



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO**

**Gestão empreendedora: Características  
de comportamento empreendedor em  
uma empresa do setor de entretenimento**

Estudo de caso: Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME

**Jaime Kurtenbach Lerer**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS**

**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**Graduação em Administração de Empresas**

Rio de Janeiro, Novembro de 2016.



**Jaime Kurtenbach Lerer**

**Gestão empreendedora: Características de comportamento  
empreendedor em uma empresa do setor de entretenimento**  
Estudo de caso: Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME

**Trabalho de Conclusão de Curso**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientador(a): Paulo César Teixeira

Rio de Janeiro  
Novembro de 2016

*"O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI  
mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX"*

Jeffrey Timmons, 1990

## **Agradecimentos**

Gostaria de agradecer aos meus familiares, pois sem o seu apoio e confiança, não teria condições de estar me formando em uma universidade do porte da PUC - Rio.

Também gostaria de agradecer a todos os professores que me passaram conhecimentos que serão de extrema importância para toda a minha vida tanto profissional quanto pessoal, com muita paciência e empenho, dando ênfase ao meu orientador Paulo César Teixeira, que nesta última etapa de minha formação me orientou de forma muito eficaz.

Por último, agradeço aos meus amigos por tornarem a dura jornada de formação mais leve e divertida.

## Resumo

Lerer, Jaime. Gestão empreendedora: Características de comportamento empreendedor em uma empresa do setor de entretenimento. Estudo de caso: Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME. Rio de Janeiro, Novembro 2016. p 30. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este estudo tem como objetivo principal identificar se, de acordo com as dez características de comportamento empreendedor, o perfil da sócia administradora da empresa Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME se adéqua ao percebido por seus subordinados.

Palavras- chave:

Empreendedorismo, Características de comportamento empreendedor, Economia Criativa.

## Abstract

Lerer, Jaime. Entrepreneurial Management: Behavioral Characteristics entrepreneur in a company active in the Entertainment industry. Case study: Cine Santa. Rio de Janeiro, November 2016. p 30. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The main objective of this study is to identify whether, according to the ten characteristics of entrepreneurial behavior, the profile of the managing partner of the company Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME, is in line with that perceived by its subordinates.

Key Words:

Entrepreneurship, Characteristics of entrepreneurial behavior, Creative economy.

## Sumário

1 - O tema e o problema do estudo	1
1.1 - Introdução ao tema e ao problema de estudo	1
1.2 - Objetivo Principal	2
1.3 - Objetivos Intermediários do Estudo	3
1.4 - Delimitação e foco do estudo	3
1.5 - Justificativa e Relevância do Estudo	3
2 - Revisão de Literatura	4
2.1 - O empreendedorismo no mundo.	4
2.2 - O empreendedorismo no Brasil.	6
2.2 - O empreendedorismo no século XXI.	7
2.3 - Economia Criativa (EC)	8
2.4 - Características de Comportamento Empreendedor.	10
3 - Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo	14
3.1. Tipo de pesquisa	14
3.2. Fontes de Informação selecionadas para coleta de dados.	14
3.3. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo.	14
3.4. Formas de Tratamento e análise dos dados coletados para o estudo.	15
3.5. Limitações do Estudo.	17
4 - Apresentação e Análise dos resultados	18
4.1. A empresa	18
4.2. Descrição e análise dos Resultados	19
4.2.1 - Análise por Características	19
4.2.2. Análise por conjunto das características	21
4.2.2.1 - Conjunto das necessidades de realização	21
4.2.2.2 - Conjunto das necessidades de poder	22
4.2.2.3 - Conjunto das necessidades de planejamento	23
5 - Conclusões e recomendações pra novos estudos	25

6 - Referências bibliográficas	28
7 - Anexos	30
7.1 - Anexo 1	30
7.2 - Anexo 2	36
8 - Apêndice 1	40

### **Lista de Tabelas**

Tabela 1 - Conjunto de características comportamentais empreendedoras. ....	13
Tabela 2 - Percepção da sócia administradora.....	19
Tabela 3 - Percepção dos funcionários .....	19

### **Lista de Gráficos**

Gráfico 1 - Percepção da sócia e dos funcionários.....	20
Gráfico 2 - Conjunto de realização. ....	22
Gráfico 3 - Conjunto de poder. ....	23
Gráfico 4 - Conjunto de planejamento. ....	24

# 1 - O tema e o problema do estudo

## *1.1 - Introdução ao tema e ao problema de estudo*

Definir o empreendedorismo é de extrema dificuldade, principalmente por ser uma área de estudo recente. A seguir estão citadas algumas das definições mais aceitas sobre empreendedorismo. Segundo Shane e Venkataraman (2000) apud Krakauer (2016), o empreendedorismo, como uma área de negócios, busca entender como surgem as oportunidades para criação de algo novo, como são descobertas ou criadas por indivíduos específicos que, a seguir, usam meios diversos para explorar ou desenvolver essas inovações, produzindo assim uma ampla gama de efeitos.

Segundo Joseph Schumpeter (1975) apud FAAP (2016), o empreendedorismo é descrito como "uma máquina propulsora do desenvolvimento da economia. A inovação trazida pelo empreendedorismo permite ao sistema econômico renovar-se e progredir constantemente." Ainda para Schumpeter (1975) apud FAAP (2016) "sem inovação, não há empreendedores, sem investimentos empreendedores, não há retorno de capital, e o capitalismo não se propulsiona"

Segundo Dornelas (2005) no Brasil, o conceito e o estudo do empreendedorismo começou a ganhar relevância a partir do ano 2000, quando devido ao fenômeno da globalização, muitas empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado, conseqüentemente aumentando assim o índice de desemprego. Sem alternativas, os funcionários que foram demitidos das empresas em reestruturação, começaram a estruturar negócios próprios, criando assim uma nova tendência no mercado brasileiro, pois estes deixaram de ser funcionários para virarem seus próprios patrões. Impulsionados também pelo advento da internet, que criou e viabilizou a criação de novos tipos de negócios, como empresas pontocom.

Ainda segundo Dornelas (2005), com o crescimento da atividade empreendedora brasileira, o governo federal criou diversos programas voltados ao público empreendedor, como o Programa Brasil empreendedor, destinado para a capacitação de empreendedores, e o Programa Empreendedor Individual, que visa a formalização de empreendedores que antes agiam na informalidade.

Porém, a criação de empresas por si só não leva ao desenvolvimento econômico, a não ser que esses negócios foquem em oportunidades do mercado. Segundo o Estudo anual do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2015), existem dois estilos de empreendedores, o empreendedor por oportunidade e o empreendedor por necessidade. Segundo o site Administradores (2016) o empreendedorismo por oportunidade, é quando o empreendedor que sabe onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio a fim de mitigar os riscos envolvidos, e visa a geração de lucros e riqueza. Este tipo de empreendedorismo está fortemente ligado ao desenvolvimento econômico. Já o segundo estilo seria a do empreendedorismo por necessidade, em que o empreendedor cria seu próprio negócio por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho, esses negócios costumam ser criados de forma informal, não são planejados de forma adequada, sem gerar desenvolvimento econômico e agravando as estatísticas de criação e mortalidade dos negócios.

Segundo o GEM (2015), ter o próprio negócio é o terceiro maior sonho do brasileiro, atrás apenas de comprar uma casa própria e viajar pelo país. O número de pessoas que desejam ser empreendedoras é de 31%, praticamente o dobro das que desejam fazer carreira em uma empresa (16%).

Ainda de acordo com essa pesquisa, o Brasil se destaca com sua elevada taxa de empreendedorismo. No ano de 2015, a taxa de empreendedorismo no país foi de 39,3%, o maior índice dos últimos 14 anos, e quase o dobro do registrado em 2002, quando era de 20,9%.

A empresa estudada é cadastrada com o nome: "Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME", possui quatro salas de cinema, é composta por 14 funcionários e administrada pela sócia administradora.

Diante do exposto cabe perguntar: de acordo com as dez características de comportamento empreendedor (CCE), o ponto de vista entre a sócia administradora e de seus subordinados se adéquam?

### *1.2 - Objetivo Principal*

Identificar se, de acordo com as dez características de comportamento empreendedor, o perfil da sócia administradora da empresa Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME, se adéqua ao percebido por seus subordinados.

### *1.3 - Objetivos Intermediários do Estudo*

- Estudar os fundamentos teóricos de empreendedorismo.
- Identificar como a sócia administradora da empresa Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME se posiciona dentro das dez Características de Comportamento Empreendedor
- Identificar como a sócia administradora da empresa Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME é percebida pelo olhar de seus subordinados.
- Comparar as respostas dadas pela sócia administradora, com as respostas dadas por seus subordinados.

### *1.4 - Delimitação e foco do estudo*

Este estudo tem como foco realizar uma pesquisa de campo delimitada aos quatro cinemas da empresa Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME localizada na cidade do Rio de Janeiro no período de julho a dezembro de 2016.

A análise dos resultados do estudo de caso é realizada de acordo com as dez características de comportamento empreendedor (CCE), elaboradas pela ONU, baseado nos estudos de McClelland (1960).

