



UNIVERSIDADE ESTATAL DE SÃO PETERSBURGO
FACULDADE DE PSICOLOGIA
PÓS-GRADUAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM ONTOPSICOLOGIA

CLÁUDIO CORREA CARRARA

A FORMA MENTIS DO EMPREENDEDOR E O RESULTADO ECONÔMICO
EMPRESARIAL

SÃO PETERSBURGO
2011



CLÁUDIO CORREA CARRARA

A FORMA MENTIS DO EMPREENDEDOR E O RESULTADO ECONÔMICO
EMPRESARIAL

Tese de pós-graduação apresentada
à Universidade Estatal de São
Petersburgo, Rússia, como requisito
parcial para a obtenção do título de
Mestre em Ontopsicologia.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Natália Ghrisna

SÃO PETERSBURGO
2011

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Abrangência do termo Empreendedorismo	10
Quadro 2 - definições e características dos empreendedores.....	19
Quadro 3 - Sucesso econômico X Forma Mentis Síncrona	71

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Correlação processado pelo software SPSS - I-Potencial Natural..	47
Tabela 2 - Correlação processado pelo software SPSS - II-Evolução Técnica Racional.....	49
Tabela 3 - Correlação processado pelo software SPSS - III-Ambição.....	50
Tabela 4 - Correlação processado pelo software SPSS - IV-Amor pelo próprio trabalho.....	52
Tabela 5 - Correlação processado pelo software SPSS - V-Conhecimento Superior.....	53
Tabela 6 - Correlação processado pelo software SPSS - VI - Transcendência Solitária.....	54
Tabela 7 - Correlação processado pelo software SPSS - VII-Racionalidade sobre a Intuição.....	55
Tabela 8 - Teste-t processado pelo software SPSS - VII-Racionalidade sobre a Intuição.....	58
Tabela 9 - Correlação processado pelo software SPSS – Os sete pontos do empreendedor.....	59
Tabela 10 - Coeficientes processado pelo software SPSS.....	62
Tabela 11 - Correlação de 0,52 entre a variável Forma Mentis e o Resultado Econômico.....	68
Tabela 12 - Correlação Resultado Econômico e as características do empreendedor.....	70
Tabela 13 - Estatística <i>Forma Mentis</i> Síncrona e os sete pontos do empreendedor.....	73
Tabela 14 - Estatística Forma Mentis Síncrona e o sucesso/insucesso econômico.....	74
Tabela 15 - Estatísticas Descritivas – Não Conhece Ontopsicologia.....	76
Tabela 16 - Estatísticas Descritivas – Conhece Ontopsicologia.....	77

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa etária.....	41
Gráfico 2 - Gênero da Amostra	42
Gráfico 3 - Estado Civil	43
Gráfico 4 - Escolaridade da Amostra.....	43
Gráfico 5 - Porte da Empresa.....	44
Gráfico 6 - Conhecimento de Ontopsicologia da Amostra	45
Gráfico 7 - Sucesso e insucesso econômico com relação à sincronia de <i>Forma Mentis</i>	72
Gráfico 8 - Relação entre o grupo de sucesso com a formação FOIL	78
Gráfico 9 - Relação entre os grupos que tiveram contato com a Metodologia FOIL e os grupos de Forma Mentis síncrona	79
Gráfico 10 - Desempenho dos grupos de empreendedores mulheres e homens quanto ao desempenho econômico empresarial e à sincronia de Forma Mentis	80
Gráfico 11 - Diferenças estatisticamente significativas entre o grupo de empresários casados e os não casados – 1	81
Gráfico 12 - Diferenças estatisticamente significativas entre o grupo de empresários casados e os não casados – 2	82
Gráfico 13 - Formação do empreendedor	83

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
2	REVISÃO TEÓRICA	9
2.1	OS ESTUDOS NO CAMPO DO EMPREENDEDORISMO	9
2.2	QUEM É O EMPREENDEDOR: RESGATE DE PESQUISA SOBRE O TEMA...14	
2.3	QUEM É O LÍDER EMPREENDEDOR DE MENEGHETTI: A NECESSIDADE DE UMA EPISTEMOLOGIA SOBRE O TEMA	21
2.4	OS SETE PONTOS DO EMPREENDEDOR – A <i>FORMA MENTIS</i> DO EMPREENDEDOR	23
3	MÉTODO	39
3.1	PROBLEMA DE PESQUISA	39
3.2	TAREFAS DE PESQUISA	39
3.3	DELINEAMENTO E MÉTODO DE PESQUISA	40
3.3.1	Definição da Amostra.....	40
3.3.2	Instrumento de Coleta de dados.....	45
3.4	DEFINIÇÃO DOS CONSTRUCTOS <i>FORMA MENTIS</i> DO LÍDER	46
3.4.1	Constructo I – Potencial Natural que varia por especificação e por intensidade (I- Potencial Natural).....	47
3.4.2	Constructo II - Evolução técnica racional em <i>iso</i> com o potencial natural (II- Evolução técnica racional)	48
3.4.3	Constructo III – Ambição.....	49
3.4.4	Constructo IV – Amor pelo próprio trabalho.	50
3.4.5	Constructo V – Conhecimento superior e específico sobre o seu setor.....	52
3.4.6	Constructo VI – Transcendência solitária ao utilitarismo funcional	53
3.4.7	Constructo VII – Racionalidade sobre a Intuição	55
3.5	QUALIFICAÇÃO DO RESULTADO ECONÔMICO EMPRESARIAL	56

4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	59
4.1	A CONSTRUÇÃO DA <i>FORMA MENTIS</i> DO EMPREENDEDOR	59
4.1.1	A relação entre os sete pontos do empreendedor de Meneghetti.....	59
4.1.2	A variável discriminante: A <i>forma mentis</i> do empreendedor de Meneghetti	61
4.2	A CORRELAÇÃO ENTRE <i>FORMA MENTIS</i> E RESULTADO ECONÔMICO	67
4.2.1	A correlação entre Resultado Econômico e as sete características do empreendedor de Meneghetti.....	69
4.2.2	Dicotomização da Amostra: Sucesso/Insucesso Econômico e Sincronia de <i>Forma Mentis</i>	71
4.2.3	Formação do Empreendedor com base no método Ontopsicológico (FOIL).....	76
4.2.4	Outras Análises da Amostra	79
4.2.5	Conclusão sobre as análises gerais do empreendedor	84
5	CONCLUSÃO	86
	REFERÊNCIAS	89
	ANEXO I – Instrumento de Pesquisa	94
	ANEXO II – Quadro de Respostas	105

1 INTRODUÇÃO

Minha formação é como administrador de empresas e minha experiência prática é como empreendedor na área da Tecnologia da Informação e Gestão, onde sou sócio há vinte anos do Grupo Meta, de uma das maiores empresas brasileiras de TI. A formação que tive, nas disciplinas básicas de Recursos Humanos, Administração Financeira, Produção, etc., de fato pouco me ensinaram na tarefa de empreender meu negócio. Acredito que como eu, a grande maioria dos empreendedores aprendeu a administrar e a empreender na prática do próprio negócio.

Ao longo do meu percurso como empreendedor, entendi que os limites de incremento e qualificação do meu negócio estavam muito ligados a aspectos pessoais de comportamento, auto-conhecimento, consciência, motivação, estereótipos, realização, ou seja, aspectos subjetivos, relacionados a eu pessoa. Fatores objetivos do negócio como conhecimento do mercado, acesso a capital, desenvolvimento de tecnologia, carteira de clientes, rentabilidade do negócio, eram fatores fundamentais na evolução do negócio, mas pareciam responder a esta primeira variável subjetiva.

Minha experiência pessoal de empreendedor me evidenciou que, se eu estivesse bem, o negócio respondia com sucesso, caso contrário, era consequencial as coisas não funcionarem. O resultado disto se via direto na performance econômica da empresa. Esta observação, muito cedo me acendeu a curiosidade de saber como se dava o fenômeno nos meus pares, e a conclusão que cheguei foi a mesma, de fato a empresa parecia ser a expressão da psique do empreendedor, assumia a sua personalidade, nos aspectos positivos e negativos.

Esta tomada de consciência, fez aproximar-me da Psicologia, em especial da Ontopsicologia, seja para o meu desenvolvimento pessoal através do autoconhecimento, seja como uma abertura de um percurso acadêmico, o qual começa a fazer parte de minha realidade profissional.

O objeto desta pesquisa é estabelecer quantitativamente, através de um modelo estatístico-matemático, a possível correlação entre o aspecto subjetivo do líder empreendedor, definido na pesquisa como Forma Mentis do empreendedor, e o

desempenho econômico do seu negócio. O referencial teórico utilizado será a Ontopsicologia de Meneghetti, através das sete características do empreendedor.

O capítulo I, tratará do referencial teórico no campo do empreendedor e empreendedorismo, estabelecendo as principais correntes de pesquisa nas áreas da Administração e Psicologia. Serão confrontados os limites estabelecidos pelas diversas correntes destas escolas e a novidade aportada pela ciência Ontopsicológica neste campo de estudos.

O capítulo II, referente ao método, descreverá os procedimentos adotados na definição da amostra, coleta dos dados e compilação das informações. Será demonstrado estatisticamente a formação dos sete constructos que caracterizam os sete pontos do empreendedor de Meneghetti e os procedimentos para mensuração do resultado econômico empresarial.

O capítulo III, fará a análise dos resultados obtidos na pesquisa e a sua correspondente interpretação à luz da teoria Ontopsicológica.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 OS ESTUDOS NO CAMPO DO EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um tema tratado de modo interdisciplinar. Ele interessa a várias áreas, dentre as quais a economia, a sociologia, a administração, a psicologia, dentre outras correntes científicas. O termo *entrepreneur* é francês e, literalmente traduzido, significa “aquele que está entre” ou “intermediário” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2008). Na idade média, o termo empreendedor foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção. Já no século XVII, o empreendedor apareceu como sendo a pessoa que firmava um acordo contratual com o governo para desempenhar um serviço ou fornecer produtos estipulados. No século XVIII, o empreendedor foi diferenciado do fornecedor de capital, sendo uma das causas desta diferenciação a industrialização. No final do século XIX e início do século XX, não se distinguia empreendedores de gerentes, e aqueles eram vistos de uma perspectiva econômica. Somente em meados do século XX, estabeleceu-se a noção de empreendedor como inovador. Atribui-se a Richard Cantillon, um escritor e economista, irlandês de nascimento, que viveu na Inglaterra e na França do século XVIII, o uso do termo empreendedor para designar alguém que assume riscos (DORNELAS, 2001; HISRICH; PETERS, 2004).

A abrangência do termo empreendedorismo, os principais aspectos ou o quão amplo pode-se observar no quadro a seguir:

PERSPECTIVA	DESCRIÇÃO
Geração de Riqueza	Empreendedorismo envolve assumir os riscos associados com a atividade produtiva em troca de lucro.
Criação de empresa	Empreendedorismo requer criação de um novo negócio em um local onde não existia antes nenhum desse tipo.
Geração de Inovação	Empreendedorismo é preocupação com combinações, sem igual, de recursos que farão os métodos ou produtos existentes ficarem obsoletos.

Continua.

Continuação.

PERSPECTIVA	DESCRIÇÃO
Geração de mudança	Empreendedorismo envolve criação de mudanças ajustando, adaptando e modificando o repertório pessoal, abordagens e habilidades, para encontrar oportunidades diferentes disponíveis no ambiente.
Geração de emprego	Empreendedorismo é preocupação com emprego, administração e desenvolvimento dos fatores de produção, inclusive da força de trabalho.

Quadro 1 - Abrangência do termo Empreendedorismo

Fonte: MORRIS; LEWIS; SEXTON, 1994, *apud* FREIRE DO SANTOS.

De fato, ao analisar-se a ação de empreender e o objeto da ação, o negócio, percebe-se estes cinco elementos conjugados em maior ou menor intensidade, dependendo do caso. Os autores Hisrich, Peters e Shepherd (2008) definem empreendedorismo como um processo de criar algo novo com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal. Vê-se nesta definição, que se faz uma tentativa de abranger todos os aspectos relacionados ao empreendedor e ao empreendedorismo, incluindo alguns aspectos adicionais ao quadro proposto por Morris e Lewis, como o elemento satisfação pessoal.¹

Schumpeter (1961) define o empreendedor como alguém que busca muito além do retorno financeiro, a realização de uma ambição pessoal, de fazer algo diferenciado, que traga valor, algo que evidencie um projeto seu, único, vencedor. Compartilha-se com esta visão do autor pois entende-se que o vetor principal que move o empreendedor é a busca pela realização pessoal.

O primeiro a expressar interesse no estudo do fenômeno empreendedor foi Richard Cantillon, que focou o papel econômico do empresário. Segundo Cantillon, empreendedor é aquele que está disposto a arriscar a comprar a um preço certo e a vender a um preço incerto, ou seja, fundamentalmente, disposição a tomar o risco do negócio. Jean Baptiste Say ampliou a definição ao dizer que ainda inclui-se aí fatores de produção (STEVENSEN; JARILLO, 1990).

¹ Este aspecto será abordado com profundidade posteriormente, visto que, um dos elementos que caracteriza o fenômeno do empreendedorismo é o aspecto de realização pessoal do empreendedor, que traduz melhor satisfação pessoal, enfocados pelos autores Hisrich, Peters e Shepherd (2008).

Schumpeter (1961), é mais específico e coloca o empreendedor como o portador do mecanismo da mudança, é ele que estabelece a conexão com o novo, e a estabelece com uma característica principal, que o diferencia dos demais, de “assumir as coisas”, significa assumir a responsabilidade em primeira pessoa de fazer, de empreender. É então, resume Schumpeter, mais pela vontade do que pelo intelecto que os líderes cumprem a sua função, mais pela “autoridade”, pelo “peso pessoal” do que por idéias originais.

Schumpeter, conclui que a personalidade do empresário, não corresponde à idéia da maioria sobre como parece ser um empreendedor (SCHUMPETER, 1992), sua motivação não é do tipo hedonista, entendendo o termo hedonista como o alguém com o desejo de satisfazer as próprias necessidades. Para Schumpeter, o líder é motivado pelo sonho e desejo de fundar um reino privado, pelo desejo de lutar e pela alegria de criar, de fazer as coisas ou simplesmente de exercitar a energia e a engenhosidade (SCHUMPETER, 1992). Interessante sublinhar o ponto de observação deste autor quanto à motivação do empreendedor. Este não coloca em primeiro plano como catalisador da sua ação o retorno econômico. Para Schumpeter, o ganho pecuniário é tão somente uma expressão acurada de sucesso relativo, com vantagem adicional de ser um fator objetivo e em grande parte independente da opinião dos outros. Ou seja, definitivamente o empreendedor não se move somente por dinheiro, este é consequência de uma ação vencedora, mas, prioritário para o líder é o seu projeto, o seu *core business* (MENEGETTI, 2008).

Depois de Schumpeter, muitos estudiosos, dentre eles economistas, têm aceitado a indentificação de empreendedorismo como Inovação. Isto representa uma mudança da antiga tradição, onde o termo “empresário” significava somente homens de negócios (STEVENSEN; JARILLO, 1990).

Drucker foi um dos primeiros a introduzir o tema empreendedorismo como elemento de formação acadêmica, apresentando-o como uma prática e disciplina, e não somente uma maneira de ser. A tentativa de Drucker é de alguma forma, ao mesmo tempo que procura explicar o fenômeno, a partir de observações pessoais e não se utilizando de pesquisas empíricas, formar as bases de novos potenciais empreendedores para que se formem, se construam também teoricamente, na atividade de empreender. A grande contribuição de Peter Drucker foi consolidar de

forma essencial o elemento inovação como sendo a essência do empreendedorismo, correlação esta já feita por Schumpeter.

Empreendedores inovam. Inovação é o instrumento específico do empreendedorismo. É o ato que dota os recursos com uma nova capacidade para criar riqueza. Inovação, portanto, cria um recurso. Não há algo como um 'recurso' até que o homem encontre um uso para alguma coisa na natureza e a dote com valor econômico (DRUCKER, 1993, p. 30).

Drucker entende inovação como parte principal do processo de empreender, e neste ponto propõe um método de inovação sistemática, posiciona então Drucker inovação como “a busca deliberada e organizada de mudanças, e a análise sistemática das oportunidades que essas mudanças podem oferecer para a inovação econômica e social” (DRUCKER, 1993), ou seja “Inovação é trabalho organizado, sistemático e racional.” De uma certa forma, sem entrar aqui em aspectos psicológicos relacionados a modelos mentais racionais ou intuitivos, o que Drucker propõe é que haja método, foco e sistematização do processo de inovação, e se na época pudesse haver alguma dúvida se a sua abordagem teria algum eco na comunidade empresarial, hoje se vê que de fato isto dá resultado, e as empresas inovam de forma sistemática.

Chester Barnard, embora não sendo um autor que tenha centrado os estudos sobre o tema empreendedorismo, e sim sobre as funções do gestor, no apêndice de seu livro “As funções do Executivo” (BARNARD, 1971), em uma conferência na Cyrus Fogg Brackett, trata o tema “A Mente nos negócios Cotidianos”, onde discorre sobre como empreendedor decide, e nele chama a atenção a seguinte observação: “Para mim, não deixa de ter significação o fato de muitos dos homens mais inteligentes, efetivos e capazes que eu tenho conhecido tenham sido quase incapazes de articular. O que mostrava a força ou o poder de suas mentes não era o que eles podiam falar, mas sim o que eles podiam fazer”. Assim como Schumpeter, Barnard vê no empreendedor aquele que realiza, não só aquele que tem a visão do negócio, mas que é capaz de transformá-la em resultados.

Diferente de Schumpeter e Drucker, que fizeram uma abordagem teórica do empreendedor, McClelland, um psicólogo Comportamentalista, realizou estudos empíricos sobre a motivação de empreender, procurando estabelecer uma ligação entre a necessidade de realização e o desenvolvimento econômico de algumas

regiões. Segundo Stewart et al. (2003) *apud* Freire dos Santos, McClelland foi o responsável pela elaboração do constructo da motivação para realização, promovendo a partir daí, o interesse nos estudos sobre o empreendedorismo, ao associar este fator sobre o desejo de empreender.

“Nós despendemos vinte anos estudando justamente isso [porque um homem de negócios alcança o sucesso e outro não], vinte anos no laboratório realizando pesquisa muito cuidadosa, e *isolamos a coisa específica. Nós sabemos o tipo exato de motivação que faz um empreendedor ser melhor.* Não necessariamente um melhor dirigente da General Motors; eu estou falando acerca do homem que inicia um negócio”. Ele queria dizer que a específica característica é a necessidade de realização do indivíduo (HORNADAY; ABOUD, 1971, p. 142).

A despeito da afirmação feita por McClelland, uma crítica ao seu estudo, é que o mesmo realizou suas pesquisas sobre uma base de gerentes de grandes corporações, e que apesar de ser fortemente associado ao campo do empreendedorismo, uma leitura cuidadosa dos seus escritos mostra que ele nunca fez qualquer conexão entre a necessidade de auto-realização e a decisão de lançar, possuir ou até mesmo gerenciar um negócio (BROCKHAUS, 1982:41 *Apud* FILLION, 1999). Uma segunda crítica a sua teoria está relacionada a sua simplicidade. McClelland tentou explicar o desenvolvimento social e a prosperidade usando somente dois fatores principais: a necessidade de realização e a necessidade de poder (FILLION 1999). Brockhaus (1982 *Apud* FILLION 1999), chamou a atenção para o fato de a conexão entre propriedade de pequenos negócios e a alta necessidade de realização não ficar comprovada.

