas um)

- () fatos e informações objetivas
- () sensações, sentimentos, intuição

19a . Que avaliação você faz da sua Intuição:

- () muito baixa () Baixa () média () alta () muito alta

19b. Ao falar-se de intuição, as pessoas a entendem e experimentam de diversas maneiras. Baseado/a em sua experiência como você a reconhece? Descreva.

QUALITATIVA

19c. Como a intuição mais freqüentemente se revela a você?

- () Nível físico/ sensorial: tipo de calor, conforto ou vibração de energia positiva; voz interior
- () Mente: tipo diferente de clareza ou de certeza mais intensa
- () Emoção: sentimento de agitação quando pessoa intui que deve ou não fazer algo
- () Consciência: "tipo diferente de elevação de consciência, luminosidade ou "brilho"
- () Nível não sensorial

20. Em termos de planejamento como você realmente costuma trabalhar:

- () Faço um Planejamento Completo, isto é, um planejamento antecipado queativamente estrutura a situação buscada.
- () Planejo apenas os Pontos críticos: trabalhando e planejando os pontos mais difíceis e importantes primeiramente.
- () Planejo em cima de oportunidades: tenho uma orientação pró-ativa diante de oportunidades, e atuo com pouco planejamento; assim, me desvio de metas quando novas oportunidades são percebidas.
- () Sou Reativo: reajo à situação, não planejo.

20 a. Se você sinalizou uma das 2 primeiras alternativas, diga em que periodicidade você planeja (meses), que fontes de informação você consulta, quem você consulta, e quem você envolve:

Periodicidade Meses

Fontes de informação: **QUALITATIVA**

Quem você consulta: **QUALITATIVA**

Quem você envolve: **QUALITATIVA**

20 b. Com que frequência monitora o planejamento:

- 1 - Diária
- 2- Semanal
- 3- Mensal
- 4- Bimensal
- 5- Trimestral
- 6- Semestral
- 7- Anual

**Apêndice E
Instrumento Keirsey**

CLASSIFICADOR DE TEMPERAMENTOS DE KEIRSEY

(a) Coloque um “X”, circule, ou use cor para sinalizar a opção desejada em cada questão:

1. Numa festa você
 - o interage com muitos, incluindo estranhos
 - o interage com poucos, seus conhecidos
2. Você se considera mais
 - o realista do que especulativo
 - o especulativo do que realista
3. É muito pior
 - o ter a "cabeça nas nuvens", ser sonhador
 - o ser escravo da rotina
4. Você é mais impressionado(a) por
 - o princípios
 - o emoções
5. Você é mais atraído(a) pelo
 - o convincente
 - o comovente
6. Você prefere trabalhar
 - o com prazos de entrega
 - o sem amarrações
7. Você tende a escolher
 - o cuidadosamente
 - o impulsivamente
8. Nas festas você geralmente
 - o permanece até tarde, com energia crescente
 - o retira-se mais cedo, com energia decrescente
9. Você se sente mais atraído(a) por
 - o pessoas sensatas
 - o pessoas criativas

10. Você se interessa mais pelo
- real
 - possível
11. Ao julgar os outros, você se inclina mais para as
- leis do que para as circunstâncias
 - circunstâncias do que para as leis
12. Ao tratar com outras pessoas, você tende a ser mais
- objetivo(a)
 - pessoal
13. Você é mais
- pontual
 - descompromissado(a)
14. Incomoda-lhe mais ter as coisas
- inacabadas
 - concluídas
15. No seu grupo social você em geral
- está a par do que acontece com os outros
 - está por fora das novidades
16. Ao realizar as tarefas de rotina, você prefere fazê-las
- da maneira usual
 - da sua própria maneira
17. Os escritores deveriam
- dizer as coisas com clareza
 - expressar as idéias com o uso de analogias
18. Você é mais atraído(a)
- pela consistência das idéias
 - pelas relações humanas harmoniosas
19. Você se sente mais confortável fazendo julgamentos baseados
- na lógica
 - em valores pessoais
20. Você prefere as coisas
- negociadas e decididas
 - não negociadas e indefinidas
21. Você se definiria como mais
- sério(a) e firme
 - condescendente

22. Ao telefonar você

- está seguro(a) de que dirá tudo o que precisa
- ensaia de antemão o que irá dizer