### *1.5 - Justificativa e Relevância do Estudo*

O presente estudo é relevante ao abordar um tema recente, carente de informações, e pela pouca diversidade de estudos que voltam seus esforços para a categoria de empreendedores no setor de entretenimento.

Além disso, o empreendedorismo é um fator de destaque diante da crise em que vivemos pois, com a taxa de desemprego muito alta, as pessoas estão investindo suas economias cada vez mais na abertura de negócios próprios.

## 2 - Revisão de Literatura

### 2.1 - O empreendedorismo no mundo.

Segundo Dornelas (2005), o mundo, desde o período da Revolução Industrial tem passado por várias transformações, período em que foram criadas a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Geralmente essas invenções vieram devido a inovação de algo inédito ou de uma nova visão de como utilizar elementos já existentes, jamais vistos por ninguém. Por trás dessas invenções existem pessoas ou equipes visionárias, que questionam, arriscam, querem fazer algo diferente, estes são os que fazem acontecer, os que empreendem.

Para Dornelas (2005), os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, são apaixonados pelo que fazem, e não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidos e admirados, querem deixar um legado.

Ainda segundo Dornelas (2005), o papel do empreendedor foi sempre fundamental na sociedade, porém o ensino voltado para esse fim sempre foi negligenciado. Este cenário está mudando nos dias atuais.

Este cenário está mudando devido ao grande avanço tecnológico que estamos passando, e o avanço está sendo de uma dimensão tão grande que estão sendo requeridos muitos novos empreendedores. A ênfase pelo empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não apenas como modismo. A grande competição na economia também força novos empresários a adotarem paradigmas diferentes.

Como diz Dornelas (2005), devido a estes fatos, o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, globalizando e renovando conceitos econômicos, criando novas relações de trabalhos e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

Ainda de acordo com Dornelas (2005), o contexto atual é propício para o surgimento de um número cada vez maior de empreendedores. Devido a esse motivo, a capacitação de empreendedores vem sendo prioridade em muitos países. É visto, também, uma maior preocupação das escolas e universidades a

respeito do assunto, por meio da criação de cursos e matérias específicas de empreendedorismo, como alternativas para os jovens profissionais.

Dornelas (2005) também ressalta que há pouco mais de 20 anos, era considerado loucura um jovem recém formado aventurar-se na criação de um negócio próprio, devido aos benefícios trazidos ao se trabalhar em grandes empresas multinacionais, ou em repatriações públicas. O ensino de administração era voltado para este fim. Quando o cenário mudou, nem os profissionais já formados, nem os jovens recém formados, nem as escolas de ensino de administração estavam preparados para este novo contexto.

Ainda conforme Dornelas (2005), este contexto mudou, e hoje o empreendedorismo tem sido o centro das políticas públicas na maioria dos países, algumas das principais ações são programas de incubação de empresas e parques tecnológicos; desenvolvimento de currículos integrados que estimulem o empreendedorismo em todos os níveis, da educação fundamental à universitária; programas de incentivos governamentais para promover a inovação e transferência de tecnologia; subsídios governamentais para criação e desenvolvimento de novas empresas; criação de agências de suporte ao empreendedorismo e a criação de negócios; programas de desburocratização e acesso ao crédito para pequenas empresas; desenvolvimento de instrumentos para fortalecer o reconhecimento da propriedade intelectual.

De acordo com Dornelas (2005), em todo o mundo, o interesse pelo empreendedorismo se estende além das ações dos governos nacionais, atraindo também a atenção de muitas organizações e entidades multinacionais.

Ainda de acordo com Dornelas (2005), a explicação para a focalização de um número cada vez maior de países no empreendedorismo pode ser obtida ao se analisar o que ocorre no EUA. Os EUA tem sido protagonistas no que se refere ao empreendedorismo, o governo americano investe centenas de milhões de dólares anualmente em programas de apoio ao empreendedorismo, pois acreditam que o empreendedorismo é e continuará sendo o grande propulsor do desenvolvimento econômico.

Segundo Dornelas (2005) , devido à importância significativa já demonstrada sobre o empreendedorismo, um grupo de pesquisadores começaram a organizar em 1997, o projeto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, iniciativa conjunta do *Babson College*, nos EUA e da *London Business School*, na Inglaterra, com o

objetivo de medir a atividade empreendedora dos países e observar seu relacionamento com o crescimento econômico. Trata-se de uma iniciativa pioneira que tem trazido novas informações a cada ano sobre o empreendedorismo mundial.

## *2.2 - O empreendedorismo no Brasil.*

Segundo Dornelas (2014), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como o SEBRAE e a Softex foram criadas. Antes disso praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro. Esta entidade disponibiliza todo o suporte de que um empresário precisa para iniciar sua empresa através de consultorias, cursos e *workshops*. Já a Softex foi criada com o intuito de levar empresas de *software* brasileiras para o mercado externo por várias ações que proporcionavam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia.

Para Dornelas (2014), foi com os programas criados no âmbito da Softex em todo o país junto a incubadoras de empresas e a universidade e cursos de ciências da computação, que o tema empreendedorismo começou a despertar na sociedade brasileira. Passados mais de 20 anos, pode-se dizer que o Brasil atualmente encontra-se com todo o potencial para desenvolver um dos maiores programas de ensino de empreendedorismo de todo o mundo, comparável apenas aos dos Estados Unidos, onde mais de duas mil escolas ensinam empreendedorismo.

Ações históricas e algumas mais recentes desenvolvidas apontam para essa direção como:

1 - O programa Softex já mencionado anteriormente.

2 - O programa Brasil Empreendedor, dirigido à capacitação de mais de seis milhões de empreendedores em todo o país, destinando recursos financeiros a esses empreendedores, totalizando um investimento de 8 Bilhões de reais. O programa vigorou de 1999 até 2002 e realizou mais de cinco milhões de operações de crédito.

3 - Ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas Empretec e Jovem Empreendedor do Sebrae.

4 - Explosão do movimento de criação de empresas pontocom, motivando o surgimento de várias empresas *startup* de *internet*, desenvolvidas por jovens empreendedores.

5 - Enorme crescimento do movimento de incubadoras de empresas no Brasil, segundo dados na Anprotec, mostram que em 2012, cerca de 400 incubadoras de empresas encontravam-se em atividade no país.

6 - Evolução da legislação em prol das micro e pequenas empresas: Lei da Inovação, Instituição do Simples, Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, o programa Empreendedor Individual.

Como diz Dornelas (2014), em síntese, os últimos anos foram repletos de iniciativas em prol do empreendedorismo no País, como a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016. Estes dois eventos estimularam novas oportunidades empreendedoras e proporcionaram a criação e o desenvolvimento de novos negócios no país. O empreendedorismo foi o protagonista desta década.

## *2.2 - O empreendedorismo no século XXI.*

Segundo Dornelas (2014), a grande diferença de empreender nos dias atuais, se comparado com as décadas passadas, é da quantidade de informações à disposição das pessoas e a velocidade com que as mudanças ocorrem. A revolução proporcionada pela inovação tecnológica, a intensidade com que os aplicativos de *internet* passam a fazer parte do dia a dia das pessoas e as mudanças no mercado de trabalho tem levado jovens e adultos a considerar o empreendedorismo do negócio próprio como uma opção de carreira. Estamos presenciando um momento histórico da sociedade moderna, onde inovações são apresentadas diariamente a todos, e o novo rapidamente se torna obsoleto.

Para Dornelas (2014), o empreendedor do século XXI, ao contrário dos empreendedores de séculos passados, não se preocupa apenas com o seu futuro, mas com o impacto que suas decisões trarão ao planeta e àqueles que aqui habitam, este incorporou a sustentabilidade em seu dia a dia. Isto configura uma vantagem competitiva sobre os demais que ainda não tem a mesma

consciência sobre o tema e continuam com o comportamento do empreendedor predador, que busca a vitória a qualquer preço ao invés de ter uma mentalidade de construir um futuro melhor para todos.

Um Estudo realizado pela MIT *Sloan Management Review* em parceria com a empresa *Boston Consulting Group*, no ano de 2012, mostrou que ultimamente vem crescendo significativamente a preocupação com a sustentabilidade no mundo corporativo, porém, na América do Sul essa preocupação ainda é irrisória se comparado com outros continentes, como a Europa, por exemplo. Isso mostra como os empreendedores sul americanos precisam rapidamente mudar de atitude em relação à sustentabilidade. Hoje em dia, os clientes tem preferência em consumir de empresas que adotam práticas sustentáveis, trata-se de uma decisão consciente de negócio que trará resultados positivos para a sua empresa e ao ambiente na qual está inserida, gerando valor para a sociedade como um todo.

Conforme Dornelas (2014), em relação ao índice de mortalidade de empresas no Brasil, este melhorou significativamente nas últimas décadas. À cerca de uma década, o índice de mortalidade era acima de 50 % para empresas com até 2 anos de vida, hoje esse índice caiu para menos de 30 %.

Ainda segundo Dornelas (2014), outra característica existente no empreendedorismo do século XXI é a efetiva participação das mulheres na criação e gestão de negócios. As brasileiras estão à frente praticamente da metade das iniciativas empreendedoras do Brasil, e pesquisas internacionais, cada vez mais, mostram a maior participação das mulheres no empreendedorismo do próprio negócio. Na maioria dos países, as mulheres já tem plena inserção no mercado de trabalho, e o empreendedorismo se apresenta como opção de carreira. Há pesquisas que mostram também que existe um maior potencial de sobrevivência dos negócios quando há uma mulher envolvida na direção da empresa.