De fato McClelland abordou o comportamento empreendedor observado em muitos gerentes e executivos, não somente em empreendedores proprietários de empresas, o que não invalida a sua grande contribuição aos estudos empíricos do campo do empreendedorismo. Permanece uma lacuna significativa na sua abordagem, a propensão ao risco inerente à atividade empresarial, o que é bastante reduzida quando se trata de cargos gerenciais e executivos. O empresário é aquele que responde em primeira pessoa, inclusive com todo o seu patrimônio pessoal, o risco de empreender (MENEGETTI, 2008).

Ainda no campo da Psicologia, Maslow (1970) considera a função empreendedora sub-desempenhada e desvalorizada, em parte pelos próprios

empreendedores que desvalorizam sua função e estão suscetíveis a pensar em si mesmos em termos antigos, como exploradores, superficiais, como não estando trabalhando de fato, como não estando realmente contribuindo (MASLOW, 1970). Esta é uma afirmação de pelo menos quarenta anos atrás, e é em parte ainda presente. De fato, pensando na palavra **empresário**, aquele que tem como objetivo final o lucro, ainda se tem a percepção geral, que é alguém desviado, que não usa todos os meios lícitos para chegar ao seu objetivo. Este conceito geral, impregnado na nossa cultura, em parte é reforçada pela nossa formação católica, que define o rico como alguém que “não entrará fácil no reino dos céus”, e em parte pela própria classe empresarial, que segundo análise de Maslow, não posiciona para a sociedade o seu real valor. A própria etimologia da palavra lucro do nosso vocabulário, é pejorativa, vem de logro, que dá a idéia de alguém que para obter resultados financeiro roubou, logrou alguém. No campo da motivação, Maslow, reforça e convalida a teoria de McClelland, que a motivação por auto-realização é o principal elemento que move o empreendedor.

2.2 QUEM É O EMPREENDEDOR: RESGATE DE PESQUISA SOBRE O TEMA

Deste os anos 70 até meados de 80, no campo da psicologia, quem dominou os estudos sobre o empreendedor e o empreendedorismo foi a escola behaviorista americana, a partir dos trabalhos de David McClelland (1976). A questão central destes estudos consistiu em saber “Quem é o empreendedor?”. Segundo Fillon (2001), embora muitos resultados destas pesquisas terem sido surpreendentes, não foi possível traçar um perfil psicológico do empreendedor, apresentando muitas vezes resultados contraditórios.

Fillon, pesquisador canadense e um dos principais estudiosos contemporâneos o campo do empreendedorismo, vê nos esforços conduzidos para entender o perfil psicológico do empreendedor, pelo menos duas barreiras difíceis de transpor (FILLON 2001)

- a) As pessoas mudam segundo os contextos e as circunstâncias às quais são expostas: os perfis de comportamentos não são estáticos.

- b) É difícil elaborar perfis-tipo, sem antes estabelecer distinções entre as categorias e as tipologias empreendedoras.

A dificuldade de se realizar uma síntese conclusiva ou pelo menos convergente sobre quem é o empreendedor, levou os pesquisadores deste campo de estudo, saltarem o problema e deslocarem os seus esforços de pesquisa para “O que faz e o empreendedor”.

Gartner (1989), propõe esta mudança de foco nos estudos, e faz um resgate das definições e características dos empreendedores, com o fim de expor o quão vagos e divergentes eram entre si.

AUTOR	DEFINIÇÃO	CARACTERÍSTICAS
Brockhaus (1980)	... um empreendedor é definido com o maior proprietário e gestor de um negócio não funcionário deste. (p.510)	Propensão a assumir riscos.
Cole (1959)	...o propósito da atividade (incluindo uma sequência integrada de decisão), de um indivíduo ou grupo de indivíduos, compromete-se para iniciar, manter e aumentar a orientação do negócio ao lucro, para a produção ou distribuição de bens e serviços. (p.7)	Não especificado.
Collins and Moore (1970)	Nós distinguimos entre organizações construídas, quem criou uma novo e independente empreendimento e quem opera a função empreendedora dentro de uma organização já estabelecida. (p.10)	Ocupação dos pais, educação, satisfação com o trabalho, atitude social.
Cooper and Dunkerlberg (1981)	Este artigo resgata o que os autores acreditam ser a maior e mais variada pesquisa sobre empreendedores no campo empírico. Foram pesquisados 1805 empreendedores	Pais, imigrantes, educação, número de empregos anteriores, época.
Davids (1963)	Fundador de um novo negócio	Educação, posição na família, religião, esportes e clube de afiliação.

Continua.

Continuação.

AUTOR	DEFINIÇÃO	CARACTERÍSTICAS
DeCarlo e Lyons (1979)	Não especificado.	Época, educação, esforço de empreendedorismo prévio, aquisição, autonomia, agressividade, independência, liderança, suporte e conformidade.
Drahein (1972)	Empreendedorismo: O ato de fundar uma nova companhia que não existia antes. Empreendedor é a pessoa que funda a nova empresa. (p.1)	Credibilidade, medo de perder o emprego, experiência anterior no campo de trabalho, grau de "estado da arte na tecnologia"
Ely and Hess (1937)	A pessoa ou grupo de pessoas que assume a função e a responsabilidade de combinar os fatores de produção dentro do negócio e colocar a organização em operação. Eles comandam a força industrial e são responsáveis pelo seu sucesso ou fracasso	Não especificado.
Gomolka (1977)	Não especificado.	Idade, sexo, etnia, trabalho dos pais e background social
Gould (1959)	Não especificado.	Associação delinquente, percepção de oportunidade, classe social, motivação de adquirir.
Hartman (1959)	A distinção entre o gerente e o empreendedor em termos dos seus relacionamentos para autoridade formal na organização industrial. O empreendedor pode justificar a sua autoridade formal independentemente, ou pode assumi-la ou delega-la. O gerente, por outro lado, recebe esta delegação e não representa o poder total da companhia.	Não especificado.
Hisrich and O'Brien (1981)	Não especificado.	Auto-disciplinado e perseverante, desejo de sucesso, orientado à ação, orientado a objetivos e nível de energia.

Continua.

Continuação.

AUTOR	DEFINIÇÃO	CARACTERÍSTICAS
Hornaday and Aboud (1971)	O “Empreendedor de sucesso” pode ser definido como um homem ou mulher que inicia um negócio que não existia antes, que possui no mínimo oito empregados e que está estabelecido ao menos por cinco anos	Necessidade de realização, autonomia, agressividade, reconhecimento, liderança independente, regimentação, background familiar, poder, tendência inovadora.
Hornaday and Bunker (1970)	... O “Empreendedor de Sucesso” é um indivíduo que iniciou um negócio, fez este negócio funcional conforme previsto, e continua por um período de pelo menos cinco anos, gerando resultados através de sua estrutura de pelo menos quinze ou mais empregados (p. 50)	Necessidade de realização, inteligência, criatividade, nível de energia, iniciativa, liderança, desejo por dinheiro, desejo de reconhecimento, poder, afiliação e tolerância a incertezas.
Howell (1972)	Empreendedorismo – o ato de fundar uma nova companhia que não existia antes. O empreendedor é a pessoa e os empreendedores são o pequeno grupo de pessoas no qual a nova companhia é fundada.	Idade, situação marital, atividades fora do trabalho, nível de educação, número de empregos anteriores, influencias.
Hull, Bosley, and Udell (1980)	A pessoa que organiza e gerencia um negócio assumindo o risco para ter lucro. Esta definição pode ser estendida para os indivíduos que compram ou adquirem um negócio já existente com objetivo de fazer crescer-lo. (p. 11)	Interesse em fama ou dinheiro, desejo social, tarefas preferenciais, locus de controle, propensão a risco, criatividade, realização.
Lachman (1980)	O empreendedor é percebido como uma pessoa que usa as novas combinações dos fatores de produção para produzir a primeira “marca” em um indústria.	Idade, educação, ocupação dos pais, motivação de realização, orientação para realização.
Lavington (1922)	Nos tempos modernos, o empreendedor assume várias formas. Ele pode ser um homem de negócios privado, um parceiro de negócio, um investidor. (p. 19)	Não especificado.
Liles (1974)	Nós estudamos o empreendedor que é envolvido em risco substancial e consideramos que nós procuramos à luz do pensamento tradicional que ele é um tipo especial de indivíduo, um homem particular. Isto provavelmente é verdade que que muitos empreendedores de sucesso vem a seu homens particulares. Mas, no começo, quando eles tomam a decisão para começar a carreira empreendedora, eles possuem muitos outras ambições, empenhando-se pessoalmente (p. 14)	Não especificado.

Continua.

Continuação.

AUTOR	DEFINIÇÃO	CARACTERÍSTICAS
Litzinger (1965)	A distinção é sublinhada entre “empreendedores” que são orientados a metas e ações como contraste a “gerentes” que cumprem políticas e procedimentos para receberem as metas.(p. 268)	Preferência a risco, independência, liderança, suporte, conformidade, benevolência, estrutura, consideração.
McClelland (1976)	...alguém que exerce algum controle sobre os meios de produção e produz mais do que pode consumir, vendendo o excedente. ...Na prática, tais pessoas podem vir a ser vendedores, artesãos independentes e operadores de firma	Realização, otimismo, afiliação, poder, ascetismo, crença na realização pelo status, moral mercadológica
Mescon e Montanari (1981)	Empreendedores são por definição fundadores de novos negócios	Realização, domínio, autonomia, resistência, ordem e <i>locus</i> de controle
Palmer (1971)	... a função empreendedora envolve primariamente a mensuração de riscos e a assunção de riscos com a organização de negócios. Além disto, o empreendedor de sucesso é aquele que pode interpretar corretamente a situação de risco e determinar políticas para reduzir os riscos envolvidos...Então o indivíduo que pode interpretar corretamente a situação de risco, mas não consegue minimizar esta situação de risco, não pode ser considerado um empreendedor.(p. 38)	Não especificado.
Say (1816)	O agente que une os meios de produção e quem encontra o valor dos produtos. (p. 28-29)	Não especificado
Schrage (1965)	Não especificado	Percepção verídica, motivação realização, poder de motivação,
Schumpeter (1934)	...empreendedor, como definição, essencialmente consiste em fazer coisas que não são geralmente feitas, no curso ordinário da rotina do business. Isto é um fenômeno essencialmente de um aspecto da liderança. (p. 254)	Não especificado
Stauss (1944)	Este artigo é uma proposição para avançar uma proposição que a empresa é o empreendedor.	Não especificado

Continua.

Continuação

AUTOR	DEFINIÇÃO	CARACTERÍSTICAS
Thorne and Ball (1981)	Não especificado	Idade, número de negócios anteriores, experiência familiar, educação.
Weiner and Rubin (1969)	O empreendedor no esquema de McClelland é o homem que organiza a firma (a unidade de negócio) e/ou incrementa a sua capacidade produtiva. (p. 178).	Realização, poder e afiliação.

Quadro 2 - definições e características dos empreendedores

Fonte: Gartner (1988).

Parece que o único consenso que se chega, no resgate das definições de Gartner, é que o empreendedor é o dono do negócio, aquele que toma o risco e empreende, independente se ele criou ou adquiriu o negócio, a característica importante é: aquele que responde em primeira pessoa pelo sucesso ou fracasso do negócio. O problema de fato se inicia, quando se tenta caracterizar este empreendedor, como se move? Quais são as suas características naturais? Qual a sua motivação? Neste ponto, os estudos são realmente aproximativos e divergentes.

Cole (1969), citado no artigo de Gartner (1969), verbaliza a sua dificuldade na tarefa de entender quem é o empreendedor:

Minha própria experiência pessoal foi que por dez anos nós pesquisamos histórias de empreendedores, por dez anos, nós tentamos definir o empreendedor. Nós nunca tivemos sucesso. Cada de nós possuía algum noção do que era isto – o que ele almejava era uma definição completa do empreendedor. E eu não penso que nós chegaremos muito longo com isto (p. 17).

Como nós podemos conhecer o dançarino através da dança? (YEATS, 1956, *apud* COLE, 1969).

Assim como Gartner e Fillon, Cole também propõe o salto: se não se consegue compreender o empreendedor, nos concentremos naquilo que é a sua atividade, o empreendedorismo.

O limite encontrado pelos pesquisadores, permanece sendo o limite das ciências sociais: o desconhecimento do homem. O fenômeno, carrega a causa, mas não a evidência (MENEGETTI, 2010). Partindo-se do estudo do fenômeno do empreendedorismo, sem compreender o empreendedor, se está na mesma crise que Mintzberg (2007) relata no processo de formação das estratégias empresariais:

Somos os cegos e a formação da estratégia é o nosso elefante. Cada um de nós, tentando lidar os mistérios da fera, segura uma parte ou outra, e nas palavras do poema de John Godfrey Saxe, do século passado:

Continuamos em total ignorância
Do que cada parte significa,
E falar sobre um Elefante,
Que nenhum de nós viu!

Não se deve e não se pode saltar o problema, se quisermos fazer uma ciência séria e responsável, capaz de ser resposta à evolução da sociedade e do homem. Deve-se afrontar a “fera”: afinal quem é o empreendedor?

A dificuldade encontrada, neste campo de estudo, tem sua origem na ausência até então, de uma Psicologia capaz de decifrar não só o fenômeno, mas entrar no mundo das causas e motivações, no como é feito o homem, como e porquê ele e se move. Se não se sabe individuar o homem, por como é posto pela inteligência de natureza, se permanece aproximativos e superficiais no estudo do empreendedor. De fato, sem uma epistemologia elementar no campo da Psicologia, que forneça os elementos basilares sobre quem é o homem, qual a sua estrutura subjetiva, resta a tarefa impossível de decifrar o universo do empreendedor Líder.

Com esta chave de passagem, decifrar o empreendedor permaneceu então uma tarefa relativamente fácil (MENEGETTI, 2008), pois partiu da aplicação de um critério de natureza, de uma evidência, no qual o próprio autor, na sua experiência como empresário de sucesso, colhia.

2.3 QUEM É O LÍDER EMPREENDEDOR DE MENEGHETTI: A NECESSIDADE DE UMA EPISTEMOLOGIA SOBRE O TEMA

Meneghetti (2008), apresenta uma definição de Líder, que se pode transpor para o empreendedor, visto que este é um líder no campo econômico:

O líder é uma pessoa que pode e sabe administrar o poder do próprio corpo social, garantindo a este identidade funcional e, conseqüentemente crescimento. É uma pessoa que estabelecido um escopo, busca e cria os meios funcionais a este escopo (MENEGHETTI, 2008, p. 22).

O negócio, a empresa é o corpo social do empreendedor. O empreendedor é a sua mente, sua intencionalidade e o negócio responde a esta intencionalidade. A função do empreendedor é a de incrementar o negócio com identidade. O empreendedor decide com base ao critério de identidade, aquilo que é útil e funcional ao incremento do negócio (o mesmo critério de natureza evidenciado por Meneghetti, o Em Si ôntico). É uma relação síncrona. O empreendedor e o seu negócio, funcionam em perfeita reversibilidade: por como o empreendedor é e faz responde o negócio. Se o primeiro funciona, o negócio cresce, se o empreendedor, ao contrário, por algum motivo tem problemas na esfera pessoal, o negócio acusa. É síncrono.

Meneghetti (2008) estabelece três características essenciais no Líder empreendedor e que posteriormente são desdobradas nos sete pontos do empreendedor:

- a) Superioridade de potencial humano de nascimento, portanto, se refere ao talento de fazer e coordenar. Entende Meneghetti, que o líder empreendedor, já nasce com um potencial diferenciado da maioria e que depois este potencial deve ser historicizado, evoluído, posto em prática. Talento de fazer e coordenar, significa capacidade de execução com qualidade e excelência, e capacidade e envolver outros a produzirem com o mesmo resultado.
- b) Superioridade de conhecimento e práxis sobre atitudes e profissões particularmente solicitadas pela sociedade local ou múltipla. Significa

especializar-se com competência competitiva naquilo que o mercado necessita. É uma atitude, onde o sujeito, com empenho, dedicação se propõe a ser o melhor em um campo de aplicação.

- c) Superioridade de realização devido a decisões intuitivas. A intuição é a capacidade de ver de dentro, onde está o ponto do negócio. O empreendedor é um natural intuitivo, que lê, quando está em pleno regime, as passagens de sucesso para o negócio. Meneghetti (2008) possibilitou a compreensão racional deste fenômeno, que embora evidente, gera ainda muita confusão no campo os estudos teóricos da Psicologia e Administração. O conhecimento exato do que é intuição, só é possível com aplicação contemporânea das três descobertas: Em Si ôntico, Campo Semântico e Monitor de deflexão².

Para Meneghetti (2008), além do talento nativo, o líder empreendedor é dotado de sensibilidade ética. Nele, é claríssima a relação primado e deveres. Os diretos são consequências. Neste aspecto, o empreendedor é um que entendeu como funciona a lógica da vida. Compreende que para ganhar, deve sobretudo saber servir, com máxima qualidade e eficiência. Não existe poder histórico sem ganho dos outros em realização. O empreendedor é um que realiza o seu egoísmo primário sadio, através da realização dos outros. Que outros? Colaboradores, clientes, sociedade. Após ter resolvido bem todos estes aspectos, recolhe o seu resultado com prazer. Existe uma lógica primária básica nos negócios, e o empreendedor é um sabe colhe-la, não é um fazer ao acaso, existe um escopo e uma identidade bem precisa, que uma vez seguida produz o resultado.

² O Campo Semântico, foi a primeira descoberta da Ontopsicologia e é tecnicamente definida como um transdutor informático sem deslocamento de energia, é a comunicação base que a vida usa nas suas individualizações. O Em Si ôntico, é a descoberta mais importante, pois se evidencia como o critério utilizado pela ciência Ontopsicógica, é um princípio formal inteligente que faz autóctise histórica. A descoberta do Monitor de deflexão, ou grelha de deformação, permitiu individualizar a origem do inconsciente humano, o qual procede não por deficiência do projeto Homem, mas erro de evolução histórica. Externamente, o Monitor de deflexão pode ser identificado como Superego social, é um mecanismo psicodélico que deforma as projeções do real à imagem.

2.4 OS SETE PONTOS DO EMPREENDEDOR – A *FORMA MENTIS* DO EMPREENDEDOR

A partir das três características essenciais do líder empreendedor, Meneghetti (2004) individua os sete pontos do empreendedor, os elementos que compõe a radicalidade da personalidade do empreendedor, independente da cultura, da atividade, do estilo de liderança, do tamanho do negócio, da formação acadêmica. São aspectos que qualificam a *forma mentis*, ou o *design* da inteligência de um líder de sucesso.

As idiosincrasias e divergências apresentadas por Gartner (1988) no seu resgate do percurso teórico dos estudos sobre o empreendedor, e as barreiras para se definir o perfil psicológico do empreendedor (FILLON, 2001) são resolvidas por Meneghetti, a partir da aplicação das três descobertas da Ontopsicologia.

Os sete pontos do empreendedor de Meneghetti:

1) Potencial Natural que varia por especificação e Intensidade:

O líder empreendedor nasce com um potencial diferenciado. O Em Si ôntico é o princípio que determina o potencial e a virtualidade de um indivíduo. O líder sabe que recebeu mais, mas isto só aumenta a sua responsabilidade em investir na direção do seu potencial natural. O Em Si ôntico é uma pequena semente, que deve para se desenvolver se tornar um grande carvalho, possuir a terra justa, com bom adubo, sol na medida certa e muita água. A semente nos é dada pelo ser, mas todo o resto é responsabilidade do Eu prover, caso contrário, o projeto permanece virtual, não se realiza.