23. Os fatos

- "falam por si mesmos"
- ilustram princípios

24. Os visionários o(a)

- aborrecem
- fascinam

25. Você é mais freqüentemente uma pessoa

- calculista
- acolhedora

26. É pior ser

- injusto(a)
- impiedoso(a)

27. Usualmente, deve-se permitir que as coisas aconteçam

- por seleção e escolha cuidadosa
- fortuitamente e ao acaso

28. Você se sente melhor

- depois de ter comprado, adquirido
- tendo a opção de comprar

29. Na companhia de outras pessoas, você

- inicia a conversação
- espera ser abordado(a)

30. O senso comum é

- raramente questionável
- freqüentemente questionável

31. Com freqüência, as crianças

- não se fazem úteis o suficiente
- não exercitam suficientemente a imaginação

32. Ao tomar decisões, você se sente mais confortável seguindo

- as normas
- a intuição

33. Você se considera mais

- firme do que gentil
- gentil do que firme

34. Você considera mais admirável a habilidade

- para se organizar e ser metódico(a)
- a habilidade para se adaptar e ser maleável

35. Você valoriza mais o

- fechado, definido
- aberto, com opções

36. Uma interação nova e pouco rotineira com outras pessoas

- o(a) estimula e revigora
- consome as suas reservas de energia

37. Você é, mais freqüentemente,

- uma pessoa do tipo prático
- uma pessoa do tipo fantasioso

38. Você tem uma maior propensão a ver

- como as outras pessoas são úteis
- como os outros vêem

39. É mais satisfatório

- discutir um assunto a fundo
- chegar a um acordo sobre um assunto

40. O que mais comanda você é

- a sua cabeça
- o seu coração

41. Você se sente mais à vontade com um trabalho

- que siga um acordo pré-estabelecido
- que se desenvolva sem um plano estabelecido

42. Você tende a buscar

- o sistemático
- o imprevisto

43. Você prefere

- muitos amigos com contatos superficiais
- poucos amigos com contatos intensos

44. Você se deixa guiar mais pelos

- fatos
- princípios

45. Você se interessa mais por

- produção e distribuição
- projeto e pesquisa

46. É mais elogioso ser considerado(a)

- uma pessoa muito lógica
- uma pessoa muito sentimental

47. Você se auto valoriza mais por ser

- decidido(a), firme
- dedicado(a), devotado(a)

48. Com mais freqüência, você prefere

- uma afirmação final e inalterável
- uma afirmação preliminar e provisória

49. Você se sente mais confortável

- depois de tomar uma decisão
- antes de tomar uma decisão

50. Com ou para pessoas que não conhece, você

- conversa longamente e com facilidade
- tem pouco a dizer

51. Você confia mais em

- sua experiência
- sua intuição

52. Você se considera

- mais prático(a) do que criativo(a)
- mais criativo(a) do que prático(a)

53. Você aprecia mais em outra pessoa

- a clareza do raciocínio
- a força dos sentimentos

54. Você está mais inclinado(a) a ser

- justo(a), imparcial
- compreensivo(a)

55. Na maioria das vezes, é preferível

- ter certeza de que esteja tudo acertado
- deixar que as coisas simplesmente aconteçam

56. Nos relacionamentos, a maior parte das coisas deveriam ser

- Renegociáveis
- casuais e circunstanciais

57. Quando o telefone toca você

- se apressa para atender primeiro
- espera que alguém atenda

58. Você aprecia mais em si mesmo(a)

- o forte senso de realidade
- a imaginação viva

59. Você se sente mais atraído(a)

- pelos fundamentos
- pelas implicações

60. Parece-lhe pior ser muito

- apaixonado(a), veemente
- objetivo(a)

61. Você se vê, basicamente, como

- cabeça-dura
- coração-mole

62. Atrai-lhe mais uma situação

- estruturada e programada
- não estruturada e imprevista

63. Você se considera uma pessoa mais

- rotineira do que original
- original do que rotineira

64. Você tende a ser uma pessoa

- de fácil aproximação
- algo reservada

65. Você prefere textos

- mais literais
- mais figurativos e simbólicos

66. É mais difícil para você

- identificar-se com os outros
- utilizar-se dos outros

67. Você prefere possuir

- a clareza da razão
- a força da compaixão

68. É maior defeito

- não saber discernir
- ser crítico

69. Você prefere os acontecimentos

- planejados
- imprevistos

70. Você se considera uma pessoa mais

- ponderada e cuidadosa do que espontânea
- espontânea do que cuidadosa e ponderada