### 2.3 - *Economia Criativa (EC)*

Segundo a *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) (2010), o conceito de Economia Criativa está em evolução e baseia-se em ativos criativos que estimulam a geração de renda, a criação de empregos e a

exportação de ganhos, além de, concomitantemente, promover inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.

De forma abrangente, a economia criativa surge designando o conjunto de empresas que têm na arte, na cultura, na criatividade, no saber vivo e diário e na cotidianidade o seu processo produtivo e seu produto final, simultaneamente. Esta economia desenvolve-se no contexto imaterial do trabalho, em que a sociedade adapta-se a uma economia da informação, do conhecimento e do aprendizado, em que as habilidades cognitivas e comunicacionais, ou seja, recursos imateriais emergem como novos fatores de produção e impõem a revisão de estratégias empresariais, dinâmicas organizacionais e modelos de negócios até então vigentes. (PIRES; ALBAGLI, 2012).

Neste sentido, esta nova economia, que inclui as atividades que têm origem na criatividade, no talento e nas habilidades individuais, e na geração de renda e trabalho através da criação e exploração de propriedade intelectual, é compreendida como um conceito emergente em nível mundial devido ao potencial crescente dessas cadeias produtivas para o desenvolvimento econômico e social (ZARDO e MELLO, 2012).

Para Reis (2008), o grau de novidade da economia criativa varia de acordo com a compreensão do termo. Caso a economia criativa seja percebida como uma mera reordenação de setores em uma categoria instituída de “indústrias criativas”, não existirá novidade, já que desde os primórdios a criatividade é reconhecida como combustível de inovação.

O contexto formado pela convergência de tecnologias, a globalização e a insatisfação com o atual quadro socioeconômico mundial atribui à criatividade o papel de motivar e embasar novos modelos de negócios, processos organizacionais e uma arquitetura institucional que galvaniza setores e agentes econômicos e sociais (REIS, 2008, p.23).

Santos-Duisenberg (2011), então Chefe do Programa de Economia Criativa da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento UNCTAD, destaca a importância da economia criativa como geradora de crescimento econômico, empregos e divisas, além de possuir potencial de contribuição para

a redução da pobreza e a inserção de excluídos e minorias, tais como mulheres e jovens, que desempenham informalmente atividades criativas.

Santos-Duisenberg (2011) também ressalta, como já exposto anteriormente, que essa economia, embora centrada, não se restringe às artes e ao setor cultural, pois a criatividade não é exclusividade dos artistas.

A economia criativa (EC) tem forte conteúdo de intangíveis e requer habilidades especiais da força de trabalho, além de apresentar estreita relação com os avanços científicos e tecnológicos.

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU) as atividades econômicas criativas encontram-se no cruzamento das artes, da cultura, dos negócios e da tecnologia, compreendendo o ciclo de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam o conhecimento e a criatividade como seus principais *inputs* (*United Nations Conference on Trade and Development* [UNCTAD], 2010).

A expansão das atividades identificadas com o campo que ficou então conhecido como economia criativa remonta, entretanto, à Austrália de 1994, por ocasião do anúncio do projeto *Creative Nation*, que sintetizava a então nova política cultural do governo federal daquele país (*Department of Communications and the Arts of Australia*, 1994). O projeto buscava preservar e valorizar o patrimônio cultural nacional em toda a sua diversidade, sem descuidar do desenvolvimento dos setores relacionados às novas tecnologias. A junção dessas duas dimensões resultou na eleição das seguintes atividades para a concessão de incentivos: artes performáticas; artes visuais e artesanato; biblioteca e arquivo; *cinema*, televisão e rádio; dança; *design*; educação (com foco nos setores culturais); literatura; música; multimídia; patrimônio histórico e cultural; turismo cultural.

#### ***2.4 - Características de Comportamento Empreendedor.***

A Organização das Nações Unidas (ONU), baseada em estudo realizado por McClelland (1961), através do Projeto das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) instituiu um programa para o aprimoramento de empreendedores, o Empretec que trabalha dez características do comportamento empreendedor, que são:

### **1. Busca de Oportunidade e Iniciativa**

- Faz antes de solicitado ou antes de forçado pelas circunstâncias;
- Age para expandir o negócio à novas áreas, produtos ou serviços;
- Aproveita as oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamento, equipamento, terrenos, local de trabalho.

### **2. Correr riscos calculados**

- Avaliar alternativa e calcular riscos deliberadamente;
- Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados;
- Coloca-se em situação que implicam desafios ou riscos moderados.

### **3. Exigência de Qualidade e Eficiência**

- Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápidas ou mais barato;
- Age de maneira a fazer coisas que satisfaçam ou excedam os padrões de excelência;
- Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que atenda os padrões de qualidade combinada

### **4. Persistência**

- Age diante de um obstáculo significativo;
- Age repetidamente ou muda de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar obstáculo;
- Faz um sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para completar uma tarefa.

### **5. Comprometimento**

- Atribui a si mesmo e a seu comportamento as causas de seu sucesso e fracasso e assume a responsabilidade pessoal pelos resultados obtidos;
- Colabora com os empregados ou coloca-se no lugar deles, se for necessário para terminar uma tarefa;
- Esforça-se para manter os clientes satisfeitos e coloca a boa vontade à longo prazo acima do lucro a curto.

## **6. Busca de informações**

- Dedicar-se pessoalmente para obter informações de clientes, fornecedores ou concorrentes;
- Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou prestar um serviço;
- Consulta especialista para obter assessoria técnica ou comercial.

## **7. Estabelecimento de Metas**

- Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e têm significado pessoal;
- Tem visão de longo prazo, clara e específica;
- Estabelece objetivos de longo prazo e de curto prazo mensuráveis.

## **8. Planejamento e Monitoramento Sistemáticos**

- Planeja dividindo tarefas de grande porte em sub-tarefas com prazos definidos;
- Constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais;
- Mantém registros financeiros e os utiliza para tomar decisões.

## **9. Persuasão e Rede de Contatos**

- Utiliza estratégias para influenciar ou persuadir os outros;
- Utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus objetivos;
- Age para desenvolver e manter relações comerciais.

## **10. Independência e Autoconfiança**

- Busca autonomia em relação a normas e controle de outros;
- Mantém seus pontos de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores;
- Expressa confiança na sua própria capacidade de complementar tarefa difícil ou de enfrentar desafios. (Allemand, 2007).

Estudos iniciados em 1982 pela McBeer & Company, empresa de McClelland em conjunto com a USAID (Agência para o Desenvolvimento Internacional das Nações Unidas) e a *Management Systems International* (MSI) em 34 países identificaram que cada uma das dez CCEs é composta de três conjuntos, conforme mostra a Tabela 1:

<b>CONJUNTO DE REALIZAÇÃO</b>	<b>CONJUNTO DE PODER</b>	<b>CONJUNTO DE PLANEJAMENTO</b>
Busca de oportunidade e iniciativa	Independência e autoconfiança	Busca de informações
Persistência	Persuasão e rede de contatos	Estabelecimento de metas
Correr riscos calculados		Planejamento e monitoramento sistemáticos
Exigência de qualidade e eficiência		
Comprometimento		

**Tabela 1 Conjunto de características comportamentais empreendedoras.**

**Fonte: Allemand (2007)**

Em 1961, no seu livro "The Achieving Society", David McClelland apresentou uma teoria sobre as necessidades humanas para explicar a motivação. Nesta teoria, McClelland identificou três necessidades motivacionais: necessidade de realização, necessidade de planejamento e necessidade de poder.

O conjunto de realização é composto de cinco CCEs, são elas: Busca de oportunidade e iniciativa ; Persistência ; Correr riscos calculado ; Exigência de qualidade e eficiência e Comprometimento

Este conjunto reflete a vontade de atingir objetivos que apresentam algum desafio ; de fazer alguma coisa melhor do que anteriormente.

O conjunto de poder é composto de duas CCEs, são elas: independência e autoconfiança e persuasão e rede de contatos.

Este conjunto reflete a vontade de controlar, influenciar e ser responsável pelas outras pessoas .

Por fim o conjunto de planejamento que é composto de três CCEs, são elas: Busca de informações, estabelecimento de metas e planejamento e monitoramento sistemáticos.

Este conjunto traduz o desejo de estabelecer relações pessoais próximas.

(Fonte: <https://www.portal-gestao.com/artigos/7391-teoria-das-necessidades-de-mcclelland.html>)

### **3 - Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo**

#### *3.1. Tipo de pesquisa*

De acordo com Vergara (2000), a metodologia de pesquisa deve ser baseada em dois critérios básicos: quanto aos fins e quanto aos meios

Quanto aos fins, a pesquisa é exploratória, por ser a mais adequada, uma vez que quase nenhuma informação foi divulgada sobre este empreendimento até o momento, logo, a pesquisa exploratória ajudou a levantar hipóteses e novas informações

Quanto aos meios, a pesquisa é um estudo de caso já que se baseia na percepção dos funcionários em relação à sócia administradora da empresa estudada, além de ser de fácil acesso para o pesquisador e ser o local onde acontece o objeto de pesquisa estudado.