2) Evolução técnica racional em iso com o potencial natural

Esta virtualidade, quando atuada, deve ser desenvolvida em ambiente histórico, em sincronia com o potencial natural. Significa, que se um nasce com o dom para a música, por exemplo, é importante que este individue esta estrada, e neste caso se o fizer com responsabilidade e empenho, tem-se a possibilidade de atingir um primado, uma genialidade. Ao contrário, se um nasce com o dom para engenharia, e escolhe o caminho artístico, por mais esforço e empenho, será

mediano, mas nunca um excepcional no seu campo de atuação. O que o homem pode ser ele deve ser (MASLOW, 1970).

Durante uma conferência realizada na semana acadêmica da Antonio Meneghetti Faculdade em 2009, foi perguntado ao Sr. Raul Randon, um dos principais empreendedores do Rio Grande do Sul, se não visão dele se nascia ou se tornava um líder empreendedor, sua resposta foi precisa: “Um líder um pouco se nasce, e muito se torna”.

Aqui cabe uma reflexão sobre os esforços em nível internacional (FILLON 2001) para se disseminar a cultura e o ensino do empreendedorismo nas universidades e escolas de *business*. Segundo Fillon, um dos expoentes internacionais no estudo do empreendedorismo, entende o empreendedor como “...uma pessoa que sabe identificar as oportunidades de negócio, os nichos de mercado e que sabe se organizar para progredir. Assim, a essência do trabalho do empreendedor consiste em definir contextos, o que exige uma análise e imaginação, um equilíbrio entre as funções do lado direito e do lado esquerdo do cérebro.”.

Prossegue Fillon, com relação a visão sobre o ensino do empreendedorismo: “... a meu ver, não se pode ensinar empreendedorismo com outras matérias, mas empreendedorismo se aprende. É possível conceber programas e cursos como sistemas de aprendizado adaptados à lógica desse campo de estudo. A abordagem aqui deve levar o aluno a definir e estruturar contextos e compreender várias etapas de sua evolução. Esses são desafios pedagógicos interessantes...”.

Com isso, demonstra-se que partindo desta pequena amostra da linha de pensamento, vinda de um grande estudioso no assunto como Fillon, vê-se o quão distantes estamos de dar uma resposta adequada a este desafio: formar o empreendedor.

Não é fácil para o jovem de hoje identificar a sua vocação. Vive-se em um mundo onde tudo leva para um “fora de si”, para a superficialidade. O jovem é formado pela sociedade, começando pela família e terminando pela universidade, para ser mais um no mundo. Um que respeita as tradições, as leis, as morais, a religião e que deve ter um emprego com objetivo de repetir este ciclo. O problema é que o resultado pessoal deste ciclo é a frustração do indivíduo. Este é um caminho de norma.

Por outro lado, existe uma iniciativa, corrente nas principais universidades do mundo, de ensinar o jovem a seguir uma estrada própria, a empreender o seu próprio negócio. Como? Fillon afirma que não com este método pedagógico, mas com qual método?

As duas primeiras características do empreendedor de Meneghetti nos dão uma indicação interessante: É um que tem um potencial natural e faz uma evolução técnica racional em identidade com este potencial. A primeira função de formação do empreendedor de sucesso, antes de trabalhar conteúdos teóricos de pouca aplicação prática, deve ser ajudar a autenticar racionalmente e tecnicamente este jovem, ou seja, identificar as suas características de natureza e quais campos de aplicação se fazem naturais para estas características.

O negócio, primeiro nasce dentro, depois se externaliza. Não existem “definir contextos, que exigem análise e imaginação..”, nem “nichos de mercado, oportunidades...”, se antes não se sabe o que se é, o que se gosta e o que se sabe fazer melhor que os outros. É um equívoco constante quando se fala sobre Negócio no ambiente acadêmico e de consultorias, saltando o sujeito que intenciona **aquele** negócio específico. Não existem negócios bons, existem negócios bons para aquele empreendedor naquele contexto. É um processo de identidade. O empreendedor seleciona com base na sua identidade, o negócio que lhe é próximo, natural. Desta forma ele é vencedor, é único, é o primeiro, caso contrário, se leva um “estranho para casa” e o resultado é o prejuízo e a frustração. (MENEGETTI, 2010).

Pode-se ensinar a aproveitar ou a criar oportunidades de negócio, mas não é esta a estrada que nos leva para a nossa casa. O desafio é ensinar a identificar e a criar a **minha** oportunidade, e isto é um trabalho que nasce do íntimo, da subjetividade do empreendedor. Não é com pesquisa de mercado, com consultoria de especialistas, com estudo especializado, etc... É com autoconhecimento do empreendedor. Missão principal de uma escola de formação de empreendedores, deve ser ajudar o jovem a individuar o seu potencial de natureza, o seu estilo, de forma a desenvolver uma personalidade que seja em identidade com o seu Em Si ôntico, caso contrário se trabalha com uma base falsa, sem um critério seguro. Este critério uma vez colhido, conscientizado, garantirá no futuro, seguramente o êxito do empreendedor no seu campo de atuação escolhido.

A escola FOIL (Formação Ontopsicológica Internacional Liderística) é a única escola em nível internacional, que individuou, através da metodologia Ontopsicológica, a estrada mestra para formação e desenvolvimento do empreendedor, porque parte da formação da subjetividade exata do empresário. A partir desta, podemos aplicar um universo de técnicas e ferramentas disponíveis nas diversas escolas de Gestão e Negócios: Planos de Negócio, Estratégia empresarial, Balanced Score Card, Gestão por Objetivos, Qualidade Total, etc... Sem este critério exato, tudo é aproximativo e opinativo. A teoria aceita a hipótese, o aproximativo, o especulativo, o negociante aceita, ou é, e é assim, ou não é, não funciona.

3) A ambição

Para Meneghetti (2008), o aspecto da ambição é:

Ambição é volição, a intencionalidade do ato, o vetor daquele quântico que o sujeito tem dentro de si. Para ser um líder vencedor, junto ao potencial e à técnica racional é fundamental ambição e a coragem de pagar um preço diverso pelo fato de ser diferente. Não havendo ambição, a inteligência é inútil, ou melhor, chega mais alto quem tem maior vontade do que quem é mais inteligente. Frequentemente o inteligente não tem vontade e ambição (p. 70).

A ambição é um termo ambivalente, na nossa sociedade. Por vezes, assume uma conotação positiva e muitas outras vezes é pejorativo. Talvez porque somos formados em uma moral onde o importante é o ser igual, ser conforme. A sociedade, através das suas manifestações (família, estado, igreja, escola, etc...), nos impõe um status quo, onde está certo aquilo que é conforme e é errado o que é diferente. Não se trata de fazer acusação externa, mas fazer uma madura e humilde auto-reflexão sobre como são as coisas e como estas nos condicionam de uma forma as vezes sutil e as vezes violenta.

Ambição não significa, desejo de algo que não nos pertence ou que é impróprio, não é egoísmo estúpido, não é violência contra a sociedade, não é usurpar a riqueza dos outros (MENEGETTI, 2008). A ambição do empreendedor é o contrário disto. Partindo, sempre de como o homem é posto pela natureza, o nosso Em Si ôntico intenciona sempre o que lhe é próprio, onde ele é natural patrão. Existe uma ética na relação entre o sujeito e o objeto. O indivíduo quando adverte

uma pulsão a um objeto (pulsão própria do seu Em Si ôntico, e não de projeção de complexo ou estereótipo), é uma indicação que o ser quer se fazer sujeito naquele objeto, com o escopo de ser mais ser. É uma regra de natureza, não é uma situação posta artificialmente. Assim como um animal, por inteligência de natureza, sabe onde encontrar água a um perímetro de dez quilômetros, o empreendedor, sabe, por auto-evidência, o negócio que lhe é próprio e aquele não o é.

A ambição significa a vontade de ser mais, de fazer mais, em todos os sentidos que quisermos analisar: mais clientes, mais mercados, mais colaboradores, mais negócios, maior qualidade e diferenciação, etc... Este é o vetor que o empreendedor tem dentro de si, e é o que lhe impulsiona a estar constantemente inovando, até o infinito. Por que se para, morre como inteligência.

Para isto existe um preço que ele tem que escolher pagar: o de ser diferente da norma. Não significa não observar a moral social, as leis, a família, a religião, não, o empreendedor deve ser um sagaz observador de todas as regras do social, pois caso contrário, existe a violência. Porém, não as deve ter como referência interna. Isto pode significar que a sua família não o compreenda: porque tanto trabalho, porque não tira férias, etc..., o seu grupo de referência passe a não aceitá-lo, que a sociedade como um todo o olhe como uma certa desconfiança, porque no fundo, não o entende.

Este não é um preço menor, porque no final o agradaria, ter o reconhecimento de que o que faz é belo, é corajoso, é vencedor, contribui para o crescimento da sociedade. Mas o fato é que, se o empreendedor quiser seguir a estrada vencedora, de se construir como identidade no campo empresarial, não pode esperar este reconhecimento, porque ele não virá.

4) Amor pelo próprio trabalho

A primeira vista, esta característica parece discorrer sobre em lugar comum, mas não é. Vejamos a definição de Meneghetti (2008):

Um líder deve amar o objeto que produz. Deve vive-lo, senti-lo, ter prazer com o próprio trabalho. Cada um tem os seus estilos e os seus modos. Esse amor pelo objeto que produz, que vende, transmitirá a sua semântica de sucesso aos outros: se o líder ama o seu produto, sem dúvida o vende. O amor do líder pelo seu produto é uma atração: o cliente que o compra sente-se participe de uma liderança. O amor que o líder tem pelo seu produto é uma distribuição de valores subjetivos...É importante que aquilo

que apresenta tenha participação espiritual do seu criador, e isto cria fascínio, mercado, dinheiro e sucesso. O líder deve amar esta sua vocação. No fundo de cada grande há uma vocação: ser daquele modo significa ser uma palavra profunda da vida, verdadeiro líder, capaz de dar soluções a muitos (p. 71).

A palavra amor, assim como ambição, também é um termo distorcido pelo Superego Social. A etimologia da palavra (MENEGETTI, 2008-a):

“Lat. *a me oritur* = surge de mim.

O mover-se da ação-vida, da exceção de um causante à intimidade do receptor.

Escorro de mim, derramando-me em ti, para fazer-te mais.

Ação com investimento egóico para o outro (não em substituição do outro).

Participar do próprio íntimo em desenvolvimento do outro. (p.13)

Amar o próprio objeto de trabalho significa glorificar o esforço de um trabalho bem conduzido. É uma realização pessoal, colhida no íntimo, quando se sabe que se fez o melhor. Desta posição, é inevitável que se transmita esta informação para o mercado, para os clientes. Pensemos um pouco em uma Ferrari, em um Armani (o que quer que for dos ternos aos móveis), em um Channel. É uma atração total! As clientes não querem um perfume, querem um Channel n.5, porque ali está a fenomenização da inteligência de uma Côco Channel. Atrai, porque o cliente, no final, quer para si, aquela personalidade, aquela inteligência.

Amar o próprio objeto de trabalho significa que eu sou temporal, mas a minha obra pode ser imortal, é uma transcendência profunda, que extrapola a questão econômica. O empreendedor não se move pelo dinheiro, se move para fazer da sua obra, algo que vai permanecer, depois que ele partir. Escorro de mim, derramando em ti, para fazer-te mais. É uma boa missão empresarial.

5) Conhecimento Superior e específico sobre o seu setor

Os pontos do empreendedor de Meneghetti são postos em uma escala de perspectiva, iniciam pelo potencial natural, especificação deste potencial, ambição/vontade, amar o que faz, e o quinto ponto, dizem respeito a excelência em um campo específico. Segundo Meneghetti (2008), alcançada uma maturidade, entre os trinta e quarenta anos, o empreendedor deve ser o melhor na sua área de

interesse. Isto não significa que deva saber tudo, mas sobre aquele objeto específico que é o seu *core business* (perfume, vinho, carros, tecnologia, etc...), não deve encontrar outro melhor que ele e se o encontrar deve se atualizar para renovar a si mesmo.

A estrada para se fazer um grande empreendedor é infinita e não se pára nunca. O mercado muda, a concorrência muda, a tecnologia muda, tudo está em contínua transformação, em ritmos cada vez mais acelerados. O empreendedor deve, se quer alcançar e manter o protagonismo, ter uma atitude de formação *life long learning*, formação para toda a vida. Não basta realizar bem algumas vezes, a evolução do negócio exige que ele seja constantemente a ponta de inteligência que puxa o negócio em direção ao crescimento e qualificação.

É uma atitude constante de manter, evoluir e qualificar o próprio *core business*. Isto significa que o empreendedor deve ter um *core business* bem específico e identificado, pois não se consegue ser excelente em todas as áreas. O resultado da falta de foco é a distração e a perda de energia. A concorrência é positiva e serve para que o empreendedor não se acomode nos louros do sucesso. Não existem garantias para o sucesso permanente. A única garantia é a atualização permanente do líder na sua área de competência, mantendo o seu foco e identidade empresarial.

6) Transcendência solitária ao utilitarismo funcional

Até a quinta característica não é novidade por tudo o que já se escreveu sobre empreendedorismo. O fato de serem impostadas juntas e com um nexo de sentido dado, principalmente através da descoberta do Em Si ôntico, é uma inovação sem dúvida. Porém a sexta e sétima característica, representam um abordagem ainda não tocada por nenhuma escola ou teoria sobre o empreendedorismo.

A sexta característica, transcendência solitária ao utilitarismo funcional, significa estar em uma situação sem morrer dentro dela. É uma posição, onde o empreendedor antes de tudo está só com ele mesmo, permanece sempre no íntimo dele mesmo. Todas as situações, muitas vezes pesadas, que envolvem a vida do empreendedor, devem ser vividas, resolvidas, mas não podem de nenhuma forma

comprometer a inseidade, a subjetividade, a intimidade dele, pois de outra forma, se faz confusão de sentimentos e se perde a capacidade de se decidir de forma exata.

O empreendedor deve aprender a ética e a proporção de cada situação. Existe uma proporção para cada relação, para cada situação, onde perdida esta proporção, inicia-se um processo de regressão com perda de identidade e inteligência. O empreendedor deve vigiar com prudência, aspectos inclusive menores, de aparente inocência, de um bate-papo, de amizades, pois se extrapola, com perda de tempo, ou conversas vazias sem resultado, perde-se inteligência e se sai do “ponto”. Significa que a qualquer momento, qualquer impacto, o empreendedor deve ser capaz de ter a sua mente livre.

Segundo Meneghetti (2008), a perda muitas vezes ocorre na confusão que líder faz na proporção das quatro esferas, as quais são descritas a seguir:

- 1) Esfera individual pessoal, compreende o sujeito em sentido físico, absoluto de existência;
- 2) Esfera afetiva, constituída pelo ambiente de referência emotiva, sexual de amor: as suas referências de valor absoluto;
- 3) Esfera dos colaboradores, compreende as pessoas físicas por meio das quais o líder opera;
- 4) Esfera social, é a atividade dos mundos dos negócios, do ambiente, da explícita atividade econômica: relações diplomacia e todo o vasto mundo que a arte do líder compreende.

O que acontece, via de regra, é que quando algo não vai bem na empresa, se procura o problema na quarta esfera. A pessoa é um todo, e tudo influi o resultado. Não existem o “pessoal” e o “profissional”, é uma unidade onde os aspectos da vida interferem uns aos outros e se inter-relacionam. Um problema na esfera dos negócios é muitas vezes originada de uma confusão na esfera afetiva, mas ali dificilmente se procura.

Meneghetti introduz no campo dos estudos sobre o empreendedorismo, a importância da integralidade e autenticidade da pessoa do empreendedor. Se este quer vencer deve vigiar e “limpar” todos os aspectos da sua vida, inclusive e principalmente o aspecto privado, porque depois tudo conspira para reforço ou diminuição da sua capacidade empresarial.

Não se trata de uma atitude monástica ou prepotente de não envolvimento com nada, mas de se manter atentos na exata proporção de cada relação ou impacto, vigiando para manter a própria íntima identidade intacta.

7) Racionalidade sobre a Intuição

A principal tarefa de um administrador ou empresário é decidir (SIMON, 1979). O empresário se posiciona sobre todas as situações que aparecem a cada momento, sobre um funcionário a contratar, a decisão de lançar ou não lançar um produto, comprar uma empresa, enfim, pequenas ou grandes decisões, a sua tarefa principal em uma organização é decidir. Mesmo quando está em dúvida, ambivalência e não decide, ainda assim isto é uma decisão: não vou fazer agora. A questão é como o empreendedor decide? Existe um esforço de pesquisa específico sobre a teoria da decisão, envolvendo os campos da Administração e Psicologia.

Chester Barnard (1971), um dos grandes teóricos da administração, ainda nos anos quarenta, postula a existência de processos de raciocínio lógico e de raciocínio não-lógicos. Embora não consiga descrever o fenômeno, não era também o seu escopo como pesquisador, Barnard, a partir de sua experiência de quarenta anos como executivo da AT&T, aponta pela primeira vez no campo da teoria administrativa, a existência de um componente intuitivo no processo de decisão.

Simon (1979), precursor de Barnard, cunha o termo “tomada de decisão” e centra sua pesquisa neste campo de aplicação. Simon adere a linha cognitivista da psicologia como uma forma de resolver o problema. Para Simon, o problema era uma limitação na capacidade humana em processar informações. Desenvolve a famosa “Teoria da Racionalidade Limitada”, que procura explicar que o humano não é dotado das melhores faculdades para decidir. A limitação da racionalidade era, por Simon, causada pelos seguintes aspectos:

- a) Requer um conhecimento completo e antecipado das conseqüências resultantes de cada opção. Na prática, porém o conhecimento dessas conseqüências é sempre fragmentário.
- b) Considerando que estas conseqüências pertencem ao futuro, a imaginação deve suprir a falta de experiência em atribuir-lhes valores, embora estes só possam ser antecipados de maneira imperfeita.

- c) A racionalidade pressupõe uma opção entre todos os possíveis comportamentos alternativos. No comportamento real, porém apenas uma fração de todas estas possíveis alternativas é levada, em consideração.

Simon, encontra caminho de solução na Informática, e é um dos precursores do advento da Inteligência Artificial. Pensa Simon, se o problema é limitação de processamento, demos ao homem uma máquina que pode ampliar esta capacidade quase ao infinito.

Kahneman (KAHNEMAN; TVERSKY, 1986), vencedor do Prêmio Nobel em 2002, pelos seus estudos em economia sobre como as pessoas decidem. O autor desenvolveu seus estudos sobre o sistema racional e o sistema intuitivo. Um breve resumo sobre os dois sistemas propostos por Kahneman e Tversky:

Sistema 1: A Intuição, sendo característico deste sistema os atributos rápido, paralelo, automático, sem esforço, associativo, aprendizagem lenta e emocional.

Sistema 2: A Razão, caracterizar-se-ia como devagar, em série, controlado, com esforço, regrado, flexível e natural.

O fato das pesquisas no campo das teorias sobre a decisão admitirem a existência de um processo intuitivo, que complementa o processo racional é já um passo em direção a compreensão do fenômeno da decisão, mas não é o suficiente. Permanece a confusão, o que é a intuição: é um sentimento? é um instinto? é a primeira “coisa” que vem a cabeça? Entra-se em um caminho “pantanosos” onde a confusão do que é o fenômeno e como ele acontece pode provocar como resultado absurdos do ponto de vista acadêmico e da prática aplicada, como, para citar apenas um exemplo, a existência de pesquisadores que indicam guias práticos para treinar e desenvolver a intuição!

A ciência Ontopsicológica tem como método (MENEGETTI 2010): “Método Bilógico: Processo racional indutivo-dedutivo com a novidade dos princípios complementares do campo semântico, Em Si ôntico e Monitor de deflexão”. O método desenvolvido por Meneghetti, permite colher a intuição de forma racional, compreendido o termo científico como algo que pode ser baseado em um experimento reproduzível e repetível.

Meneghetti, individuou através das três descobertas, complementadas pela compreensão e descrição da Imagem, alfabeto da energia (MENEGETTI, 2006), o

processo básico de funcionamento do Em Si ôntico. A intuição é uma faculdade natural do humano, produzida pelo seu Em Si ôntico. É a capacidade de colocado em um problema, um cenário, uma situação, o sujeito é capaz, intuir, consaber onde está o ponto de solução, de ganho.

A definição de Racionalidade sobre Intuição de Meneghetti (2008):

A Intuição é um *flash* de inteligência que consente ao líder ver onde está o negócio. Racionalidade significa saber praticamente o que o líder deve saber: se falar com aquela pessoa para conseguir a informação certa, se deve fazer-se conhecer, com mover-se taticamente com aquele banco, etc... A intuição, organizada em racionalidade histórica constante, determina, invariavelmente, o sucesso. O líder, inserido no contexto, imediatamente detecta onde se encontra a solução (p. 74).

O empreendedor é um natural intuitivo. Não é possível um guia, um manual de boas práticas, um curso aplicado, sobre a intuição. A intuição é um processo natural que nasce da autenticação da pessoa. Autenticação significa que o sujeito é exato em colher, em conscientizar aquilo que se dá na sua subjetividade. Não existem “atalhos” para este processo, é uma qualificação pessoal, que se consegue tornando autêntico aquilo que somos por natureza, realizando o nosso projeto existencial, percorrendo aquela estrada que nos leva para casa. Tecnicamente, o processo de autenticação se dá através da metanóia, processo no qual o sujeito autoposiciona-se refletindo ou conscientizando a informação do seu Em Si ôntico, em detrimento a tudo o que é informação ou conhecimento falso com origem na pressão normativa do superego social. É uma técnica de vida que exige coerência constante de escolhas do indivíduo. O sujeito uma vez exato, significa que sua consciência é capaz de colher a informação do seu Em Si ôntico. O processo da racionalidade sobre a intuição é um fenômeno natural, ou seja, assim como somos dotados de cinco sentidos capazes de nos fornecer uma informação sobre o externo, a intuição é uma faculdade nativa o homem, uma vez este coerente com a ordem de natureza, que nos permite ver onde está o ponto de solução de uma situação (um problema, uma oportunidade, um novo cliente, um novo produto, etc...).

O líder empreendedor, no final, é um técnico da própria Intuição (MENEGETTI, 2010-a). Assim como Simon (1979), definiu a essência do trabalho do administrador, tomar decisões, a essência do trabalho do Empreendedor é tomar decisões **baseado na sua Intuição**. Deverá ser tarefa de ponta, principalmente nos

campos de estudo do Empreendedorismo e da Estratégia e Gestão Empresarial, posicionar corretamente o elemento Intuição dentro do processo decisório. Esta missão hoje é possível, com o aporte teórico da ciência Ontopsicológica como elemento interdisciplinar

Mesmo correndo o risco de ser repetitivo, mas pela seriedade que o tema mereça e pelo volume de confusão que atualmente se faz sobre o tema, transcrevo a posição da FOIL (BERNABEI *apud* MENEGHETTI, 2007-a) quanto a precisão do que seja Intuição dentro da escola Ontopsicológica:

- 1) A Intuição é inata no ser humano, possui-se e sabe-se na norma de natureza do Em Si ôntico. Mas o seu relevamento foi perdido no processo educacional não conforme ao projeto de natureza
- 2) Não pode existir uma escola, um curso universitário, ou outro que possa “ensinar” a intuição. Não há escola para aprendê-la e nem mesmo experiência. Quando se fala de intuição, podemos nos referir apenas à autenticação do indivíduo.
- 3) Por isso, para fruir a intuição, é preciso fazer autenticidade contínua, psicoterapia total dos estereótipos e complexos: a recuperação da sua compreensão deve ser feita por meio da autenticação interior do indivíduo e não através do ensino de “técnicas intuitivas” externas.
- 4) Para a autenticação, pode-se utilizar apenas a metodologia ontopsicológica, porque é capaz de compreender e explicar os processos psíquicos e interpretar com um código de leitura correto as imagens que o inconsciente comunica, indispensáveis ao processo de autenticação.
- 5) A verificação disto se teve em trinta anos de resultados jamais desmentidos.
- 6) Para que se possa falar de intuição, não é suficiente estudar ou ler alguns livros de Ontopsicologia, mas é preciso, contemporaneamente, também um processo de autenticação contínuo.
- 7) Para que se possa falar de intuição, além de um processo de autenticação contínuo, é necessário, contemporaneamente, o estudo racional da Ontopsicologia.
- 8) Sem esse binômio, faz-se mais dano que qualquer outra coisa.
- 9) Portanto, para todos aqueles que não conhecem a Ontopsicologia, ou que não a conhecem a fundo e corretamente, é melhor seguir o normal processo racional, porque de outra forma se arrisca confundir a intuição com outros processos emocionais inconscientes que nada têm a ver com ela. Nesse caso, seguindo a racionalidade, faz-se menos dano do que quando se segue uma falsa intuição de origem complexual (p. 96-97).

É interessante, para concluir a revisão teórica do tema desta dissertação, ver a posição de um empreendedor, como ele se vê, como explica a sua construção pessoal, como é o seu pensamento reflexivo a respeito da sua trajetória de sucesso.

Norberto Odebrecht, construiu um conjunto de princípios fundamentais sobre os quais constituiu a base cultural estável e perene para o crescimento da Organização Odebrecht, um dos principais grupos empresariais brasileiros com atuação internacional, com faturamento anual na casa de vinte bilhões de dólares.

Estruturou o que chamou de TEO (Tecnologia Operacional Odebrecht) no intuito de formar e comunicar aos seus colaboradores a essência filosófica do seu negócio (COSTA, 2004). Odebrecht alicerça o seu pensamento em um humanismo empresarial, onde a crença é na incompletude essencial do ser humano, que o torna “capaz de desenvolver-se, inovando a si mesmo e assumindo novas e crescentes responsabilidades”. Esse, para Norberto, é o suporte de significação sobre o qual repousa a confiança nas pessoas, como eixo do ideal antropológico (visão de homem), da filosofia de vida praticada na Organização Odebrecht (COSTA, 2004). Conforme Norberto Odebrecht:

Cada ser humano possui forças que ele próprio pode desenvolver, desde que tenha caráter, talento, vocação e motivação. Atendidos tais requisitos, então não haverá mais limites para o desenvolvimento deste ser humano: ele tenderá a ser o melhor no campo de trabalho que escolher.

Para Norberto Odebrecht, quando um empreendedor é confrontado com o imponderável, vê-se obrigado a tomar decisões com insuficiência de dados e informações, vale-se então da intuição e inclina-se na direção que ela aponta, empenhando-se logo, com a ajuda do raciocínio ordenado, para transformá-la em estratégia de ação. Aqui se observa a exposição da sétima característica do empreendedor de Meneghetti, racionalidade sobre a intuição, onde na percepção de ambos, intuição e razão são elementos que, embora diferentes, devam conviver juntos para se obter o resultado desejado.

Prossegue Norberto acerca deste tema, abordando que o empreendedor deve ter a “coragem de decidir e agir segundo os ditames da intuição. De um lado, a intuição, que leva os líderes a indicar o que é certo. De outro, a disciplina mental (racionalidade), que os leva a transformar a intuição em estratégia, a fim de que possam fazer bem feito, em conjunto com seus liderados, o que é certo” (COSTA, 2004). Paraphrasing Kant, in his Critique of Pure Reason: “Intuitions without concepts are blind, concepts without intuitions are empty”.

Observa-se, nas palavras de um empreendedor, escolhido para exemplificação, que os sete pontos do empreendedor de Meneghetti, são a proporção exata, de como se forma e se desenvolve um empreendedor de sucesso. Meneghetti não chegou a estas características, apenas analisando externamente o comportamento dos empresários, mas colhendo do íntimo e por evidência, como é a essência da sua *forma mentis*. O empreendedorismo é antes de tudo um projeto espiritual, e o empreendedor é aquele que é capaz de colher o seu projeto de natureza, o seu Em Si ôntico e realizá-lo na história, através de uma empresa.

Portanto, quem é o empreendedor ou empresário? Como se forma, quais seus valores? Porque empreende e qual a motivação? Se move por dinheiro, quanto é o bastante? Como decide, com quais variáveis, de forma racional ou intuitiva? Qual o tamanho do risco que está disposto a correr? Como vive sua vida privada? Qual a sua perspectiva quanto aos valores tidos como absolutos para a maioria das pessoas: morte, Deus, família, dinheiro? O que representa o seu negócio na esfera da sua realização pessoal? Como se desenvolve? Porque tem sucesso e porque fracassa? Qual o seu limite, nasce ou se forma empreendedor? Existe uma personalidade empreendedora? Existem características comuns entre os empreendedores? A subjetividade do empreendedor influencia no desempenho econômico da empresa? Qual o grau de dependência da empresa ao seu empreendedor? Existe um fator predominante, que discrimina o sucesso ou o fracasso da empresa? Qual o a relação entre a identidade do empreendedor e a identidade empresarial?

Estas são todas questões permaneceram em aberto nos estudos sobre o Empreendedorismo e Empreendedores. Afinal, o que é isto e quem é este? Percebe-se o fenômeno, as empresas, mas não se consegue tocar e caracterizar o sujeito agente: o empreendedor.

Uma das razões da dificuldade em estudar quem é o empreendedor, parte de um vazio no campo da Psicologia científica, sobre quem é o Homem, por como é previsto por natureza e como é o Homem Líder, ou seja, o elemento ponta da sociedade, que promove o crescimento, o desenvolvimento, a inovação. É esta a discussão em questão nesta pesquisa: o líder empreendedor.

Esta investigação se propõe a dar uma contribuição no campo da teoria da Psicologia, usando com referencial teórico as descobertas de Meneghetti (2007)

sobre a Psicologia do Líder. Neste estudo, foca-se o Líder empreendedor, ou seja, aquele que empreende um negócio próprio, com fins econômicos. Parte-se da visão de Homem: “Protagonista responsável, baseado em virtualidade capaz de atuação pessoal no ser” (MENEGETTI, 2010), ou seja, o homem capaz de realizar o seu projeto de natureza, desenvolvendo ao máximo a sua virtualidade, capaz com isso, de fazer a si mesmo na lógica do ser, na lógica da vida. Esta ciência parte de um critério de natureza, que procede por evidência e que responde a uma intenção de natureza (MENEGETTI, 2010). Este critério, que Meneghetti, individuou, caracterizou e aplicou e o chamou de Em Si Ôntico. Se evidencia em situação histórica através de quinze fenomenologias, onde pelo menos estejam presentes: 1) Identidade, 2) Utilitarismo 3) Funcionalidade. A aplicação da Identidade, significa que este núcleo inteligente do Homem, o Em Si ôntico, seleciona com base naquilo que é igual a si, aquilo que é útil e funcional à sua identidade, naquilo que qualifica e aumenta a sua identidade. A Ontopsicologia, enquanto ciência, possui um método, racional indutivo-dedutivo-intuitivo. Complementa o método aristotélico-cartesiano, com a aplicação científica da intuição, a partir de suas três descobertas: Campo semântico (a comunicação base que as individuações usam), o Em Si ôntico (Radicalidade da inteligência humana, capaz de ler dentro da ação) e o Monitor de Deflexão (mecanismo não natural inserido na infância que distorce as projeções do real à imagem). As três descobertas, aplicadas contemporaneamente, por um operador exato, permite colher o conhecimento intuitivo, de forma científica: é possível acessar o mundo das causas, que posteriormente irão produzir efeito no externo.

A ciência Ontopsicológica possui como objeto de estudo a atividade psíquica no homem, estuda a radicalidade do ser no seu primeiro mover-se: o processo de formalização de imagens. Seu fim é a realização do homem enquanto projeto virtual e, sua demonstração é o desaparecimento do sintoma ou problema e desenvolvimento do sujeito no plano da funcionalidade integral a si mesmo na globalidade existencial.

A Ontopsicologia, não nasceu para curar as doenças do homem (MENEGETTI, 2010), embora este cientista tenha se dedicado por dez anos a esta tarefa com o escopo de formalizar as suas descobertas e desenvolver o método, mas nasceu para ser uma técnica de como impostar o homem por como previsto

pela natureza. Homem este, um ser que se diferencia pela sua capacidade de criar, de produzir valor, novidade, inovação, incremento de saber, arte e tantas outras belezas que sabemos por evidência que é capaz. É deste homem que vai tratar este estudo: O homem Líder, o homem Empreendedor. Parte-se do conceito de homem por como é posto pela natureza e de como se dão os mecanismos de perda de função desta identidade. Disto pode-se ter um referencial racional sólido para começar a responder as perguntas propostas neste capítulo: afinal, quem é o empreendedor e como se dá a relação deste com o desempenho organizacional?

3 MÉTODO

Este capítulo descreve os procedimentos metodológicos utilizados para realização da pesquisa. A descrição do método define de forma clara e precisa o caminho percorrido para a formulação das questões, dos critérios, dos constructos, da definição e coleta da amostra, de forma a garantir o caráter científico de preditividade, repetitividade e reproduzibilidade da pesquisa.

3.1 PROBLEMA DE PESQUISA

O problema de pesquisa é: existe correlação entre a *Forma Mentis* do Líder com o desempenho econômico empresarial? Se existe, qual o nível de correlação?

As hipóteses consideradas na análise do problema de pesquisa são:

H0 – Não existe correlação significativa entre a *Forma Mentis do Líder* e o Resultado Econômico empresarial.

H1 – Existe correlação significativa entre a *Forma Mentis do Líder* e o Resultado Econômico Empresarial.

3.2 TAREFAS DE PESQUISA

1. Estabelecer a correlação estatisticamente significativa entre as sete características do líder e o resultado econômico empresarial e em que grau esta se dá.
2. Individuar matematicamente o peso como que cada uma das sete características influencia na determinação da *Forma Mentis* dos líderes da amostra.

3. Existem diferenças estatisticamente significativas entre o grupo de empresários que conhece a teoria Ontopsicológica e o grupo de empresários que não conhecem?

3.3 DELINEAMENTO E MÉTODO DE PESQUISA

A opção de pesquisa foi de trabalhar com dados quantitativos através da realização de uma pesquisa *survey*. O desafio proposto na utilização do método quantitativo foi estabelecer a correlação estatística dos constructos *Forma Mentis* e com o resultado econômico empresarial.

Partiu-se da hipótese principal de que existe uma correlação direta entre as duas variáveis. De modo não sistematizado e conforme a experiência do pesquisador de mais de vinte anos no ambiente empresarial e fortemente ancorada na metodologia Ontopsicológica, pode-se evidenciar a relação entre ambas. Contudo, resta um desafio, realizar estudos com rigor matemático-estatístico, a fim de compreender se esta correlação se evidencia e em que grau ela se estabelece.

3.3.1 Definição da Amostra

A pesquisa foi realizada com 112 empresários, identificados com a característica de serem proprietários e gestores de seus próprios negócios. A unidade de análise é o empresário, o qual deveria possuir uma empresa em operação e fazendo a sua gestão executiva. Independente de sexo, porte de empresa, e de outros elementos, o discriminante para fazer parte da pesquisa, é o sujeito-pessoa que responde pelo negócio em primeira pessoa.

A escolha da amostra seguiu os seguintes critérios:

- a) diversidade em aspectos de setor econômico, porte de empresa, tipo de empreendedor, região da empresa;

- b) adesão voluntária de participação da pesquisa. O fenômeno analisado, por ser própria do empresário, deve ser observável em qualquer tipo de empresa;
- c) outro fator importante, na definição da amostra, foi o cuidado em eleger um grupo significativo, com pelo menos dois terços, de empresários que não possuem o conhecimento da ciência Ontopsicológica, com objetivo de posteriormente trabalhar com dois grupos de comparação.

Foram enviados cento e cinquenta questionários por correio eletrônico e correio postal, retornaram cento e doze questionários com condições de serem considerados com a completude necessária das informações.

I. Caracterização da amostra:

Idade:

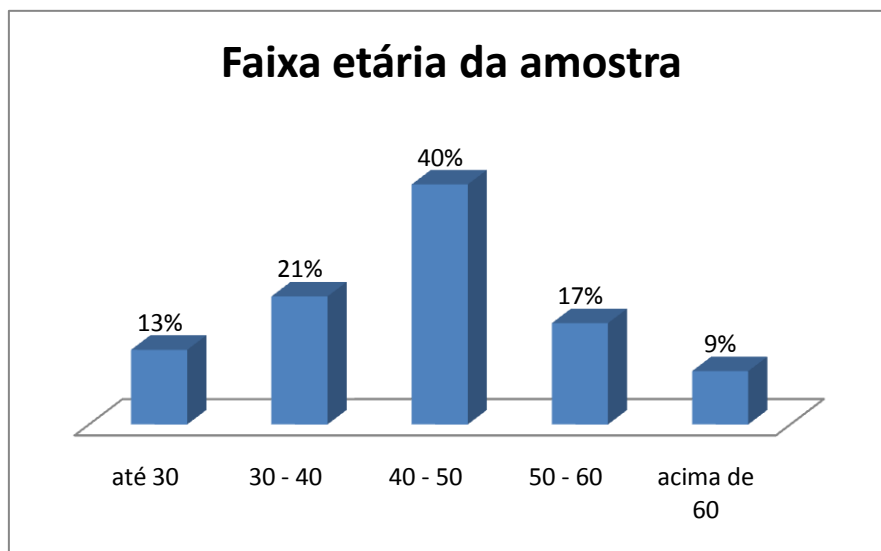


Gráfico 1 - Faixa etária

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

A faixa etária da amostra é composta no seu maior grupo perfazendo 40%, de empresários entre 40 e 50 anos. A grande maioria dos participantes, 77% estão entre os 30 e 60 anos, restando apenas 13% com idade inferior a 30 anos e 9% com idade superior a 9%. A amostra denota uma população essencialmente madura e possivelmente com negócios já estabilizados, iniciados a sua grande maioria a mais

de 5 anos e ainda com relativo futuro, no que diz respeito a idade ainda produtiva do empresário.

A média de idade da amostra é de 43,9 anos com desvio padrão de 10,8 anos, sendo a moda observada de 48 anos, com 10 observações. O empreendedor mais jovem possui 19 anos e o mais idoso 69 anos.