#### *3.2. Fontes de Informação selecionadas para coleta de dados.*

O universo da pesquisa realizada no estudo é composto por 14 funcionários e uma sócia responsável pela administração da empresa.

De acordo com a classificação de Vergara (2000), o processo de amostragem utilizado foi a não probabilística, em específico por acessibilidade. O questionário foi enviado via e-mail para 14 funcionários e para a sócia administradora. Sete dos funcionários responderam, além da sócia administradora.

#### *3.3. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo.*

Os dados coletados para a realização dessa pesquisa foram levantados através de um questionário baseado nas dez características de comportamento empreendedor elaborado pela ONU disponibilizado pelo SEBRAE (Anexo I). Este foi respondido por sete funcionários, e pela sócia administradora da empresa.

Primeiramente foi informado para a sócia administradora o propósito da pesquisa, e em seguida foi pedido permissão para a realização da mesma, onde a sócia administradora ficou ao dispor para qualquer ajuda.

O questionário usado foi convertido para o meio virtual através da ferramenta de questionários da *Google (Google Forms)*, este foi enviado no formato original para os donos (Anexo 1). Já para os funcionários foi realizado um ajuste nas perguntas, passando-as para a terceira pessoa, a fim de que os funcionários respondessem sobre as características de comportamento empreendedor da sócia administradora da empresa Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME, e não sobre eles próprios (Apêndice 1).

Após essa etapa, foi solicitado para que a sócia administradora respondesse, e que repassasse o questionário para seus funcionários, explicando o propósito da pesquisa e solicitando que a respondessem.

O questionário aplicado constituiu-se de 55 afirmações de caráter positivos (43) e negativos (12).

Por fim, com a pesquisa respondida em mãos começou o trabalho de análise dos dados.

### *3.4. Formas de Tratamento e análise dos dados coletados para o estudo.*

A análise foi realizada em etapas. Após o envio das respostas pelo programa *Google Forms* foi realizada a tabulação dos pontos e em seguida foi aplicado um fator de correção dos pontos. O fator correção funciona para identificar se o respondente tentou apresentar uma imagem muito alta das CCEs. Caso a pontuação do fator de correção seja superior a 20, é preciso aplicar uma correção de pontos em cada CCE afim de que o questionário informe mais precisamente a pontuação de cada CCE.

Neste questionário os respondentes podem obter o mínimo de 50 pontos, caso respondam “nunca” para todas as perguntas de valor positivo e respondam “sempre” para todas as perguntas de valor negativo. Por outro lado, podem obter o máximo de 250 pontos caso respondam “sempre” para todas as perguntas de valor positivo e respondam “nunca” para todas as de valor negativo.

Depois de aplicados os questionários, as respostas foram tabuladas, para se obter o somatório dos pontos alcançados, fazer a média da pontuação e identificar se houve mudança de percepção entre como a sócia administradora se vê como empreendedora, e como os funcionários a vêem.

Os dados coletados em campo foram tratados de forma quantitativa.

Para identificar se houve mudança de percepção ou não entre a sócia administradora e seus funcionários, foi estipulado que uma mudança de percepção se caracteriza caso a diferença de pontuação entre os grupos seja maior que 20% do total possível de cada característica de comportamento empreendedor (CCE) ou dos conjuntos de características comportamentais empreendedoras conforme apresentada no capítulo 2.4 (Tabela 1). Ou seja, caso a diferença de pontuação seja menor que 20% não foi considerada uma mudança de percepção entre sócia administradora e funcionário, caso a diferença seja maior que 20% foi considerado que houve uma percepção divergente sobre as CCEs, ou dos conjuntos de características comportamentais empreendedoras.

As respostas foram pontuadas da seguinte forma:

- Nunca - 1 ponto;
- Raras vezes - 2 pontos;
- Algumas vezes - 3 pontos;
- Usualmente - 4 pontos;
- Sempre - 5 pontos.

Nesse trabalho optou-se por construir uma tabela de pontuação geral, a qual foi analisada da forma horizontal e vertical. Na análise foi somada a pontuação máxima e mínima de cada CCE e como já explicado anteriormente no caso das pontuações variarem mais de 20% foi considerado uma divergência de percepção entre funcionário e a sócia administradora.

O Mínimo e Máximo a ser obtido por cada CCE é 5 e 25 respectivamente, logo, de acordo com a metodologia explicada acima, podemos considerar uma pontuação maior ou igual a 4 pontos uma diferença de percepção de comportamento.

### *3.5. Limitações do Estudo.*

O método escolhido para o estudo apresenta certas limitações. O questionário é muito extenso, causando assim impaciência nos respondentes, devido a isso é possível que algumas respostas não sejam verdadeiras, ou foram pouco pensadas antes de serem respondidas.

Outra limitação percebida durante a aplicação do questionário, é o receio do funcionário em dar uma nota baixa à sócia administradora, distorcendo assim os dados. Para esse problema o questionário sendo respondido via meio digital diminuiu esse risco, visto que a sócia administradora não tem como ver as respostas dos funcionários, devido à confidencialidade presente nas plataformas de pesquisas *online*.

## 4 - Apresentação e Análise dos resultados

### 4.1. A empresa

A empresa "Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME" é composta de dois sócios com capital social de R\$ 12.000,00 e se localiza na Rua. Paschoal Carlos Magno 136, Santa Teresa, Rio de Janeiro, RJ. Tem como atividade principal a exibição cinematográfica.

A empresa tem quatro cinemas, um com o nome "Cine Santa" instalada no bairro de Santa Teresa; outra com o nome "Cine Candido Mendes" situada no bairro de Ipanema; outra com o nome de "Cine Museu da República" situada no bairro do Catete; e o "Cine Carioca" situado no Complexo do Alemão.

A empresa exibiu sua primeira seção de cinema no dia 23 de junho de 2003, e em seus primeiros dois anos de existência exibia seus filmes na Igreja Anglicana do Bairro de Santa Teresa. Parte da renda arrecadada nas seções era destinada para obras sociais.

Após grande sucesso do negócio no bairro, a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro convidou a empresa a ocupar uma das salas do prédio da região administrativa **XXII RA - Santa Teresa**, e assim começou a funcionar diariamente, além de ampliar significativamente a capacidade de espectadores.

A empresa criou o Clube de Amigos de Santa Teresa, que em Junho de 2015 ultrapassou os 15.000 sócios formados exclusivamente por moradores e amigos do bairro que são beneficiados com a meia-entrada.

Além disso a empresa conquistou nos anos de 2008/2009/2010/2011/2013 o prêmio de "Maior Exibidor de Cinema Brasileiro do País" dado pela Agência Nacional de Cinema - ANCINE.

"O cinema não conta com nenhum patrocínio ou ajuda financeira externa. Mantém suas atividades, única e exclusivamente com a venda de ingressos. Todas as exibições gratuitas para crianças, idosos, estudantes e jovens que realiza regularmente são custeadas por estes mesmos ingressos. Ainda assim mantém pagamentos de fornecedores, serviços de terceiros e todas as despesas advindas do funcionamento da sala rigorosamente em dia. Tem como regra pagar salários dignos, garantir todos os direitos aos seus funcionários e oferecer condições de trabalho as melhores possíveis visando o bem-estar de cada colaborador".

Slogan: "Cultura e cidadania através do cinema."

Missão: "É missão precípua refletir as belezas e potencialidades, assim como é dever, mostrar as necessidades e agruras do lugar que escolhemos para viver"

(Fonte: <http://www.cinesanta.com.br/ocinema.htm>).

## 4.2. Descrição e análise dos Resultados

### 4.2.1 - Análise por Características

Com base na metodologia utilizada foram obtidas as Tabelas 2 e 3 onde pode-se ver ao final das colunas verticais a pontuação total dos respondentes e ao final da coluna horizontal a média da pontuação de cada característica de comportamento empreendedor (CCE).

<b>Sócia Administradora</b>	<b>1</b>	<b>Total</b>	<b>Média</b>
Busca de oportunidades e iniciativa	20	20	20
Persistência	19	19	19
Comprometimento	23	23	23
Exigência de qualidade e eficiência	23	23	23
Correr Riscos Calculados	19	19	19
Estabelecimento de metas	17	17	17
Busca de Informações	10	10	10
Planejamento e monitoramento sistemático	18	18	18
Persuasão e Rede de contatos	18	18	18
Independência e autoconfiança	18	18	18
<b>Total</b>	<b>185</b>	<b>185</b>	<b>185</b>

Tabela 2 - Percepção da sócia administradora

Fonte: Autor (2016).