II. Gênero da Amostra

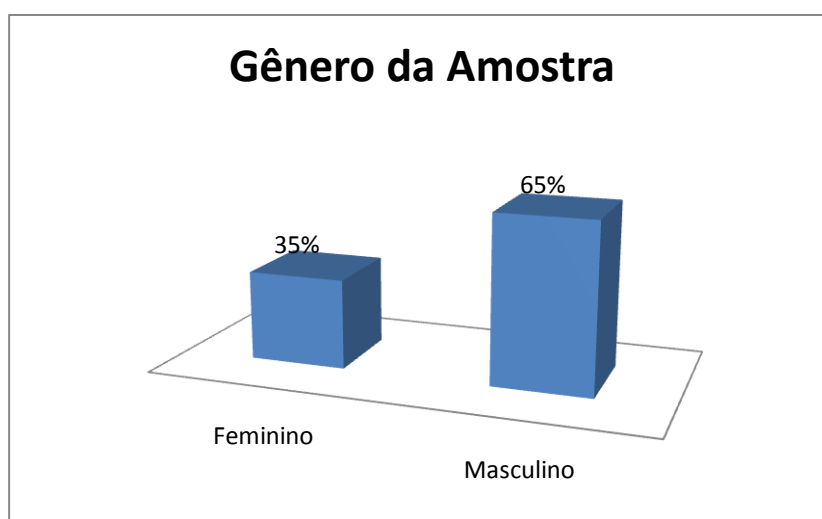


Gráfico 2 - Gênero da Amostra
Fonte: Dados da pesquisa 2010.

A amostra possui uma preponderância de empreendedores do gênero masculino com 65% dos participantes. A população feminina apresentou uma média de idade de 42,7 anos e a masculina 44,5 anos. Para verificar se houve diferença estatisticamente significativa na amostra, foi realizado o teste t , onde obteve-se um valor p de significância de 0,411, muito superior a um $p=0,05$ exigido para ser considerável uma diferença significativa.

III. Estado Civil

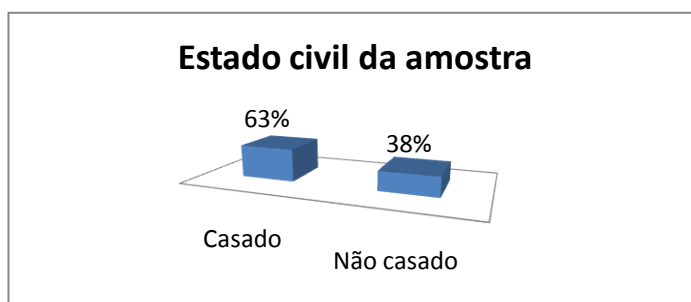


Gráfico 3 - Estado Civil

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

A grande maioria da população de empresários da amostra é casada (63%), sendo apenas 38% não casados, considerados não casados os solteiros, desquitados e viúvos.

IV. Escolaridade

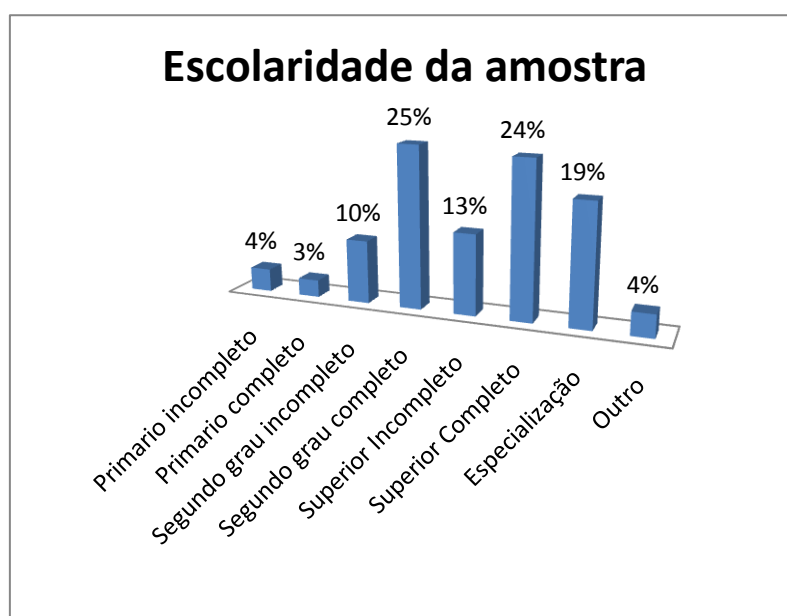


Gráfico 4 - Escolaridade da Amostra

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

Com relação a escolaridade, 35% da amostra possui segundo grau (completo ou incompleto) e 37% Superior (completo ou incompleto), sendo 19% possui especialização e 7% não possuem o primário. A população feminina da amostra possui 61,5% com superior completo e especialização, enquanto que a masculina apresenta apenas 38% nesta mesma categoria. Apesar da diferença ser marcante, a análise estatística dos dois grupos de gênero e a escolaridade, apresenta um p valor de 0,07, o que é ainda não é significativo para o critério que utilizamos ($p=0,05$).

V. Porte de Faturamento

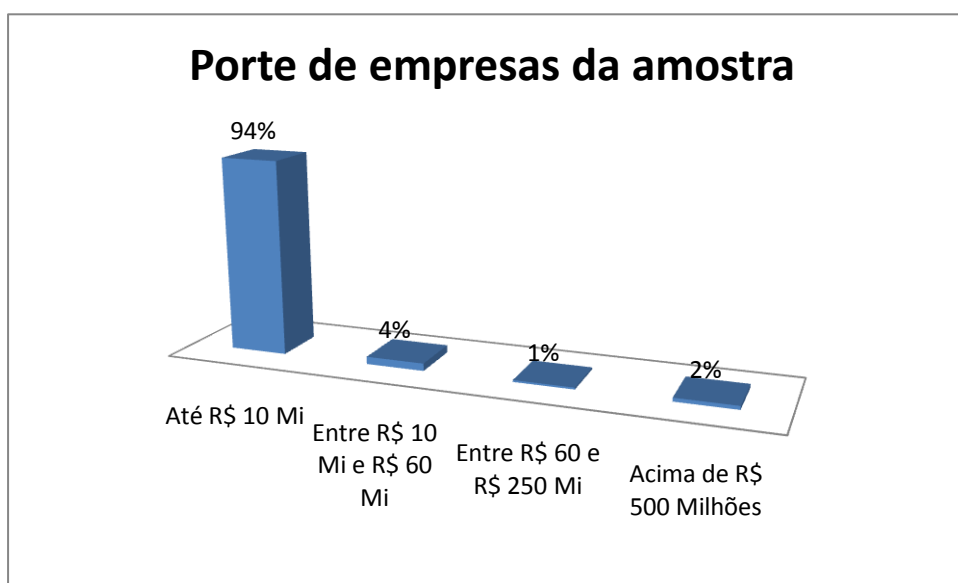


Gráfico 5 - Porte da Empresa
Fonte: Dados da pesquisa 2010.

Com relação ao porte de faturamento, a grande maioria (94%) enquadra-se com um faturamento de até R\$ 10 milhões de reais, sendo enquadradas pelo critério de faturamento como empresas de pequeno porte.

VI. Conhecimento de Ontopsicologia

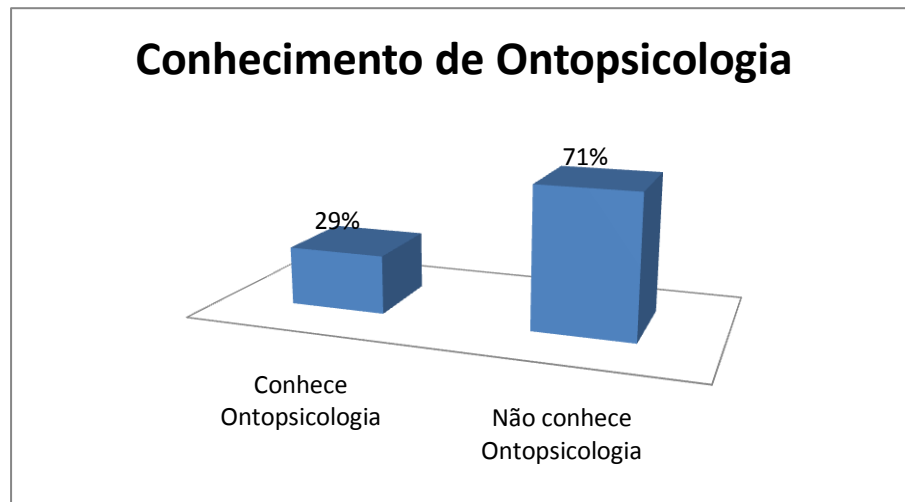


Gráfico 6 - Conhecimento de Ontopsicologia da Amostra
Fonte: Dados da pesquisa 2010.

Como mencionado anteriormente, apenas 29% da amostra tem conhecimento da ciência Ontopsicológica e participa ativamente das atividades envolvendo o Recanto Maestro. O restante dos empresários não tem contato com a Ontopsicologia. Esta estratificação será importante na análise dos resultados da pesquisa, pois permitirá medir o impacto do conhecimento Ontopsicológico na vida do empresário, bem como mensurar se o instrumento desenvolvido nesta pesquisa é exato para ambas as realidades.

3.3.2 Instrumento de Coleta de dados

Para coleta de dados foi utilizado um questionário, construído pelo próprio pesquisador, o qual continha vinte e nove perguntas elaboradas a partir das sete características da Psicologia do Líder de Meneghetti (2008) e de aspectos relativos a comportamentos que revelam o estilo de vida do empresário.

Para validação do questionário, partiu-se da elaboração de uma pesquisa-piloto com doze empresários. Desta iniciativa, foram feitas melhorias no instrumento e posteriormente a pesquisa definitiva.

O questionário foi estruturado sobre questões em modelo de escala *likert* com cinco respostas, onde a resposta 1 (um) é a mais afirmativa (“Sim, absolutamente”) e a resposta 5 (cinco) é a mais negativa da sentença (“Certamente não”). Por este motivo, todos os resultados e médias foram feitos considerando uma escala de variação de 1 (um) a 5 (cinco), onde 1 (um) é o melhor desempenho e 5 (cinco) o pior desempenho.

3.4 DEFINIÇÃO DOS CONSTRUCTOS *FORMA MENTIS* DO LÍDER

A definição do constructo *Forma Mentis* do Líder, parte do referencial teórico da Psicologia do Líder de Meneghetti (2008) já enunciada no Capítulo II e posteriormente validados pelo análise dos dados primários coletados na pesquisa, através de correlação estatisticamente significativa. Esta foi estabelecida pelo grau de significância da amostra inferior a 0,05, embora a maioria das correlações apresentaram grau de significância inferior a 0,01.

Para cada uma das sete características de empreendedor de Meneghetti, estabeleceu-se um constructo, composto por variáveis coletadas na pesquisa, que por inferência de similaridade e complementariedade, tendem a medir aquele comportamento ou estilo de personalidade. O objetivo desta técnica, foi estabelecer uma medida para a subjetividade do empreendedor, embasado na experiência empresarial do pesquisador e no referencial teórico de Meneghetti.

A técnica usada para aceitação do constructo como válido para esta pesquisa, além da adequação lógica de cada questão com a característica que se estava buscando observar, foi a correlação de *Pearson*, estatisticamente significativa (p valor $\leq 0,05$). Em alguns casos, observou-se a não existência de significância, na correlação entre variáveis. Nestes casos, analisou-se pontualmente cada situação e decidiu-se excluir ou não a variável do estudo.

3.4.1 Constructo I – Potencial Natural que varia por especificação e por intensidade (I-Potencial Natural)

A estratégia utilizada para definição deste constructo foi coletar informações relacionadas ao comportamento escolar do empresário, como se movia na classe, como era a sua relação com o seu grupo de referência, qual era a sua ambição. Não tanto para medir o seu desempenho escolar, mas para evidenciar se este já possuía a tensão pela liderança.

Uma questão rechaçada após análise dos dados coletados, refere-se a pergunta “10 – Momento de Vida que imaginou ter pela primeira vez um negócio”. A análise estatística demonstrou que esta questão não apresenta correlação significativa com as demais questões do constructo, o que se pode concluir, que o Potencial Natural de liderança não está vinculado com o momento de vida que o empresário toma consciência que o seu caminho é o empreendedorismo.

A técnica estatística utilizada, produzida com o *software* SPSS, foi a correlação de *Pearson*.

Tabela 1 - Correlação processado pelo software SPSS - I-Potencial Natural

		7a. Liderança Natural	7c.Líder na Classe	7d. Ambição estudante	7e. Curiosidade profissional	14. Diferenciação superior
7a. Liderança Natural	Pearson Correlation	1	,128	,195*	,334**	,202*
	Sig. (2- tailed)		,178	,040	,000	,033
7c.Líder na Classe	Pearson Correlation	,128	1	,312**	,259**	,465**
	Sig. (2- tailed)	,178		,001	,006	,000
7d. Ambição estudante	Pearson Correlation	,195*	,312**	1	,190*	,417**
	Sig. (2- tailed)	,040	,001		,045	,000

Continua.

Continuação.

		7a. Liderança Natural	7c.Líder na Classe	7d. Ambição estudante	7e. Curiosidade profissional	14. Diferenciação superior
7e. Curiosidade profissional	Pearson Correlation	,334**	,259**	,190*	1	,230*
	Sig. (2- tailed)	,000	,006	,045		,015
14. Diferenciação superior	Pearson Correlation	,202*	,465**	,417**	,230*	1
	Sig. (2- tailed)	,033	,000	,000	,015	
	N	112	112	112	112	112

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

3.4.2 Constructo II - Evolução técnica racional em *iso* com o potencial natural (II- Evolução técnica racional)

O constructo II- Evolução técnica racional, mede o quanto o Eu lógico-histórico do empresário evoluiu em conformidade com o seu Em Si Ôntico, ou Potencial natural. É uma extensão natural do constructo I-Potencial Natural. A estratégia para definição deste constructo, foi perguntar diretamente se ele considera que o seu campo de aplicação escolhido é de fato a sua vocação pessoal e acrescentar questões relacionadas com atualização profissional e competência competitiva.

Tabela 2 - Correlação processado pelo software SPSS - II-Evolução Técnica Racional

		7e. Curiosidade profissional	8. Conhecimento específico	9. Habilidade Liderança Natural
7e. Curiosidade profissional	Pearson Correlation	1	,513**	,240*
	Sig. (2-tailed)		,000	,011
8. Conhecimento específico	Pearson Correlation	,513**	1	,269**
	Sig. (2-tailed)	,000		,004
9. Habilidade Liderança Natural	Pearson Correlation	,240*	,269**	1
	Sig. (2-tailed)	,011	,004	
	N	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

3.4.3 Constructo III – Ambição

O constructo III – Ambição, mede a volição, a intencionalidade do empresário de ser protagonista, diferenciado na sua área de atuação. A estrada usada para se medir esta característica foi a de testar o quanto o empresário é humilde para aprender com os melhores e quanto ele relativiza a sua relação familiar em detrimento do negócio.

A questão 17, como não se tratava de uma escala *likert*, e sim de cinco colunas para enumerar a ordem de prioridade do empresário (família-pais e irmãos, família-esposa e filhos, negócio, relacionamentos, estudos), criou-se uma nova variável no banco de dados do SPSS, atribuindo-se nota 1 (um) se empresário considera o seu negócio como o fator mais importante e relação a outros aspectos e 4 (quatro) se o considera secundário.

Tabela 3 - Correlação processado pelo software SPSS - III-Ambição

		17X. Ordem de Importância Negócio Família	15a. Visionário-Otimista	15b.Aprende com os melhores	15c. Ambição de andar a frente
17X. Ordem de Importância Negócio Família	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1	,367** ,000	,265** ,005	,434** ,000
15a. Visionário-Otimista	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,367** ,000	1	,509** ,000	,257** ,006
15b.Aprende com os melhores	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,265** ,005	,509** ,000	1	,161 ,090
15c. Ambição de andar a frente	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,434** ,000 112	,257** ,006 112	,161 ,090 112	1 112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

3.4.4 Constructo IV – Amor pelo próprio trabalho.

O constructo IV, mede o quanto o empresário ama aquilo que produz. O critério adotado para montagem deste constructo foi cruzar os elementos importância do negócio para a realização pessoal com a ordem relativa de importância do negócio na vida do empresário e grau de dedicação de tempo ao negócio.

Como as três variáveis não estavam em escala *likert*, teve-se que converter as respostas para uma medida comparável. A estratégia para a variável 16 – importância realização foi de quantificar as respostas da seguinte forma:

Nota	Resposta
1	tem uma importância total. É o meu principal fator de realização pessoal.
2	tem uma grande importância, porém não é o único fator de realização pessoal.
3	tem uma importância relativa, não é o fator mais importante.
4	o meu negócio não tem relação com o tema realização pessoal.

Na variável “17 – ordem de importância negócio”, o critério utilizado, foi o de assumir o valor apontado para a opção “c-negócio”, sendo que a pergunta indicava que as resposta deveriam estar preenchidas em ordem crescente.

Para a variável “18 – dedicação ao negócio”, o critério utilizado para as valoração das respostas foi:

Valor	Resposta
1	A prioridade total é ao meu negócio. Reservo o tempo que me sobra para minha família.
4	Priorizo a atenção à minha família e formação dos meus filhos (se os tenho). O meu negócio tento compatibilizar com o tempo que me sobra.
2	Tento compatibilizar um tempo equilibrado para meu negócio e minha família. Quando há uma incompatibilidade, priorizo o negócio.
3	Tento compatibilizar um tempo equilibrado para meu negócio e minha família. Quando há uma incompatibilidade, priorizo a família.

Tabela 4 - Correlação processado pelo software SPSS - IV-Amor pelo próprio trabalho

		16. Importância Realização	17c. Ordem de importância (o negócio)	18X. Dedicação ao Negócio
16. Importância Realização	Pearson Correlation	1	,186*	,213*
	Sig. (2-tailed)		,049	,024
17c. Ordem de importância (o negócio)	Pearson Correlation	,186*	1	,519**
	Sig. (2-tailed)	,049		,000
18X. Dedicação ao Negócio	Pearson Correlation	,213*	,519**	1
	Sig. (2-tailed)	,024	,000	
	N	112	112	112

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

3.4.5 Constructo V – Conhecimento superior e específico sobre o seu setor

A característica Conhecimento superior e específico sobre seu setor, denota o quanto o empresário possui um competência competitiva no assunto em que se especializou. A estratégia usada para elaboração deste constructo foi bastante direta, perguntou-se se o empresário se considera um *expert* no seu campo de atuação e logo em seguida em qual área se considerava diferenciado.

Em etapa e análise das respostas, foi produzida uma nova variável no banco de dados de pesquisa (“8x-Precisou o conhecimento específico”), onde foram confrontadas textualmente as respostas com: segmento em que atua a empresa onde o empresário se considerava um *expert*. O critério de valoração das respostas está demonstrado no quadro a seguir:

Valor	Resposta
1	O entrevistado definiu uma área objetiva de conhecimento e esta está em conformidade com o negócio em que atua.
2	O entrevistado foi vago na resposta, indicando uma área genérica de conhecimento, como vendas, administração, produção, etc., ou indicou uma área de atuação diferente do seu negócio.
4	O entrevistado não respondeu a pergunta, deduzindo-se, portanto, que o mesmo não identifica em si um conhecimento diferenciado.

Tabela 5 - Correlação processado pelo software SPSS - V-Conhecimento Superior

		8. Conhecimento específico	8X. Precisou conhecimento específico?	14. Diferenciação superior
8. Conhecimento específico	Pearson Correlation	1	,556**	,498**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
8X. Precisou conhecimento específico?	Pearson Correlation	,556**	1	,425**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
14. Diferenciação superior	Pearson Correlation	,498**	,425**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

3.4.6 Constructo VI – Transcendência solitária ao utilitarismo funcional

A característica de Transcendência solitária significa estar em uma situação, sem morrer dentro dela (MENEGETTI, 2008). Em última análise significa a capacidade do empresário de ser sozinho com ele mesmo, relativo a tudo menos ao

seu projeto, que transcende inclusive ao seu negócio. Este é seu objeto de realização e não o contrário. Foi sem dúvida, o constructo mais difícil de medir com um instrumento quantitativo. A estratégia adotada para criação deste constructo foi correlacionar decisão intuitiva, no senso do quanto o empresário segue prioritariamente a voz interior, dedicação ao negócio, no sentido do que quanto é prioritário o seu projeto em detrimento de outros aspectos da sua vida, independência no processo de tomada de decisão e por fim o quanto este empresário investe no seu auto-conhecimento.