<b>Funcionários</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>Total</b>	<b>Média</b>
Busca de oportunidades e iniciativa	18	14	20	16	18	20	21	127	18
Persistência	17	13	16	12	13	22	20	113	16
Comprometimento	21	20	18	20	22	22	17	140	20
Exigência de qualidade e eficiência	23	17	21	15	17	25	19	137	20
Correr Riscos Calculados	18	11	16	13	17	20	15	110	16
Estabelecimento de metas	23	20	22	19	22	23	18	147	21
Busca de Informações	22	14	16	16	16	20	16	120	17
Planejamento e monitoramento sistemático	19	15	22	13	19	16	15	119	17
Persuasão e Rede de contatos	18	14	16	16	21	18	17	120	17
Independência e autoconfiança	21	17	18	13	15	20	20	124	18
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>155</b>	<b>185</b>	<b>153</b>	<b>180</b>	<b>206</b>	<b>178</b>	<b>1257</b>	<b>180</b>

Tabela 3 - Percepção dos funcionários

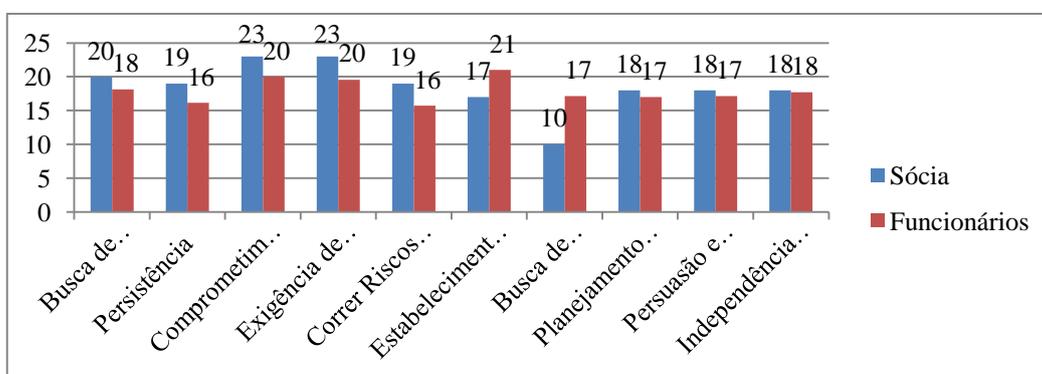
Fonte: Autor (2016).

Conforme o ilustrado nas tabelas 2 e 3 através de uma análise vertical, pode-se perceber que os respondentes que possuem a visão mais próxima da visão percebida pela sócia administradora são os respondentes 3 e 5, o respondente 3 obteve a mesma pontuação da apresentada pelo sócia administradora: 185, já o respondente 5 avaliou a sócia administradora apenas 5 pontos abaixo: 180.

Já os respondentes que avaliaram a sócia administradora com maior discrepância ao respondido por ela, foram os respondentes 4 e 6, com as pontuações de 153 e 206 respectivamente.

Pode-se notar que o respondente 6 avalia o trabalho da sócia administradora, até melhor do que ela própria se avalia, com uma diferença de 21 para mais, já o respondente 4 avalia a sócia administradora de maneira pior do que ela própria, com uma diferença de 32 pontos para menos.

Conforme o ilustrado no gráfico 1 se verificou, realizando uma análise horizontal, que através das médias, e confrontando as CCEs da sócia administradora com a dos funcionários, quase todas as CCEs apresentam uma percepção igual entre a sócia administradora e funcionários, à exceção de duas características, a de estabelecimento de metas e a de busca de informações, que apresentaram uma diferença maior ou igual a 4 pontos (20%).



**Gráfico 1 - Percepção da sócia e dos funcionários.**

**Fonte: Autor (2016).**

Pode-se verificar que na característica "Estabelecimento de Metas" há uma diferença de percepção de 4 pontos (20%), o que já configura uma razoável diferença de percepção.

Já na característica "Busca de Informações" a diferença é bastante significativa, 7 pontos (35%), o que configura uma alta diferença de percepção.

Através deste dado pode-se inferir que a sócia sabe de sua fraqueza pela busca de informações, porém não transparece aos funcionários, visto que estes lhe deram uma boa avaliação em relação a essa característica.

De acordo com o gráfico 1, as características que possuem igual percepção entre Sócia e Funcionários são as: Planejamento e Monitoramento; Persuasão e Rede de Contatos; Independência e Autoconfiança, pois as pontuações podem

ser consideradas iguais devido à diferença de apenas um ou nenhum ponto entre elas. Já nas CCEs: Persistência; Comprometimento e Exigência de Qualidade e Eficiência pode-se notar uma tendência à mudança de percepção já que a diferença é de 3 pontos, caso o número de respondentes fosse maior, a média poderia cair, e assim configurar diferença de percepção também nestas características, porém a variação com a amostra analisada foi inferior a 4 pontos, devido a isso não se pode considerar uma mudança de percepção nestas CCEs.

#### ***4.2.2. Análise por conjunto das características***

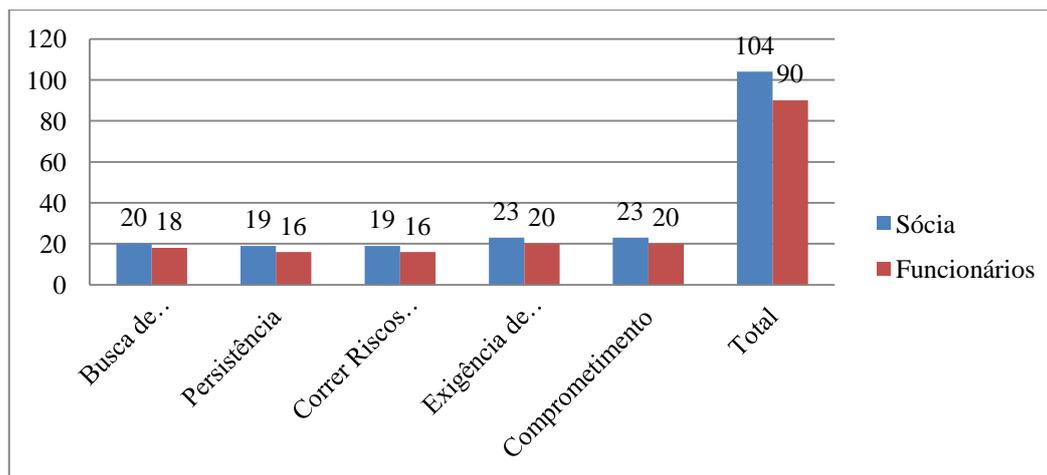
Estudos realizados pela USAID (Agência para o Desenvolvimento Internacional das Nações Unidas), a *Management Systems International* (MSI) e a McBeer & Company, empresa de consultoria de McClelland iniciados em 1982, identificaram características comuns aos empreendedores de sucesso, e essas características foram agrupadas em três conjuntos conforme mostrado na Tabela 1 (Cap. 2.4).

##### ***4.2.2.1 - Conjunto das necessidades de realização***

Para McClelland (1972) apud Camargo (2005), o conjunto “Necessidade de Realização” exige ao indivíduo pôr à prova seus limites e é caracterizada pelo desejo de encontrar soluções aos problemas e dominar tarefas complexas.

Neste conjunto, a pontuação máxima a ser obtida é de 125 e a pontuação mínima é de 25, logo a sócia se vê 16,8% distante do máximo, já os funcionários a vêem 28% distante do máximo, a diferença entre sócia e funcionários é de 11,2%, não configurando uma mudança de percepção neste conjunto.

Nesse sentido, o gráfico 2 mostra que os funcionários reconhecem que a sócia administradora busca sempre encontrar soluções em problemas complexos, assim como ela própria se classifica.



**Gráfico 2 - Conjunto de realização.**

Fonte: Autor (2016).

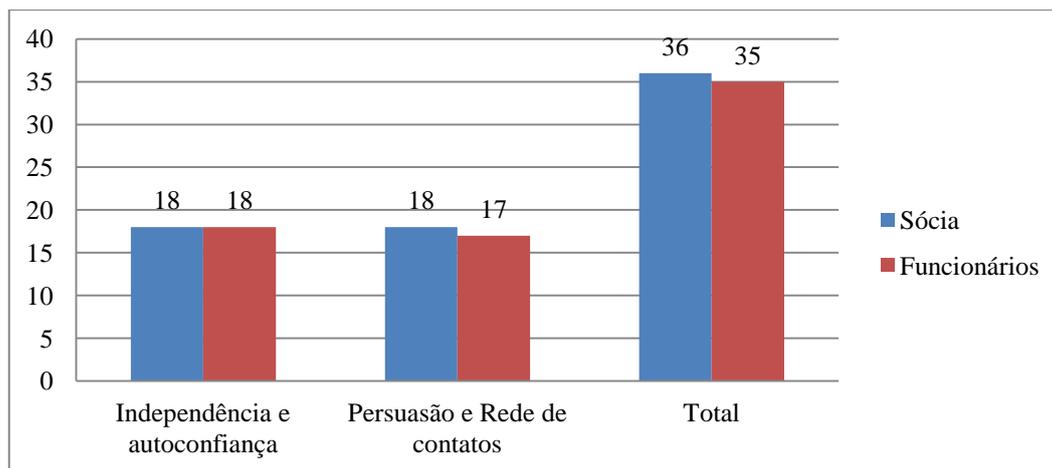
#### *4.2.2.2 - Conjunto das necessidades de poder*

Para McClelland (1972) apud Camargo (2005), o conjunto “Necessidade de Poder” se caracteriza pela necessidade de exercer poder sobre os outros, onde o indivíduo é capaz de se movimentar para controlar, influenciar, ganhar argumentos, persuadir ou prevalecer sobre outra pessoa.