Tabela 6 - Correlação processado pelo software SPSS - VI - Transcendência Solitária

		17X. Ordem de Importância Negócio Familia	11.Tomada de decisão por sí só	13. Prioriza auto- conhecimento	18X. Dedicação ao Negócio	20x. Decisão Intuitiva
17X. Ordem de Importância Negócio Familia	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1	,338** ,000	,295** ,002	,543** ,000	,502** ,000
11.Tomada de decisão por sí só	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,338** ,000	1	,198* ,037	,379** ,000	,460** ,000
13. Prioriza auto- conhecimento	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,295** ,002	,198* ,037	1	,226* ,017	,193* ,041
18X. Dedicação ao Negócio	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,543** ,000	,379** ,000	,226* ,017	1	,366** ,000
20x. Decisão Intuitiva	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,502** ,000 112	,460** ,000 112	,193* ,041 112	,366** ,000 112	1 112

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

3.4.7 Constructo VII – Racionalidade sobre a Intuição

A última característica do líder de Meneghetti (ano), racionalidade sobre a intuição, nos remete a capacidade do líder em harmonizar a lógica racional com a informação orgânica, velocíssima, própria do empresário vencedor. A completeza na formulação deste constructo se deu cercando como o empresário decide, com base em que tomas as decisões do dia-a-dia e quem o influencia no processo decisório.

Tabela 7 - Correlação processado pelo software SPSS - VII-Racionalidade sobre a Intuição

		22e.Elementos para tomada de decisão (intuição da situação)	20x. Decisão Intuitiva	21x. Decisão dia-a-dia	11.Tomada de decisão por sí só
22e.Elementos para tomada de decisão (intuição da situação)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1	,566** ,000	,480** ,000	,335** ,000
20x. Decisão Intuitiva	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,566** ,000	1	,488** ,000	,460** ,000
21x. Decisão dia-a-dia	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,480** ,000	,488** ,000	1	,242* ,010
11.Tomada de decisão por sí só	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,335** ,000 112	,460** ,000 112	,242* ,010 112	1 112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

3.5 QUALIFICAÇÃO DO RESULTADO ECONÔMICO EMPRESARIAL

A próxima etapa da construção da metodologia de análise da amostra, consistiu em analisar os dados de desempenho econômico-financeiro dos empresários participantes da pesquisa. Foi identificado o seguinte problema: apenas 32% dos entrevistados informaram os dados econômicos solicitados pela pesquisa. De fato, houve uma resistência natural do empresário em divulgar informações de cunho financeiro, e de certa forma previsível que isto acontecesse.

Foi adotado então, como forma de não perder a riqueza de uma grande amostra, a estratégia de simplificar a questão abordando de forma pessoal e direta a seguinte pergunta: “Nos últimos cinco anos do seu negócio, você diria que financeiramente teve qual desempenho econômico:

1. Crescimento Alto – acima de 50% ano
2. Crescimento Razoável – entre 25 e 50% ano
3. Crescimento Médio – entre 10 e 24% ano
4. Crescimento baixo – entre 5 e 10%
5. Sem crescimento ou com crescimento negativo

Para aqueles, que responderam de forma completa os dados financeiros, usou-se a seguinte métrica para qualificar resultado econômico-financeiro.

- a) Informação sobre o Ebt da (Lucro Antes dos Impostos e acrescido das depreciações e resultado/prejuízo financeiro): Calculou-se a média percentual do Ebt da dos últimos 5 anos, e foi enquadrado na seguinte tabela:
 - 1 – Ebt da acima de 30%
 - 2 – Ebt da entre 20% e 30%
 - 3 – Ebt da entre entre 10% e 19,9%
 - 4 – Ebt da entre 3% e 9,9%
 - 5 – Ebt da abaixo de 3%
- b) Informação sobre o crescimento do Faturamento: Calculou-se a média de evolução do faturamento no período informado, enquadrando na seguinte tabela:

- 1 – Crescimento médio de faturamento acima de 50%
 - 2 - Crescimento médio de faturamento entre 25% e 49%
 - 3- Crescimento médio de faturamento entre 10% e 24,99%
 - 4 - Crescimento médio de faturamento entre 1% e 9,99%
 - 5 – Sem crescimento de faturamento ou com crescimento negativo
- c) Informação sobre o crescimento do Patrimônio Líquido: Calculou-se a média de evolução do Patrimônio Líquido no período informado, enquadrando na seguinte tabela:
- 1 – Crescimento médio de Patrimônio Líquido acima de 50%
 - 2 - Crescimento médio de Patrimônio Líquido entre 25% e 49%
 - 3- Crescimento médio de Patrimônio Líquido entre 10% e 24,99%
 - 4 - Crescimento médio de Patrimônio Líquido entre 1% e 9,99%
 - 5 – Sem crescimento de Patrimônio Líquido ou com crescimento negativo

O próximo passo da metodologia, foi gerar uma variável no banco de dados da amostra com a média das três notas, denominada Resultado Econômico Empresarial.

O passo subsequente na metodologia foi testar estatisticamente se era possível utilizar as informações de desempenho econômico coletadas verbalmente dos empresários. Foi utilizado duas técnicas para a comprovação estatística que não haveria diferença significativa nas duas amostras.

A primeira técnica, consistiu em calcular um coeficiente de relação entre Resultado econômico e *Forma Mentis* (dividindo-se a variável Resultado econômico por *Forma Mentis*) e verificar se haveria diferença estatisticamente significativa entre a amostra com os dados econômicos completa e o grupo com informações econômicas simplificada. Se este coeficiente de relação entre Resultado econômico e *Forma Mentis* não apresentasse diferença significativa, seria um indício de que as duas amostras medem o fenômeno de forma estatisticamente semelhantes.

Este processo foi realizado utilizando o teste-*t*, com resultado exposto na tabela a seguir extraído do *software* SPSS:

Tabela 8 - Teste-t processado pelo software SPSS - VII-Racionalidade sobre a Intuição

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Relação Forma Mentis e Resultado economico	Equal variances assumed	3,100	,081	1,379	110	,171	,09709	,07043	-,04248	,23666
	Equal variances not assumed			1,221	52,099	,228	,09709	,07953	-,06249	,25667

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

A variável Sig. (2-tailed), aponta para uma significância de 0,17 , superior a 0,05, o que demonstra que não há diferença estatisticamente significativa

O segundo teste consistiu em calcular a correlação entre *Forma Mentis* e *Resultado Econômico* das duas amostras. Verificou uma diferença de 2,79% de diferença na correlação das duas amostra, o que se mostrou estatisticamente insignificante.

Portanto, concluiu-se, amparado pela demonstração estatística explicitada acima que se pode utilizar a informação de desempenho econômico fornecida pelo empresário, como uma forma de mensurar o seu desempenho no período de cinco anos.

Tal conclusão, é convalidada por muitos estudos sobre a convergência das medidas objetivas de resultados e medidas subjetivas, dentro os quais Venkatraman e Ramanujaman (1987) apud Schmidt e Bohnenberger (2009), que corroboram esta posição.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 A CONSTRUÇÃO DA *FORMA MENTIS* DO EMPREENDEDOR

4.1.1 A relação entre os sete pontos do empreendedor de Meneghetti

Uma vez definidos estatisticamente os sete constructos que representam as sete características do empreendedor de Meneghetti (2007), descritos no capítulo referente ao método, analisou-se através da técnica estatística correlação de *Pearson*, o relacionamento entre estas sete variáveis. Verificou-se em linhas gerais, uma correlação de média a alta entre elas, todas com um nível de significância alto, inferior a 0,01, o que demonstra que o modelo estatístico é robusto.

Tabela 9 - Correlação processado pelo software SPSS – Os sete pontos do empreendedor
CORRELATIONS

		I	II	III	IV	V	VI	VII
I-Potencial Natural	Pearson Correlation	1	,714**	,532**	,478**	,751**	,574**	,530**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
II-Evolução Racional em ISO	Pearson Correlation	,714**	1	,465**	,499**	,742**	,592**	,445**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
III-Ambição	Pearson Correlation	,532**	,465**	1	,748**	,631**	,735**	,589**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000

Continua.

Continuação.

		I	II	III	IV	V	VI	VII
IV-Amor pelo próprio trabalho	Pearson Correlation	,478**	,499**	,748**	1	,597**	,803**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
V-Conhecimento Superior Específico	Pearson Correlation	,751**	,742**	,631**	,597**	1	,701**	,662**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
VI-Transcendência Solitária ao Utilitarismo Funcional	Pearson Correlation	,574**	,592**	,735**	,803**	,701**	1	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
VII-Racionalidade sobre a Intuição	Pearson Correlation	,530**	,445**	,589**	,611**	,662**	,847**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

A correlação estatisticamente significativa e de intensidade de moderada a alta entre as variáveis que representam os sete pontos do empreendedor de Meneghetti, significa que existe uma coerência entre cada característica observada, onde uma reforça ou complementa a outra. A personalidade do líder é um todo, e estes sete aspectos constituem a sua *Forma Mentis*, ou a sua essência como personalidade empresarial.

Na construção de uma identidade empreendedora, capaz de se fazer história em infinitas manifestações, as sete características do empreendedor de Meneghetti, são incrementais e complementares. Incrementais, porque cada característica representa um aspecto que parte de uma realidade que a precede. Por exemplo, a pessoa nasce com um Potencial Natural, porém este potencial deve ser evoluído em

racionalidade e identidade. Uma vez evoluído, este potencial através do elemento ambição, ou volição deve se fazer superioridade de conhecimento. Assim sucessivamente, as sete características se incrementam umas as outras e se complementam.

Outro dado que reforça e evidencia o elemento incremental das sete características, é que elas tendem a apresentar uma correlação maior, com as características mais próximas. Por exemplo, a característica VII – Racionalidade sobre a Intuição tem um grau de correlação de 0,85 com VI – Transcendência solitária ao utilitarismo funcional e, de 0,66 com V – Conhecimento superior específico. No entanto, esta correlação passa a ser de apenas 0,44 e 0,53, respectivamente com II – Evolução racional em ISO e I – Potencial Natural. Esta observação não constitui uma regra, mas uma indicação que as sete características, além de serem altamente correlacionadas, são incrementais.

4.1.2 A variável discriminante: A *forma mentis* do empreendedor de Meneghetti

O próximo passo na construção do modelo, e que constituía uma das tarefas de pesquisa desta investigação, foi derivar a fórmula do constructo *Forma Mentis* do Líder de Meneghetti, ou seja, fazer convergir em uma única variável a equação ponderada das sete características do Líder de Meneghetti.

O procedimento utilizado consistiu nos seguintes passos:

Cálculo da média dos valores dos sete constructos de *Forma mentis* do líder (variável FM-média)

Utilização da técnica de regressão linear através do software SPSS usando como variável dependente FM-média e como variáveis independentes cada uma das sete variáveis de *forma mentis*.

Obteve-se os seguintes resultados:

Tabela 10 - Coeficientes processado pelo software SPSS
MODEL SUMMARY

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,998 ^a	,995	,995	,03935

a. Predictors: (Constant), VII-Racionalidade sobre a Intuição, II-Evolução Racional em ISO, III-Ambição, I-Potencial Natural, IV-Amor pelo próprio trabalho, V-Conhecimento Superior Específico, VI-Transcendência Solitária ao Utilitarismo Funcional

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35,389	7	5,056	3264,225	,000 ^a
	Residual	,161	104	,002		
	Total	35,550	111			

a. Predictors: (Constant), VII-Racionalidade sobre a Intuição, II-Evolução Racional em ISO, III-Ambição, I-Potencial Natural, IV-Amor pelo próprio trabalho, V-Conhecimento Superior Específico, VI-Transcendência Solitária ao Utilitarismo Funcional

b. Dependent Variable: FM-Média

COEFFICIENTS^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,076	,016		4,698	,000
	I-Potencial Natural	,144	,009	,165	15,177	,000
	II-Evolução Racional em ISO	,110	,012	,108	9,538	,000
	III-Ambição	,136	,009	,162	14,628	,000
	IV-Amor pelo próprio trabalho	,082	,009	,106	8,634	,000

Continua.

Continuação.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
V-Conhecimento Superior Específico	,154	,011	,183	13,975	,000
VI-Transcendência Solitária ao Utilitarismo Funcional	,202	,015	,256	13,810	,000
VII-Racionalidade sobre a Intuição	,126	,008	,209	15,200	,000

a. Dependent Variable: FM-média

Fonte: Dados da pesquisa 2010.

Interpretação dos resultados do teste de regressão:

- a) O *R Square* de 0,995, significa o teste de regressão explica 99,5% dos casos de variação da variável dependente (FM-média) em função da variação das variáveis independentes (constructos de *Forma mentis* do líder).
- b) O nível de significância do teste Anova, inferior a 0,01 significa que o teste é estatisticamente significativo
- c) O nível de significância dos sete coeficientes calculados para cada variável de *forma mentis* do líder, inferiores a 0,01, significam também que todos são estatisticamente validados.

Obteve-se então a seguinte formulação da *Forma mentis* do Líder de Meneghetti, utilizando a coluna coeficiente *beta standartizado*:

$$\begin{aligned}
 \text{FORMA MENTIS} = & 0,165 * \text{I-Potencial Natural} + \\
 & 0,108 * \text{II-Evolução Racional} + \\
 & 0,162 * \text{III-Ambição} + \\
 & 0,106 * \text{IV-Amor pelo próprio trabalho} + \\
 & 0,183 * \text{V-Conhecimento Superior Específico} + \\
 & 0,256 * \text{VI-Transcendência Solitária} + \\
 & 0,209 * \text{VII – Racionalidade sobre a Intuição} + \\
 & 0,076
 \end{aligned}$$

Através do método de regressão que deu origem a fórmula matemática da *Forma Mentis* do empreendedor, podemos observar que as duas características com maior peso na ponderação da fórmula apontado pelo modelo foram VI-Transcendência solitária ao Utilitarismo Funcional e VII-Racionalidade sobre a intuição, justamente aqueles elementos apontados na revisão teórica, como sendo os aportes de inovação da abordagem Ontopsicológica nos estudos do empreendedor. Junto os dois aspectos representam 46% do peso total da *Forma Mentis* do empreendedor.

Este resultado merece algumas reflexões. Até aqui os autores que estudaram o empreendedor e o fenômeno do empreendedorismo, chegaram a poucos consensos, dificuldade esta amplamente exposta nesta dissertação por Fillon (2001). Alguns autores, como McClelland (1976), chegaram ao elemento Necessidade de Realização, como sendo o vetor principal que caracteriza e move o empreendedor. Esta posição de alguma forma é convalidada por Maslow (1970), Schumpeter (1972), Hornaday e Aboud (1971), Hull, Bosley e Udell (1980), Lachman (1980), para citar alguns presentes neste estudo.

Necessidade de realização, é em si um aspecto amplo e genérico, e até podemos dizer que é um elemento presente na natureza humana, independente se empreendedor ou não. Podemos dizer no entanto, que dependendo da angulação que vê, necessidade de realização, está um pouco presente nas cinco primeiras características do empreendedor de Meneghetti: Refere-se um pouco a Potencial natural e Evolução racional em ISO, porque quando se nasce com um potencial diferencial, é conseqüencial buscar realizado. Está muito relacionado à. Ambição, porque é uma volição, um ato de vontade que o Eu assume em ser mais, cujo

resultado é a realização. Está ligado ao Amor pelo próprio trabalho e a busca contínua em obter um Conhecimento específico superior no seu campo de atuação, porque no final, isto qualifica e potencializa o resultado de realização pessoal.

Quando porém confrontamos a motivação por auto-realização com os elementos Transcendência solitária o utilitarismo funcional e Racionalidade sobre a Intuição não é possível conectá-las, não fazem nexos. Justamente, porque reside aí uma **novidade completa** no campo teórico do empreendedorismo, introduzido pela Psicologia do Líder de Meneghetti, tendo com episteme a ciência Ontopsicológica.

O modelo estatístico apresentado até aqui, convalida que sem estas duas chaves de leitura, estamos sem praticamente a metade (46%), do entendimento de QUEM é o Empreendedor.

Rechaçamos a proposta de Cole (1961), Gartner (1961), ratificada por Fillon (2001), no sentido de saltar a tarefa de compreensão do empreendedor e nos dedicarmos a estudar o empreendedorismo. Estaremos, como bem referenciou Mintzenberg (2007), como cegos, apalpando um elefante, e concluindo que ora ele é uma “tromba”, ora uma “pata”, ora uma “orelha”. Não nos interessa entender os fenômenos, sem antes compreendermos o *noumenon*, aquela Mente que produz, intenciona e realiza o negócio.

Esta capacidade de compreensão da essência e identidade do empreendedor, só se fez possível graças a enorme contribuição da Ontopsicologia de Meneghetti, através das suas três descobertas, como bem observou Krylov (2001):

O que é evidente, é que foi criado um novo *thesaurus*, que consente tanto a integração dos conhecimentos psicológicos, quanto a integração do saber psicológico aos conhecimentos das outras ciências. Se nos voltamos ao trabalho conduzido pelo professor Meneghetti junto à Associação Internacional de Ontopsicologia, não se pode deixar de notar uma substancial semelhança com o trabalho do laboratório de Wundt, levando em consideração o fato de que a Ontopsicologia tem um importante elemento a mais, enquanto foi confirmada com sucesso pela atividade prática. Tudo isto nos permite acenar um fortalecimento das posições da Ontopsicologia no processo de integração das ciências (KRYLOV, 2001).

Com o elemento Transcendência solitária ao utilitarismo funcional, entramos dentro da esfera subjetiva do Líder, no como este deve se manter íntegro, em todos os aspectos, inclusive e principalmente, da sua vida privada, para garantir a sua

exatidão de ação histórica empresarial. Meneghetti, trás a tona, o aspecto da subjetividade do empresário, como elemento fundamental para alcançar e manter uma performance econômica superior (MENEGETTI, 2008). Este elemento, passou até então, intocado, pelos estudos no campo da Administração, como também da Psicologia.

Esta pesquisa, convalida estatisticamente a posição de Meneghetti, estabelecendo uma importância de 25% desta característica sobre a construção de toda *Forma Mentis* do Empreendedor.

A última característica, com 20% de influência sobre a constituição da *Forma Mentis*, também uma novidade no campo dos estudos teóricos e empíricos do empreendedorismo, ao acrescentar o elemento “racionalidade” sobre o fenômeno da Intuição. A técnica de colher com racionalidade a nossa intuição, através de um método científico, é uma faculdade possível através da aplicação contemporânea das três descobertas da Ontopsicologia: Campo Semântico, Em Si ôntico e Mônitor de deflexão.

A intuição é o elemento principal do empreendedor, e a característica que analisamos precedentemente de Transcendência solitária, é na verdade a condição para se dar a intuição exata. O empresário é um natural intuitivo, e se utiliza desta faculdade, em 100% das situações em que se vê envolvido. É a capacidade econômica do nosso Em Si ôntico de ver dentro do problema, sem atalhos, de uma forma direta.