Neste conjunto, a pontuação máxima a ser obtida é de 50 e a pontuação mínima é de 10, logo a sócia se vê 28% distante do máximo, já os funcionários a vêem 30% distante do máximo, a diferença entre sócia e funcionários é de 2%, não configurando uma mudança de percepção neste conjunto.

Conforme ilustrado no gráfico 3 pode-se analisar que os funcionários reconhecem que a sócia administradora busca exercer poder sobre os outros assim como ela própria se classifica.

Mesmo não se configurando uma mudança de percepção neste conjunto, é importante salientar que nele os funcionários avaliaram a sócia administradora mais distante do máximo possível, quando comparado aos outros conjuntos.



**Gráfico 3 - Conjunto de poder.**

Fonte: Autor (2016).

#### *4.2.2.3 - Conjunto das necessidades de planejamento*

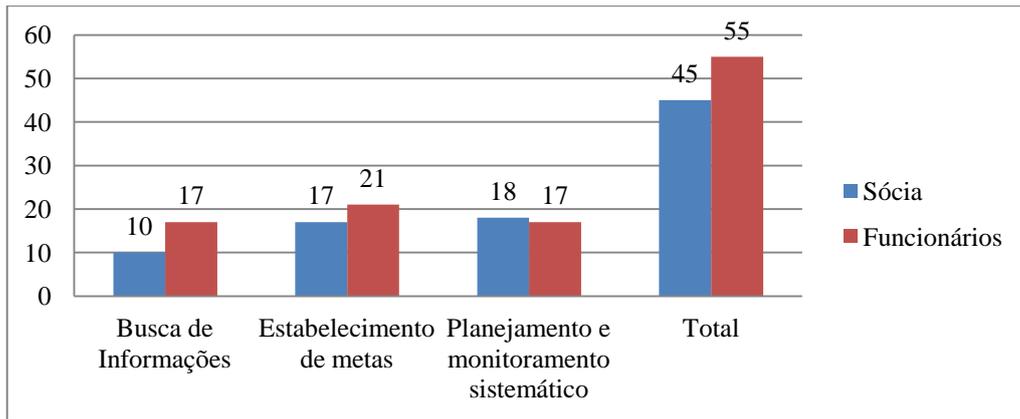
Para McClelland (1972) apud Camargo (2005), o conjunto “Necessidade de Planejamento” se caracteriza pela forte preocupação em estabelecer e manter relações positivas com outras pessoas e fundamentar e possibilitar objetivos específicos com maior chance de êxito.

Neste conjunto conforme ilustrado no gráfico 4 a seguir, a pontuação máxima a ser obtida é de 75 e a pontuação mínima é de 15, logo, a sócia se vê 40% distante do máximo, já os funcionários a vêem 26,67% distante do máximo, a diferença entre sócia e funcionários é de 13,33%, não configurando uma mudança de percepção neste conjunto.

Curiosamente este é o único conjunto em que os funcionários avaliam a sócia administradora melhor do que ela própria.

Outro fator curioso é o fator de que neste conjunto residem as duas CCEs que foram classificadas com mudança de percepção, quando analisadas individualmente, a busca de informações e estabelecimento de metas, podemos notar que o que equilibrou este conjunto foi a CCE planejamento e monitoramento sistemático, cuja diferença foi de apenas um ponto.

Mesmo com esses fatos curiosos não se pode classificar uma mudança de percepção entre sócia e funcionários já que a diferença entre as duas percepções é inferior a 20%.



**Gráfico 4 - Conjunto de planejamento.**

**Fonte: Autor (2016).**

## **5 - Conclusões e recomendações pra novos estudos**

Esse trabalho pretendeu analisar se na empresa Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME, a percepção de acordo com as dez características de comportamento empreendedor (CCE) desenvolvidas pela ONU, com base nos estudos de McClelland (1960), entre os funcionários e a sócia administradora se adéquam. O foco do estudo recaiu sobre os funcionários e a sócia administradora da empresa Arte Vital Exibições Cinematográficas LTDA - ME.

Para aprofundar a análise pretendida, investigaram-se as opiniões dos funcionários e da sócia administradora da empresa a respeito das características de comportamento empreendedor (CCE). Pesquisou-se sobre, história do empreendedorismo no Brasil e no mundo, empreendedorismo no século XXI, economia criativa (EC), características de comportamento empreendedor e sobre os conjuntos de características comportamentais empreendedoras. Em sequência foram explorados os argumentos de McClelland (1961), e outros autores como, José Dornelas (2005) e (2014), Allemand (2007), Krakauer (2016), Vergara (2000), Reis (2008) Santos Duisenberg (2011), Camargo (2005), Zardo (2012), Estudo GEM (2015).

Para atingir aos objetivos pretendidos realizou-se uma pesquisa exploratória de campo. Sua finalidade era identificar mudanças de percepção entre os funcionários e a sócia administradora de acordo com as dez características de comportamento empreendedor (CCE). Utilizou-se um questionário com 55 afirmações desenvolvido pela ONU com base nos estudos de McClelland (1961) (Anexo 1), e uma releitura deste questionário realizada pelo autor (Apêndice 1), para levantar dados sobre as percepções dos funcionários e da sócia administradora da empresa Arte Vital Exibições Cinematográfica LTDA - ME, com base nas dez características de comportamento empreendedor (CCE).

A partir da construção do referencial teórico e da utilização dos resultados da pesquisa foi possível concluir o objetivo final deste trabalho, através da pontuação respondida no questionário: 1- Nunca; 2- Raramente; 3- Ocasionalmente; 4- Usualmente; 5 - Sempre.

Foram descobertas, através da análise horizontal que, dentre as dez características de comportamento empreendedor (CCE) desenvolvidas pela

ONU, com base nos estudos de McClelland (1960), houve mudança de percepção em duas delas: Busca de Informações e Estabelecimento de Metas e, assim, pode-se concluir que a sócia administradora sabe de sua deficiência na busca por informações, porém não transparece para os funcionários. Também pode-se concluir que as metas não são bem informadas pela sócia administradora aos funcionários, visto que houve uma diferença de percepção nesta característica.

Analisando a pontuação verticalmente nota-se que, quatro funcionários se sobressaíram, dois por avaliarem a sócia administradora de forma muito positiva e dois por a avaliarem de forma muito negativa. Pode-se concluir que dentre esses quatro, dois gostam e apóiam suas atitudes e o modo que esta age perante aos problemas, e os outros dois possuem críticas em relação à sua gestão.

Analisando as características por conjunto, pode-se perceber que em todas elas, a percepção entre a sócia administradora e funcionários ficou igual, até mesmo no conjunto de planejamento, no qual estão inseridas as duas CCEs que mostraram diferença de percepção quando analisadas individualmente.

Ainda no conjunto de planejamento, pode-se notar que este foi o único conjunto em que os funcionários avaliaram a sócia administradora melhor do que ela própria. Dado essa informação, pode-se inferir que a sócia administradora se preocupa pouco quando se trata do desejo de estabelecer relações pessoais próximas, porém os funcionários não percebem isso.

Por fim, respondendo a questão formulada na introdução deste estudo, pode-se inferir que a percepção da sócia administradora e dos funcionários não se adéquam em 2 de 10 e se adéquam em 8 de 10 CCEs, ou seja, nas Característica de Comportamento Empreendedor Busca de Informações e Estabelecimento de Metas as percepções não se adéquam e nas CCEs: Busca de Oportunidade e Iniciativa, Correr Riscos Calculados, Exigência de Qualidade e Eficiência, Persistência, Comprometimento, Planejamento e Monitoramento Sistemáticos, Persuasão e Rede de Contatos e Independência e Autoconfiança, as percepções se adéquam.

Essa linha de pesquisa pode ser ampliada através da realização de estudos sobre mudanças de percepção de acordo com as dez características de comportamento empreendedor (CCE) desenvolvida pela ONU, com base nos

estudos de McClelland (1960), em empresas atuantes no ramo da economia criativa (EC), afim de identificar se os modos de gestão de empresas neste ramo se equivalem.

Para a empresa objeto de estudo, recomenda-se que sejam realizadas reuniões semanais para que o contato entre a sócia administradora e os funcionários se estreitem, a fim de que haja uma melhor comunicação entre eles, e que assim possam entender melhor as diferenças de percepção descobertas neste estudo, para que a gestão seja mais efetiva.

## 6 - Referências bibliográficas

Administradores. **Empreendedor por necessidade x oportunidade**. Rio de Janeiro, 2016 Disponível em: < <http://www.administradores.com.br> >. Acesso em: 03 de outubro. 2016.

ALLEMAND, R. N. Apostila sobre **Teoria comportamental empreendedora**. Rio de Janeiro, versão 2007, Publicada 15/03/2011. Encontrado no site: <http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/~ralleman/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora.pdf>.

ALMEIDA, A. S.; TEIXEIRA, R. M.; LUFT, M. C. M. S. **Mapeando a produção científica sobre economia criativa em periódicos nacionais e internacionais de 2000 a 2013** . *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 8, n. 4, p. 23-47, 2014.

CAMARGO, M. S. G. **fundador versus sucessor**: estudo comparativo das características comportamentais empreendedoras dos empresários de empresas familiares, Chapecó SC, 2005

Cine santa. **O Cinema**. Rio de Janeiro, 2016 Disponível em: < <http://www.cinesanta.com.br> >. Acesso em: 01 de Novembro. 2016.

DORNELAS, J. L. **Empreendedorismo para visionários**: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação 1a. ed. - Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

DORNELAS, J. L. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 5a. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC , 2005.

FAAP. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro, 2016 Disponível em: <http://www.faap.br> Acesso em: 05 de outubro. 2016.

**Global Entrepreneurship Monitor 2015**. Encontrado no site: <https://www.sebrae.com.br/> . Acesso em: 30 de outubro. 2016.

Portal Gestão. **Teoria das necessidades de McClelland**. Encontrado no site: <https://www.portal-gestao.com/artigos/7391-teoria-das-necessidades-de-mcclelland.html>. Acesso em: 17 de Novembro. 2016.

KRAKAUER, Patrícia et. al., A. Empreendedorismo por estilo de vida: Estudo Exploratório sobre fatores motivacionais, características e gestão. **Revista de Gestão e secretariado**, São Paulo v. 7, n.1, p. 112-131, jan/abr 2016.

PIRES, Vladimir Sibylla; ALBAGLI, Sarita. **Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa**. Perspectivas em Ciência da Informação, v.17, n.2, p.109-122, abr./jun. 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento** : uma visão dos países em desenvolvimento / Organização: Ana Carla Fonseca Reis. – São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SANTOS-DUISENBERG, Edna dos. **Secretaria da Economia Criativa no Brasil**. In: BRASIL. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011.

UNCTAD, **Relatório de Economia Criativa 2010** – Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável. São Paulo, 2010.

UOL Economia. **Taxa de empreendedorismo no Brasil**. Rio de Janeiro, 2016 Disponível em: < <http://economia.uol.com.br> >. Acesso em: 03 de outubro. 2016.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

ZARDO, Julia Bloomfield Gama; MELLO, Ruth Espínola Soriano de. **Rio Criativo – Incubadora de Empreendimentos da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro**: Análise Crítica da Universidade Empreendedora Executora de Política Pública. Sistemas & Gestão - p. 206-221, 2012.

## 7 - Anexos

### 7.1 - Anexo 1

#### AUTO-AVALIAÇÃO DAS CCEs (respondido pela sócia administradora)

Este questionário constitui-se de 55 afirmações breves. Leia **cuidadosamente** cada afirmação e decida qual o descreve de melhor forma. Seja honesto consigo mesmo. Lembre-se de que ninguém faz tudo corretamente, nem mesmo é desejável que se saiba fazer tudo. \*

**Resposta obrigatória.**

1. Selecione o número que corresponde à afirmação que o descreve:

- 1 - Nunca
- 2 - Raras Vezes
- 3 - Algumas Vezes
- 4 - Usualmente
- 5 - Sempre

2. Selecione um número, clicando no círculo, para cada afirmação.  
Eis aqui um exemplo:

NUNCA	1 <input type="checkbox"/>	2 <input checked="" type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	SEMPRE
-------	----------------------------	---------------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	--------

A pessoa que respondeu neste exemplo selecionou o número “2” para indicar que a afirmação a descreve raras vezes.

- 3. Algumas afirmações podem ser similares, mas nenhuma é exatamente igual.
- 4. Favor designar uma classificação numérica em todas as afirmações.
- 5. Este questionário constitui-se de diferentes etapas em sequência.

**Leia atentamente todas as instruções**

#### AUTO-AVALIAÇÃO DAS CCEs

1 = nunca 2 = raras vezes 3 = algumas vezes 4 = usualmente 5 = sempre
---

1. Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas. \*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
  
2. Quando me deparo com um problema difícil, levo muito tempo para encontrar solução. \*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
  
3. Termino meu trabalho a tempo.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
  
4. Aborreço-me quando as coisas não são feitas devidamente.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
  
5. Prefiro situações em que posso controlar ao máximo o resultado final.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
  
6. Gosto de pensar no futuro.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
  
7. Quando começo uma tarefa ou projeto novo, colete todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
  
8. Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
  
9. Consigo que outros apóiem minhas recomendações.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
  
10. Tenho confiança de que posso ser bem sucedido em qualquer atividade que me proponha a executar.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
  
11. Não importa com quem fale, sempre escuto atentamente.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

12. Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me pedir.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

13. Insisto várias vezes para conseguir que as outras pessoas façam o que desejo.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

14. Sou fiel as promessas que faço.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

15. Meu rendimento no trabalho é melhor do que o das outras pessoas com quem trabalho.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

16. Envolve-me com algo novo só depois de ter feito todo o possível para assegurar seu êxito.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

17. Acho uma perda de tempo preocupar-me com o que farei da minha vida.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

18. Procuo conselhos das pessoas que são especialistas.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

19. Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

20. Não perco muito tempo pensando em como posso influenciar as outras pessoas.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

21. Mudo a maneira de pensar se outros discordam energicamente dos meus pontos de vista.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

22. Aborreço-me quando não consigo o que quero.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

23. Gosto de desafios e novas oportunidades.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

24. Quando algo se interpõe ao que estou tentando fazer, persisto em minha tarefa.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

25. Se necessário, não me importo de fazer o trabalho dos outros para cumprir um prazo de entrega.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

26. Aborreço-me quando perco tempo.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

27. Considero minhas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar a atuar.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

28. Quanto mais específicas forem minhas expectativas em relação ao que quero obter na vida, maiores são minhas possibilidade de êxito.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

29. Tomo decisões sem perder tempo.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

30. Procuo levar em conta todos os problemas que podem se apresentar e antecipo o que faria caso ocorram.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

31. Conto com pessoas influentes para alcançar minhas metas\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

32. Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança em meu sucesso.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
33. Tive fracassos no passado.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
34. Prefiro executar tarefas que domino perfeitamente e em que me sinto seguro.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
35. Quando me deparo com sérias dificuldades, rapidamente passo para outras dificuldades.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
36. Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, me esforço, de forma especial, para que ela fique satisfeita com o trabalho.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
37. Nunca fico completamente satisfeito com a forma com que são feitas as coisas; sempre considero que há uma maneira melhor de fazê-las.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
38. Executo tarefas arriscadas.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
39. Conto com um plano claro de vida.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
40. Quando executo um projeto para alguém, faço muitas perguntas para assegurar-me de que entendi o que ela/ele quer.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
41. Enfrento os problemas a medida que surgem, em vez de perder tempo antecipando-os.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

42. Para alcançar minhas metas, procuro soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas em um problema.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
43. O trabalho que realizo é excelente.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
44. Em algumas ocasiões obtive vantagens de outras pessoas.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
45. Aventuro-me a fazer coisas novas e diferentes do que fiz no passado.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
46. Tenho diferentes maneiras de superar obstáculos que se apresentam para a obtenção de minhas metas.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
47. Minha família e minha vida pessoal são mais importantes para mim do que as datas de entrega de trabalho determinadas por mim mesmo.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
48. Encontro a maneira mais rápida de terminar os trabalhos, tanto em casa quanto no trabalho.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
49. Peço coisas que as outras pessoas consideram arriscadas.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
50. Preocupo-me tanto em alcançar minhas metas semanais quanto minhas metas anuais.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre
51. Conto com várias fontes de informações ao procurar ajuda para a execução de tarefas e projetos.\*  
Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

52. Se determinado método para enfrentar um problema não der certo, recorro a outro.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

53. Posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

54. Mantenho-me firme em minhas decisões, mesmo quando as outras pessoas se opõem energicamente.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

55. Quando desconheço algo, não hesito em admiti-lo.\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

## 7.2 - Anexo 2

### FOLHA DE AVALIAÇÃO DO QUESTIONÁRIO PADRÃO DE AVALIAÇÃO DAS CCEs

#### INSTRUÇÕES

1. Anote os valores que aparecem no questionário de acordo com os números entre parênteses. Observe que os números são consecutivos nas colunas. Ou seja, a resposta nº 2 encontra-se logo abaixo da resposta nº 1, e assim sucessivamente.
2. Atenção: faça as somas e subtrações designadas em cada fileira para poder completar a pontuação de cada CCE.
3. Suas pontuações podem necessitar de correção. Verifique as últimas instruções.