Racionalidade sobre a Intuição e Transcendência solitária ao utilitarismo funcional, definem a qualidade e o potencial realizador do empreendedor. Sem estes dois elementos, permanece-se na média. Com estes dois elementos potencializados, têm-se a possibilidade de resultados superiores. Esta é a posição teórica da Ontopsicologia, do qual eu como empreendedor tenho como evidência, e esta pesquisa, através de uma abordagem positivista-quantitativa corrobora.

4.2 A CORRELAÇÃO ENTRE *FORMA MENTIS* E RESULTADO ECONÔMICO

Alguns estudos abordam a relação entre empreendedorismo e desempenho organizacional, em especial Rauch *et al.* (2004), analisou a correlação positiva entre orientação empreendedora e desempenho organizacional. Considerou Rauch, baseado em Miller (1983), orientação empreendedora, a resultante de três dimensões: inovação, assunção de riscos e proatividade. O estudo de Rauch baseou-se no entanto, em uma característica da organização, sem partir do fundamento que é o seu empreendedor. De novo, estamos no mesmo ponto, saltamos a causa, e nos concentramos nos fenômenos organizacionais.

O tema desta investigação é um resgate ao elemento causante da organização: o empreendedor, em seu aspecto subjetivo. A principal hipótese a ser testada, foi verificar a existência de uma correlação entre a *Forma Mentis* do empreendedor de Meneghetti e o seu resultado econômico empresarial. Se o ponto de observação do pesquisador, sustentado pela teoria Ontopsicológica, e o método utilizado de pesquisa for consistente, será conseqüencial obter como resultado correlação positiva entre *Forma Mentis* do empresário e desempenho organizacional.

Como já descrito no capítulo III, a amostra analisada foi ampla e de um espectro multivariado, com o objetivo de convalidar a tese de que estamos frente a um fenômeno que tem uma base de identidade perene: o empreendedor. Independente de segmento de empresa, porte, formação, cultura, o empreendedor de sucesso possui presente estas sete características, que o definem e o diferenciam e estas influenciam o desempenho organizacional.

Partindo da minha evidência como empreendedor sustento que o resultado econômico é um fenômeno que em grande parte é resultado da posição subjetiva do empresário. Todo o resto, o seu produto, os colaboradores, mercado, clientes, e assim por diante, respondem a como o líder se posiciona, como ele posiciona o seu negócio.

Meneghetti, a partir da ciência Ontopsicológica, individuou esta posição subjetiva do empresário e a caracterizou a partir de sete elementos base, que esta

pesquisa procurou, por meio de um experimento, definir um modelo estatístico-matemático, que se aproximasse do fenômeno.

A tabela a seguir, utilizando a técnica de correlação de Pearson, identificou uma correlação de 0,52 entre a variável *Forma Mentis* e o Resultado Econômico, com valor p de significância inferior a 0,01, o que é considerado alto, significando que esta correlação não advém de um possível erro amostral.

Tabela 11 - Correlação de 0,52 entre a variável Forma Mentis e o Resultado Econômico
CORRELATIONS

		Forma Mentis Regressão	Resultado Econômico
Forma Mentis	Pearson Correlation	1	,518**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	112	112
Resultado Economico	Pearson Correlation	,518**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

A intensidade da correlação de 0,52 é considerada na literatura (DANCEY, 2006) como moderada (a faixa moderada vai de correlações com magnitude de 0,40 a 0,70, acima desta faixa é considerada forte).

No entanto, em se tratando de uma pesquisa quantitativa no campo das ciências sociais, este resultado pode ser considerado altamente significativo, pois pode estabelecer um novo campo de investigação, qual seja: o fundamental impacto da subjetividade do líder empreendedor no sucesso ou fracasso empresarial.

O resultado de correlação positiva, estatisticamente significativa, corrobora a hipótese (H1) desta investigação:

Existe correlação positiva, estatisticamente significativa, com intensidade ou magnitude de 0,52 entre a *Forma Mentis* do Empreendedor e o seu Resultado Econômico Empresarial.

O percentual de correlação de 52% entre a subjetividade do empreendedor e o desempenho da sua organização, corrobora e convalida, o ponto de evidência deste empreendedor e a teoria Ontopsicológica de Meneghetti.

É de uma certa forma impactante, embora não surpreendente, evidenciarmos que mais da metade do desempenho organizacional seja relacionado à posição subjetiva do empreendedor. Isto nos remete ao fato, que nós empreendedores e pesquisadores, devemos assumir uma nova posição, mais responsável frente aos estudos e pesquisas sobre o empreendedor e o empreendedorismo. O ferramental de base psicológica a disposição da Academia, através da multidisciplinaridade da ciência Ontopsicológica, nos permite afrontar com segurança a esfera subjetiva do Empreendedor. Este avanço permitirá formar um novo campo de conhecimento sobre o tema, que entre outros resultados, auxiliará na formação de novos empreendedores, reforçando a importância de uma nova postura da Academia neste sentido, sustentado por Fillon (2001).

4.2.1 A correlação entre Resultado Econômico e as sete características do empreendedor de Meneghetti

Da mesma forma, procurou-se saber a intensidade e o sentido da correlação entre as sete características de empreendedor individualmente, com Resultado Econômico. Obteve-se, através do teste paramétrico r de Pearson, correlação estaticamente significativa, com direcionamento positivo e grau de magnitude moderado, com exceção da característica I-Potencial natural, que obteve correlação de 0,374, o que é considerado pela literatura (DANCEY, 2006) como relacionamento com intensidade fraca. As características IV-Amor pelo próprio trabalho e VI-Transcendência solitária ao utilitarismo funcional, obtiveram respectivamente as intensidade de 0,488 e 0,498, sobressaindo-se como as características com maior magnitude de relacionamento.

Tabela 12 - Correlação Resultado Econômico e as características do empreendedor

		I-Potencial Natural	Racional em ISSO	III-Ambição	próprio trabalho	Conhecimento Superior Específico	Utilitarismo Funcional	Transcendência Solitária ao Utilitarismo	VII-Racionalidade sobre a Intuição
Resultado Economico	Pearson Cor.	,374**	,404**	,411**	,488**	,445**	,498**	,394**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

O que se conclui, a partir desta análise, é que todas as sete características apresentaram correlação estatisticamente significativa e com magnitudes muito próximas, ou seja, todas com intensidade mediana. As sete características possuem uma diferença de no máximo 0,05 pontos da média das correlações. Isto denota que estatisticamente são todas muito próximas e que a correlação da *Forma Mentis* com resultado econômico com grau de 0,52 é derivado do fato de todas as características serem positivamente correlacionadas com grau intensidade média de 0,42. Portanto, não se pode, estatisticamente, excluir nenhuma das sete dimensões do empreendedor, para derivarmos a sua *Forma Mentis*.

Este resultado, aponta para duas análises, a primeira que o modelo desenvolvido mede de forma uniforme todas as sete características do empreendedor de Meneghetti, e que, como já dito, nenhuma pode ser excluída. A segunda análise que pode-se fazer, é que as sete características do empreendedor de Meneghetti, sem exceção, impactam no desempenho da organização. Na prática, isto remete à responsabilização do empresário em observar e desenvolver estas sete características, pois elas o qualificam enquanto empresário, e influenciam no seu resultado financeiro.

4.2.2 Dicotomização da Amostra: Sucesso/Insucesso Econômico e Sincronia de *Forma Mentis*

Outra análise feita foi a classificação da *Forma Mentis* e do Resultado Econômico Empresarial em dois grupos, com objetivo de dicotomizar a amostra. Utilizou-se os seguintes critérios:

a) Resultado Econômico Empresarial:

1. Sucesso: Empreendedores que tiveram índice de resultado econômica igual ou inferior a 3, o que significa que obtiveram um crescimento médio da sua economia de pelo menos 10% ao ano nos últimos 5 anos (o grau 3 era para crescimento médio entre 24,9% e 10%).
2. Insucesso: Empreendedores que apresentaram índice de resultado econômico inferior a 3, ou seja, cresciam abaixo de 10% ou apresentavam regressão econômica.

b) Sincronia de *Forma Mentis*:

1. *Forma Mentis* Síncrona: Indivíduos que apresentaram o índice de *Forma Mentis* menor ou igual a 2. Nas respostas o índice 2, na escala Likert, representava “Sim, na maioria das vezes”.
2. *Forma Mentis* não Síncrona: Indivíduos que apresentaram o índice de *Forma Mentis* superior a 2.

	Forma Mentis Síncrona		Total
	Síncrona	Não Síncrona	
Sucesso em 3 Sucesso	25	53	78
Insucesso	2	32	34
Total	27	85	112

Quadro 3 - Sucesso econômico X Forma Mentis Síncrona

Com base nesta extratificação, obtivemos da amostra de 112 indivíduos, 70% da amostra com relativo sucesso econômico e 30% com insucesso econômico. Com relação à sincronia de *Forma Mentis*, 24% foi considerada Síncrona e 76% não Síncrono, segundo critério arbitrado nesta pesquisa.

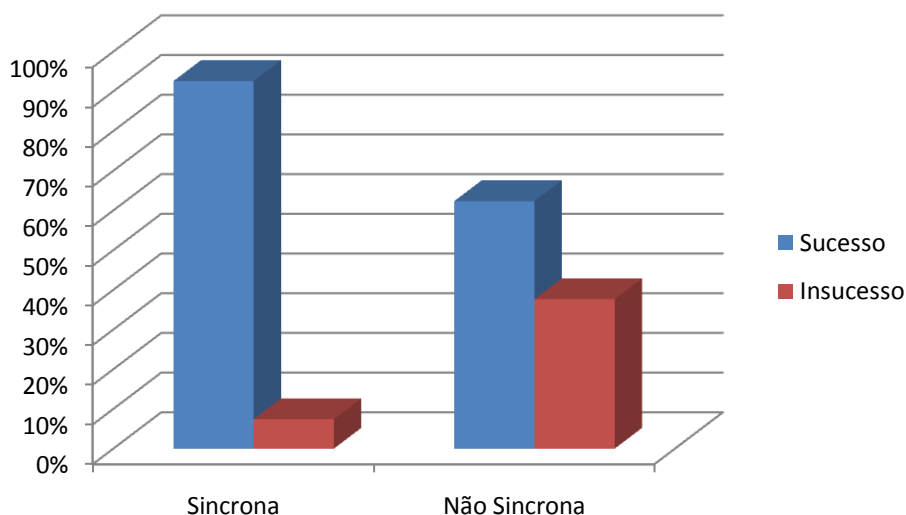


Gráfico 7 - Sucesso e insucesso econômico com relação à sincronia de *Forma Mentis*

Apesar da correlação entre resultado econômico e *Forma Mentis*, apresentar uma intensidade moderada ($r=0,52$), quando analisamos a relação acima, observamos que 93% dos empreendedores com *Forma Mentis* Síncrona apresentam desempenho econômico satisfatório e dos empreendedores que não apresentam o coeficiente de *Forma Mentis* Síncrona, este percentual cai para 62%, que apresenta desempenho econômico satisfatório ou elevado.

Este resultado, mais uma vez corrobora a importância definitiva dos sete pontos do empreendedor de Meneghetti no desempenho econômico do empresário. É consequencial, que uma vez o empreendedor em identidade com o seu projeto de vida, representado aqui pelas sete características, este obtenha resultado empresarial. Ao contrário, o empreendedor que não está em sincronia com a sua *forma mentis* empresarial, ou seja com o seu projeto de natureza, pode obter sucesso econômico, porém esta possibilidade se faz reduzida, se comparada com o primeiro grupo.

Portanto, a *Forma Mentis* Síncrona tende a determinar o sucesso econômico empresarial

A próxima análise pertinente a se fazer no contexto de relacionar a sincronia de *Forma Mentis* e o sucesso econômica empresarial, é a análise de diferença entre grupos com as sete características do empreendedor, utilizando o teste *t* para validar se as diferenças são estatisticamente significativas.

Tabela 13 - Estatística *Forma Mentis* Síncrona e os sete pontos do empreendedor

	Forma Mentis Síncrona	N	Mean	T	Sig. (2-tailed)
I-Potencial Natural	Síncrona	27	1,7407	-6,418	,000
	Não Síncrona	85	2,5294		,000
II-Evolução Racional em ISO	Síncrona	27	1,4321	-6,411	,000
	Não Síncrona	85	2,1059		,000
III-Ambição	Síncrona	27	1,0556	-12,194	,000
	Não Síncrona	85	2,2441		,000
IV-Amor pelo próprio trabalho	Síncrona	27	1,1111	-10,720	,000
	Não Síncrona	85	2,3341		,000
V-Conhecimento Superior Específico	Síncrona	27	1,1204	-10,755	,000
	Não Síncrona	85	2,2412		,000
VI-Transcendência Solitária ao Utilitarismo Funcional	Síncrona	27	1,4296	-14,680	,000
	Não Síncrona	85	2,7859		,000
VII-Racionalidade sobre a Intuição	Síncrona	27	1,481	-9,777	,000
	Não Síncrona	85	2,971		,000
Resultado Econômico	Síncrona	27	1,9633	-6,511	,000
	Não Síncrona	85	3,2042		,000
Forma Mentis	Síncrona	27	1,6314	-15,419	,000
	Não Síncrona	85	2,9955		,000

A primeira análise deste grupo, relacionando características e Sincronia de *Forma Mentis*, demonstra que existem diferenças estatisticamente significativas em todas as sete características do empreendedor de Meneghetti, entre os grupos que apresentam sincronia de *Forma Mentis* e aqueles que não apresentam sincronia.

A análise deste resultado é um tanto óbvia, uma vez que as sete características do empreendedor determinam a sincronia de *Forma Mentis*. O que cabe ressaltar é que, mais uma vez, fica evidenciado o resultado homogêneo de todas as sete características apresentarem diferenças significativas nos dois grupos de comparação.

Tabela 14 - Estatística Forma Mentis Síncrona e o sucesso/insucesso econômico

	Sucesso	N	Mean	t	Sig. (2-tailed)
I-Potencial Natural	Sucesso	78	2,2846	-1,355	,178
	Insucesso	34	2,4647		
II-Evolução Racional em ISSO	Sucesso	78	1,8718	-2,101	,038
	Insucesso	34	2,1078		
III-Ambição	Sucesso	78	1,8750	-1,992	,049
	Insucesso	34	2,1471		
IV-Amor pelo próprio trabalho	Sucesso	78	1,9000	-3,157	,002
	Insucesso	34	2,3588		
V-Conhecimento Superior Específico	Sucesso	78	1,8942	-1,849	,067
	Insucesso	34	2,1471		
VI-Transcendência Solitária ao Utilitarismo Funcional	Sucesso	78	2,3231	-3,161	,002
	Insucesso	34	2,7706		
VII-Racionalidade sobre a Intuição	Sucesso	78	2,474	-2,394	,018
	Insucesso	34	2,926		
Resultado Economico	Sucesso	78	2,4106	-11,685	,000
	Insucesso	34	4,0394		
Forma Mentis	Sucesso	78	2,5447	-2,845	,005
	Insucesso	34	2,9465		

Analisando a relação do grupo de empreendedores de sucesso com as características de *Forma Mentis*, não se observa diferença significativa entre os grupos nas características I – Potencial Natural e V – Conhecimento Superior Específico, ou seja, não se pode afirmar que a diferença nestes grupos não provenha de um erro amostral.

Este resultado pode ser analisado sobre a seguinte ótica: o potencial natural que recebemos quando nascemos, não é garantia de sucesso na existência, uma vez que é determinante o quanto nos empenhamos com vontade e decisão em fazer este potencial se tornar realidade. Neste aspecto, são decisivas as características Evolução racional e Ambição.

Quanto ao elemento conhecimento superior específico não apresentar diferenças significativas entre os dois grupos de sucesso e insucesso, deve-se considerar que valor p de significância, é respectivamente 0,067 e 0,058 e ambos estão muito próximos ao valor p de 0,05, para a diferença ser considerada estatisticamente significativa. Segundo Dancey (2006), o valor de significância p é arbitrado, e deve ser considerado dentro do contexto de cada pesquisa. Neste caso, por se tratar de uma pesquisa no campo das ciências sociais, não vejo motivos, pelo resultado apresentado ser muito próximo de $p=0,05$, em considerar a característica V - Conhecimento superior específico como apresentando diferença significativa entre os grupos de sucesso e insucesso empresarial.

Nos demais casos, todas as características de *Forma Mentis*, nos empresários com sucesso econômico apresentam uma sincronia superior, estatisticamente significativa. As características que mais apresentam diferença significativa entre os grupos são IV – Amor pelo próprio trabalho e VII – Transcendência Solitária ao Utilitarismo Funcional.

O fato da característica amor pelo trabalho apresentar uma das maiores diferenças entre as duas amostras entre os grupos de sucesso e insucesso econômico, nos remete ao fato que, uma vez que empresário não ama o seu negócio, é consequencial que também não obtenha resultado econômico, já que produto carrega e comunica a semântica da dono (MENEGETTI, 2008).

A transcendência solitária ao utilitarismo funcional, é reduzida no grupo de insucesso econômico, e determina o quanto este empresário tem dificuldade em manter-se fiel a sua subjetividade. Esta inexactidão interna, manifestada pelas

convicções, pelo apego à família, por uma falta de ordem interna a própria vida privada, apresenta-se como fenômeno, na redução do resultado econômico do empresário. O dinheiro tem uma lógica muito exata e vai ao encontro de quem é mais inteligente (MENEGETTI, 2008).

4.2.3 Formação do Empreendedor com base no método Ontopsicológico (FOIL)

Uma das tarefas de pesquisa foi verificar se existiam diferenças estatisticamente significativas entre o grupo de empresários com formação FOIL (Formação Ontopsicológica Interdisciplinar e Liderística) e o grupo de empresários sem contato com este conhecimento. Procedeu-se a separação da amostra nestes dois grupos, sendo o primeiro, sem a base Ontopsicológica, com uma amostra de oitenta empresários e o segundo com o conhecimento em Ontopsicologia, com trinta e dois empresários.

Lembrando sempre, que na técnica utilizada, a escala é **decrecente** em melhor desempenho (1 – Melhor desempenho e 5 – Pior desempenho), obteve-se as seguintes estatísticas descritivas com valores de média e desvio padrão.

Tabela 15 - Estatísticas Descritivas – Não Conhece Ontopsicologia

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
I-Potencial Natural	80	1,40	4,00	2,5367	,60979
II-Evolução Racional em ISO	80	1,33	3,67	2,1266	,50722
III-Ambição	80	1,00	3,50	2,2816	,48100
IV-Amor pelo próprio trabalho	80	1,20	3,80	2,3949	,55190
V-Conhecimento Superior Específico	80	1,25	3,00	2,2753	,51046
VI-Transcendência Solitária ao Utilitarismo Funcional	80	1,80	3,80	2,8354	,42578
VII-Racionalidade sobre a Intuição	80	1,5	4,5	3,032	,7589
Resultado Econômico	80	1,00	5,00	3,2156	,81982
Forma Mentis	80	2,14	3,97	3,0408	,42150
Valid N (listwise)	80				

Tabela 16 - Estatísticas Descritivas – Conhece Ontopsicologia

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
I-Potencial Natural	32	1,00	3,00	1,8667	,47871
II-Evolução Racional em ISO	32	1,00	2,33	1,5051	,40070
III-Ambição	32	1,00	2,25	1,1818	,36052
IV-Amor pelo próprio trabalho	32	1,00	2,00	1,1879	,26898
V-Conhecimento Superior Específico	32	,75	2,50	1,2424	,39767
VI-Transcendência Solitária ao Utilitarismo Funcional	32	1,00	2,60	1,5576	,38652
VII-Racionalidade sobre a Intuição	32	1,0	2,8	1,606	,4147
Resultado Economico	32	1,00	5,00	2,1618	1,04805
Forma Mentis	32	1,25	2,78	1,7710	,37003
Valid N (listwise)	32				

Verifica-se em uma análise visual que em todos os itens, incluindo Resultado Econômico e *Forma Mentis*, o grupo que conhece Ontopsicologia apresenta um desempenho superior. Com um resultado econômico na média 21% superior e uma sincronia de *Forma Mentis* na média 25% superior, ou seja 25% mais próximo ao modelo identificado com os sete pontos do empreendedor de Meneghetti.