Avaliação das Afirmações	Pontuação	CCEs
--------------------------	-----------	------

\_\_\_\_\_ + \_\_\_\_\_ + \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ + 6 = \_\_\_\_\_

Busca de  
Oportunidade

(1)	(12)	(23)	(34)	(45)		e Iniciativa						
$\frac{\quad}{(2)}$	$+$	$\frac{\quad}{(13)}$	$+$	$\frac{\quad}{(24)}$	$-$	$\frac{\quad}{(35)}$	$-$	$\frac{\quad}{(46)}$	$+$	$6 =$	_____	Persistência
$\frac{\quad}{(3)}$	$+$	$\frac{\quad}{(14)}$	$+$	$\frac{\quad}{(25)}$	$-$	$\frac{\quad}{(36)}$	$-$	$\frac{\quad}{(47)}$	$+$	$6 =$	_____	Comprometimento
$\frac{\quad}{(4)}$	$+$	$\frac{\quad}{(15)}$	$+$	$\frac{\quad}{(26)}$	$-$	$\frac{\quad}{(37)}$	$-$	$\frac{\quad}{(48)}$	$+$	$6 =$	_____	Exigência de Qualidade e Eficiência
$\frac{\quad}{(5)}$	$+$	$\frac{\quad}{(16)}$	$+$	$\frac{\quad}{(27)}$	$-$	$\frac{\quad}{(38)}$	$-$	$\frac{\quad}{(49)}$	$+$	$6 =$	_____	Correr Riscos Calculados
$\frac{\quad}{(6)}$	$+$	$\frac{\quad}{(17)}$	$+$	$\frac{\quad}{(28)}$	$-$	$\frac{\quad}{(39)}$	$-$	$\frac{\quad}{(50)}$	$+$	$6 =$	_____	Estabelecimento de Metas
$\frac{\quad}{(7)}$	$+$	$\frac{\quad}{(18)}$	$+$	$\frac{\quad}{(29)}$	$-$	$\frac{\quad}{(40)}$	$-$	$\frac{\quad}{(51)}$	$+$	$6 =$	_____	Busca de Informações
$\frac{\quad}{(8)}$	$+$	$\frac{\quad}{(19)}$	$+$	$\frac{\quad}{(30)}$	$-$	$\frac{\quad}{(41)}$	$-$	$\frac{\quad}{(52)}$	$+$	$6 =$	_____	Planejamento Monitoramento Sistemático
$\frac{\quad}{(9)}$	$+$	$\frac{\quad}{(20)}$	$+$	$\frac{\quad}{(31)}$	$-$	$\frac{\quad}{(42)}$	$-$	$\frac{\quad}{(53)}$	$+$	$6 =$	_____	Persuasão e Rede Contatos
$\frac{\quad}{(10)}$	$+$	$\frac{\quad}{(21)}$	$+$	$\frac{\quad}{(32)}$	$-$	$\frac{\quad}{(43)}$	$-$	$\frac{\quad}{(54)}$	$+$	$6 =$	_____	Independência e Autoconfiança

$$\underline{\hspace{1cm}} + \underline{\hspace{1cm}} + \underline{\hspace{1cm}} - \underline{\hspace{1cm}} - \underline{\hspace{1cm}} + 18 = \underline{\hspace{1cm}} \quad \text{Fator de Correção}$$

(11)      (22)      (33)      (44)      (55)

## FOLHA PARA CORRIGIR A PONTUAÇÃO

### INSTRUÇÕES

- O Fator de Correção (que é igual a soma das questões 11, 22, 33, 44 e 55) é utilizado para determinar se a pessoa tentou apresentar uma imagem altamente favorável de si mesma. Se o total desta soma for igual ou maior a 20, então o total da pontuação das 10 CCEs deve ser corrigido para poder dar uma pontuação mais precisa da pontuação das CCEs do indivíduo.
- Empregue os seguintes números para fazer a correção da pontuação:

Se o total do Fator de Correção for:	Diminua o número abaixo da pontuação de todas
24 ou 25	7
22 ou 23	5
20 ou 21	3
19 ou menos	0

- A seguir você poderá fazer as correções necessárias

## FOLHA DE PONTUAÇÃO CORRIGIDA

	Pontuação Original	-	Fator de Correção	=	Total Corrigido
Busca de Oportunidade e Iniciativa	_____	-	_____	=	_____
Persistência	_____	-	_____	=	_____
Comprometimento	_____	-	_____	=	_____

Exigência de Qualidade e Eficiência \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_

Correr Riscos Calculados \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_

Estabelecimentos de Metas \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_

Busca de Informações \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_

Planejamento Monitoramento Sistemático \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_

Persuasão e Rede de Contatos \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_

Independência e Autoconfiança \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_

## 8 - Apêndice 1

### Questionário perfil empreendedores (funcionários)

Prezados/as respondentes, me formo no curso de Administração da PUC-Rio no final deste ano (2016) e estou em processo de elaboração da monografia, ou trabalho de conclusão de curso. Essa pesquisa é de extrema importância para que o meu trabalho possa ser concluído com qualidade e assim conseguir obter o tão sonhado diploma.

Peço que respondam esse questionário sempre pensando nas atitudes da Sócia Administradora perante a administração de seus cinemas, peço que respondam com carinho e paciência, pois é de extrema importância para mim.

Abaixo seguem algumas instruções para preenchimento do questionário:

Este questionário constitui-se de 55 afirmações breves, Leia cuidadosamente cada afirmação e decida qual descreve a sócia administradora. Seja honesto. Lembre-se de que ninguém faz tudo corretamente, nem mesmo é desejável que se saiba fazer tudo. \* Resposta obrigatória.

Selecione o número que corresponde à afirmação que a descreve:

- 1 - Nunca
- 2 - Raras Vezes
- 3 - Algumas Vezes
- 4 - Usualmente
- 5 - Sempre

Muito obrigado pela colaboração!

1. Ela se esforça para realizar as coisas que devem ser feitas \*  
Nunca  2  3  4  5  Sempre
  
2. Quando ela se depara com um problema difícil, leva muito tempo para encontrar a solução \*  
Nunca  2  3  4  5  Sempre
  
3. Termina o trabalho a tempo \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

4. Aborrece-se quando as coisas não são feitas devidamente \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

5. Prefere situações que pode controlar ao máximo o resultado final \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

6. Pensa/Planeja no futuro \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

7. Quando começa uma tarefa ou um projeto novo coleta todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

8. Quando planeja um projeto grande, o divide em tarefas mais simples \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

9. Consegue que os outros apoiem suas recomendações \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

10. Ela tem confiança de que pode ser bem sucedida em qualquer atividade que se proponha a executar \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

11. Não importa com quem fale, sempre escuta atentamente \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

12. Faz coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que lhe pedir \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

13. Insiste várias vezes para conseguir que as outras pessoas façam o que deseja \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

14. É fiel as promessas que faz\*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

15. Possui um rendimento no trabalho melhor do que o das outras pessoas com quem trabalha \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

16. Envolve-se com algo novo só depois de ter feito todo o possível para assegurar seu êxito \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

17. Acha uma perda de tempo se preocupar com o que fará da vida \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

18. Procura conselhos das pessoas que são especialistas no ramo em que está atuando \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

19. Considera cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

20. Não perde muito tempo pensando em como pode influenciar outras pessoas \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

21. Muda a maneira de pensar se outros discordam energicamente do seu ponto de vista \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

22. Aborrece-se quando não consegue o que quer \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

23. Gosta de desafios e de novas oportunidades \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

24. Quando algo se interpõe ao que está tentando fazer, persiste em suas tarefas \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

25. Se necessário, não se importa de fazer o trabalho dos outros para cumprir um prazo de entrega \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

26. Aborrece-se quando perde tempo \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

27. Considera as possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar a atuar \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

28. Quanto mais específica for sua expectativas em relação ao que quer obter na vida, maiores serão sua possibilidade de êxito \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

29. Toma decisões sem perder tempo, buscando informações \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

30. Procura levar em conta todos os problemas que podem se apresentar e antecipa o que faria caso ocorram \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

31. Conta com pessoas influentes para alcançar suas metas \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

32. Quando está executando algo difícil e desafiador, demonstra confiança em seu sucesso \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

33. Teve fracassos no passado \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

34. Prefere executar tarefas que domina perfeitamente e em que se sente segura \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

35. Quando se depara com sérias dificuldades, rapidamente passa para outras atividades \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

36. Quando está fazendo um trabalho para outra pessoa, se esforça, de forma especial, para que ela fique satisfeita com o trabalho \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

37. Nunca fica totalmente satisfeita com a forma com que são feitas as coisas; sempre considera que há uma maneira melhor de fazê-las \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

38. Executa tarefas arriscadas \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

39. Conta com um plano claro de vida \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

40. Quando executa um projeto para alguém, faz muitas perguntas para se assegurar que entendeu o que ele/ela quer \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

41. Enfrenta os problemas à medida que surgem, em vez de perder tempo antecipando-os \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

42. Para alcançar suas metas, procura soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas em um problema \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

43. O trabalho que ela realiza é excelente \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

44. Em algumas ocasiões obtive vantagens de outras pessoas \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

45. Aventura-se a fazer coisas novas e diferentes das que fez no passado \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

46. Possui diferentes maneiras de superar obstáculos que se apresentam para obtenção das suas metas \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

47. A família e a vida pessoal dela são mais importantes do que as datas de entrega de trabalho determinadas por ela mesma \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

48. Encontra uma maneira mais rápida de terminar os trabalhos, tanto em casa quanto no trabalho \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

49. Faz coisas que as outras pessoas consideram arriscadas \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

50. Preocupa-se tanto em alcançar suas metas semanais quanto suas metas anuais \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

51. Conta com várias fontes de informações ao procurar ajuda para a execução de tarefas e projetos \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

52. Se determinado método para enfrentar um problema não der certo, recorre a outro \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

53. Consegue que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre

54. É sempre firme em suas decisões, mesmo quando as outras pessoas se opõem energicamente \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre e

55. Quando desconhece algo, não hesita em admitir \*

Nunca 1  2  3  4  5  Sempre