O próximo passo então foi verificar se estas diferenças entre os dois grupos eram estatisticamente significativas. Usou-se a técnica do Teste-*t*, que é um teste paramétrico que tem este objetivo, e o resultado foi que em todos os níveis de comparação entre os dois grupos, obteve-se valor *p* de significância inferior a 0,01, o que significa que a diferença entre os dois grupos não provém de um possível erro amostral.

Outra análise feita foi verificar a relação entre o grupo de sucesso com a formação FOIL. Verificou-se que, dos que conhecem Ontopsicologia (trinta e duas pessoas), 91% apresentou sucesso econômico e 9% apresentou insucesso

econômico, enquanto que no grupo que não conhece Ontopsicologia, 61% teve sucesso empresarial econômico e 49% apresentou fracasso empresarial econômico.

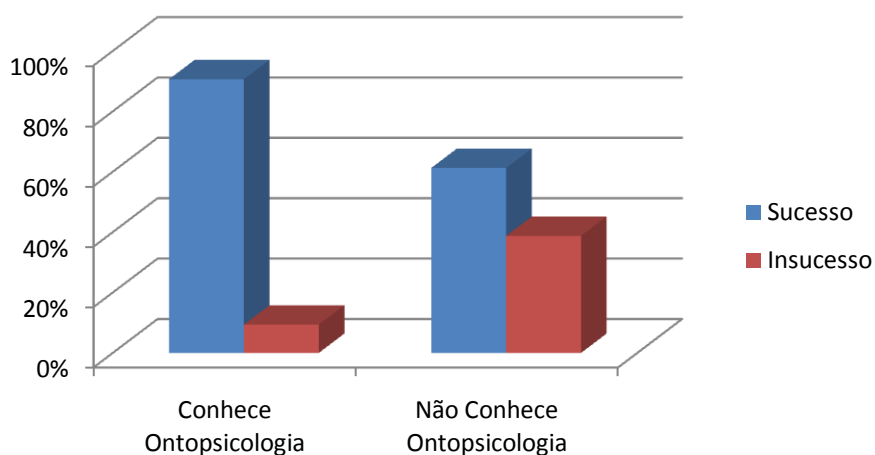


Gráfico 8 - Relação entre o grupo de sucesso com a formação FOIL

Analisou-se então a relação dos grupos que tiveram contato com a Metodologia FOIL e os grupos de *Forma Mentis* síncrona. O resultado, apresentado no gráfico abaixo, evidencia, que dos trinta e dois empresários que tiveram contato com a Metodologia FOIL, 81% apresenta uma *Forma Mentis* síncrona, ou seja, os sete pontos do empreendedor de Meneghetti são presentes na personalidade deste empresário, ao passo que o grupo que não conhece Ontopsicologia, apenas 1%, o que representa na amostra um empresário, apresenta sincronia de *Forma Mentis*.

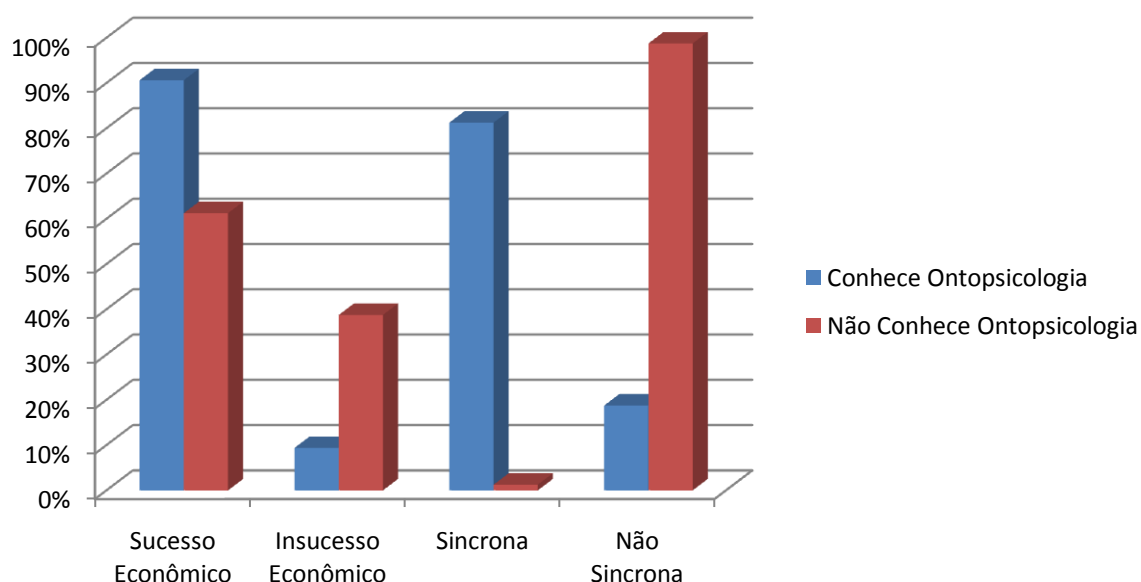


Gráfico 9 - Relação entre os grupos que tiveram contato com a Metodologia FOIL e os grupos de Forma Mentis síncrona

O resultado desta análise corrobora a evidência de que a formação em Ontopsicologia é uma ferramenta a disposição do empreendedor para que este recupere a sua identidade como sujeito e imposte a sua empresa nesta identidade. O resultado desta técnica de vida é a recuperação do indivíduo no seu projeto de natureza e a consequente sanidade e evolução da sua empresa, cujo resultado final é o desempenho econômico.

4.2.4 Outras Análises da Amostra

a) Quanto ao Gênero

Analisou-se o desempenho dos grupos de empreendedores mulheres e homens, quanto ao desempenho econômico empresarial e à sincronia de *Forma Mentis*. O que está demonstrado nos dois gráficos abaixo:

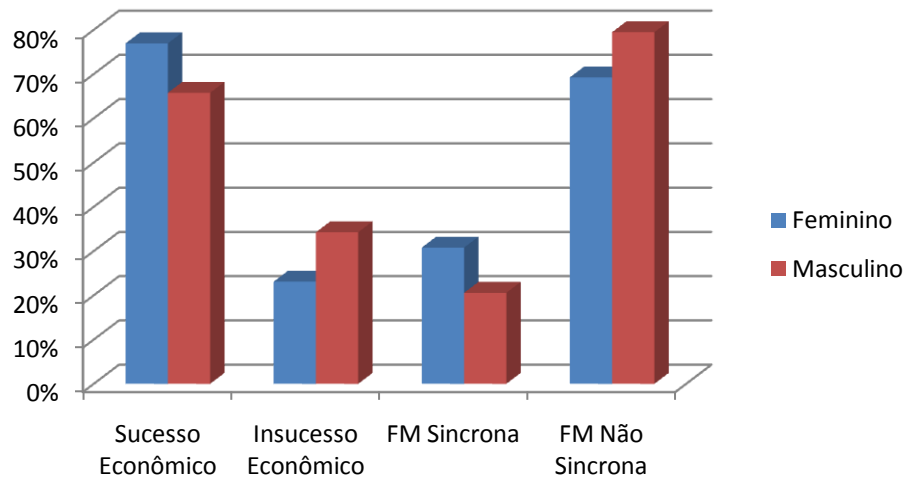


Gráfico 10 - Desempenho dos grupos de empreendedores mulheres e homens quanto ao desempenho econômico empresarial e à sincronia de Forma Mentis

Conclui-se analisando os gráficos, que empresárias possuem um desempenho econômico e uma *Forma Mentis* um pouco superior aos empresários do gênero masculino, esta diferença no entanto, após realizado o teste *t*, demonstra estatisticamente não significativa, com um *p* valor alto, acima de 0,50, o que demonstra que esta diferença pode ser derivada de um erro amostral. Não se pode concluir então que o gênero da pessoa, se homem ou mulher, interferem na inteligência empreendedora nem no resultado econômico empresarial.

b) Quanto ao Estado Civil

Outro grupo de análise foi verificar se existiam diferenças estatisticamente significativas entre o grupo de empresários casados e os empresários não casado, expressados nos gráficos abaixo:

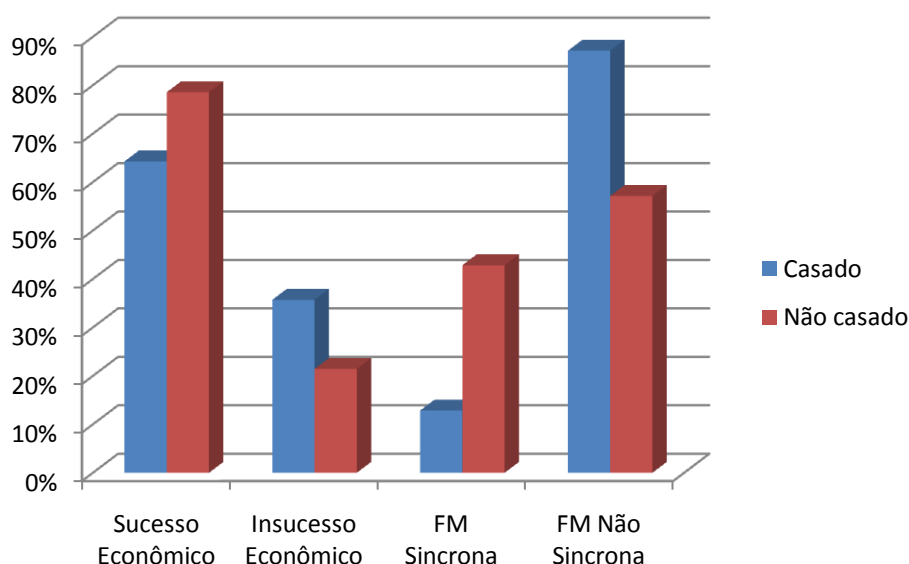


Gráfico 11 - Diferenças estatisticamente significativas entre o grupo de empresários casados e os não casados – 1

A conclusão que se chega analisando os gráficos acima juntamente com a realização do teste *t*, é que existem diferenças significativas entre o desempenho e sincronia de *Forma Mentis* entre o grupo de empresários casados e os não casados. Entre os que tiveram sucesso econômico, o grupo de não casados foi quatorze pontos percentuais superior ao grupo de casados, ou seja, 64% dos casados tiveram sucesso econômico, enquanto que no grupo de não casados foi, o índice de relativo sucesso econômico foi de 79%. E com relação à sincronia de *Forma Mentis* o grupo de não casados foi trinta pontos percentuais superior ao grupo de casados, ou seja, 45% dos não casados apresentaram *Forma Mentis* síncrona, enquanto que somente 13% dos casados apresentaram esta característica.

Outra forma de ver esta diferença significativa, pode ser verificada no gráfico abaixo, que por si só é auto-explicativo:

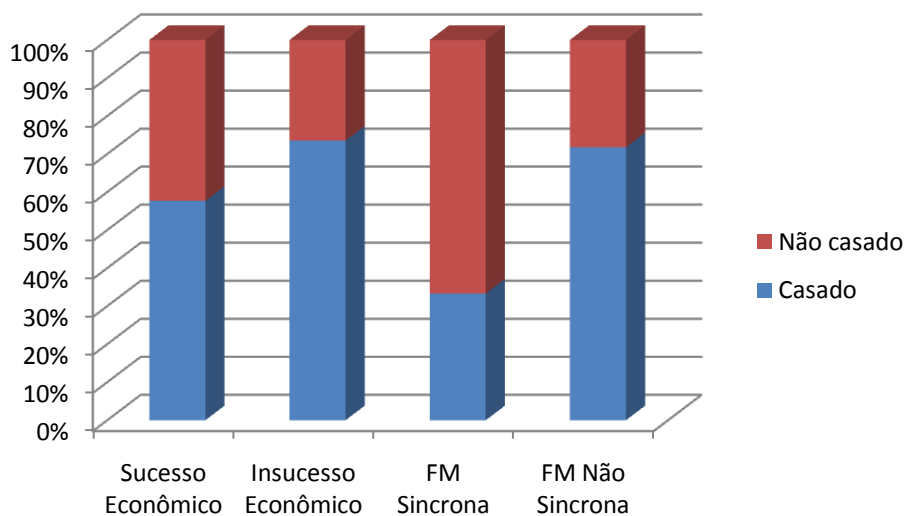


Gráfico 12 - Diferenças estatisticamente significativas entre o grupo de empresários casados e os não casados – 2

Este tema, merece uma abertura própria e não é escopo dessa investigação discorrer em profundidade os efeitos de um casamento sobre o empreendedor. O fato que merece destaque é que, o modelo de família e conseqüentemente o modelo de casamento, “imposto” pela sociedade (imposto como superego social), concorre com o estilo de vida livre que o empresário deve ter. Não é uma questão de tempo e dedicação, porque com foco e organização, se pode organizar absolutamente tudo na nossa vida. O problema é uma questão de prioridade. O empreendedor, deve, se quiser ter sucesso, priorizar o seu projeto, sob todos os outros aspectos. Isso não significa que não possa possuir uma família e filhos, mas deve dar a exata proporção deste contexto dentro da prioridade do seu projeto.

O resultado quando se assume esta posição de liberdade interna, é que no final tudo funciona, tanto o negócio quanto a família, porque se consegue conciliar a proporção correta. Correta não no sentido moral, mas no sentido de funcionalidade, entre cada aspecto da nossa vida, priorizando sempre, é claro, o nosso projeto.

Percebe-se no resultado desta análise, é que tanto resultado econômico quanto sincronia de *Forma Mentis*, são em regressão, quando o empreendedor é

casado, e isto, baseado sempre na minha evidência de empresário e de casado que sou, não depende do casamento em si, mas do estilo de vida e das escolhas que o próprio sujeito fez e faz continuamente para si. Talvez, se analisarmos em maior profundidade, somente os empresários casados, veremos que aqueles priorizam o seu projeto, e portanto tem sucesso empresarial, também são os mais felizes na esfera familiar, justamente porque, não fazem compensação da sua frustração individual sobre a sua família. É somente uma hipótese que não é objeto deste trabalho.

c) Quanto a escolaridade

Outra análise feita, foi verificar como se comportava a amostra, no que diz respeito à formação do empreendedor. Separou-se para facilitar a análise, em dois grupos, o primeiro reunindo aqueles empreendedores com a formação escolar até o segundo grau, perfazendo um total de 41% da amostra, e aqueles que possuem terceiro grau ou superior, totalizando 59% da amostra.

Obteve-se o seguinte quadro resumo das duas amostras:

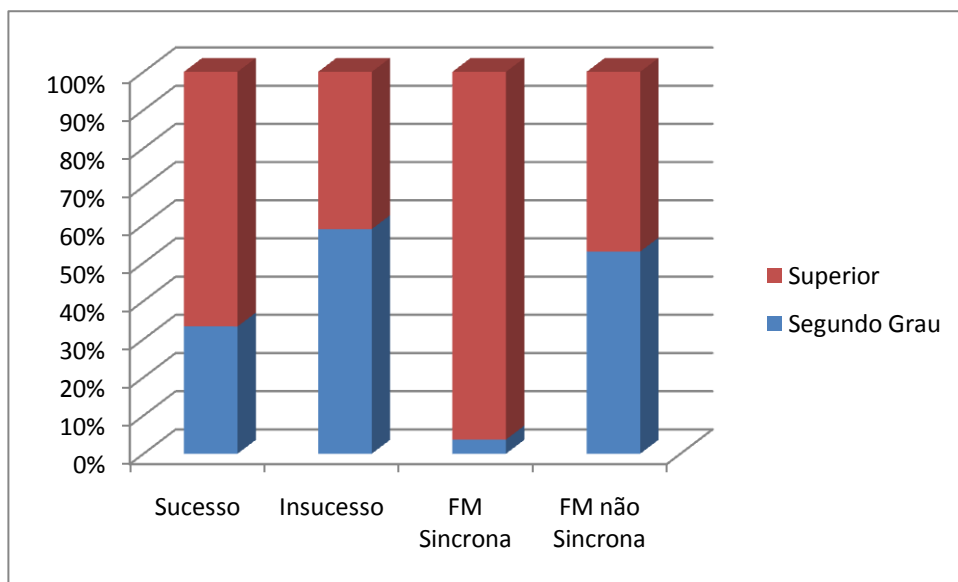


Gráfico 13 - Formação do empreendedor

Após validação da significância, verificou-se que existem diferenças estatisticamente significativas entre as duas amostras, no que diz respeito ao índice

de sucesso econômico dos empreendedores e no aspecto de sincronia de *Forma Mentis*. Dos empresários que foram categorizados como de sucesso econômico da amostra, 67% deles possuem uma formação igual ou superior ao terceiro grau, enquanto que o grupo de empresários de insucesso 69% possuíam até o segundo grau. Com relação à sincronia de *Forma Mentis*, estas diferenças são ainda maiores, no grupo de *Forma Mentis* síncrona 96% possui curso superior, enquanto que o grupo de *Forma Mentis* não síncrona 53% possuem até o segundo grau.

Não é um senso comum que a escolaridade do empreendedor influencie no seu desempenho empresarial, visto que são muitos os exemplos de grandes empresários que não cursaram até o segundo grau. No entanto, os resultados desta pesquisa apontam o contrário, empresários que investem na sua formação, tendem a apresentarem resultados superiores. Isto é racional, pois duas das sete características do empreendedor, referem-se a formação: II – Evolução racional em ISO e a característica V – Conhecimento Superior Específico no seu campo de atuação.

Esta evidência empírica nos remete ao fato de que o empreendedor deve, se quer atingir uma performance superior, investir também na sua formação integral de conhecimento. O empreendedor, antes de tudo, deve possuir uma cultura geral e uma cultura específica (MENEGETTI, 2008)

4.2.5 Conclusão sobre as análises gerais do empreendedor

Para Meneghetti (2008), o empreendedor deve ter três preparações específicas: Formação cultural (geral e específica), transcendência dos estereótipos e formação ontopsicológica. Os resultados desta pesquisa corroboram a importância destes três aspectos como importantes na construção de uma performance econômica superior e na sincronia de sua *Forma Mentis*. O elemento de transcendência dos estereótipos, embora não afrontado diretamente, pode ser colhido aqui, pela relação do empresário com a família através do casamento. O elemento família, não por ser um fato negativo em si, mas por como é posto absoluto pela sociedade, representa um dos maiores estereótipos sociais.

Transcendência significa colocar-se primeiro, sobre aquela parte. Neste contexto uso o termo transcendência para indicar a capacidade racional do *businessman* de estar acima das morais e da cultura corrente. Do momento que o escopo da sua ação é o lucro, em relação a isto deve possuir a capacidade de organizar diversas coisas, diversas idéias, situações e ideologias, não se enrigendo-se em uma moral, cultura ou tradição fixa que o pré-orienta. Então transcendência como atitude a colocar-se acima de determinados valores, para realizar o escopo de ganho, o escopo da funcionalidade competitiva.

Estereótipo é uma conduta, um hábito geral, um modo mental comum a uma sociedade ou a um grupo. São estereótipos o constituir família, o modo em que a mãe se deve comportar com um filho, um modo religioso, um modo de cultura, um modo político, um tipo de burocracia, isto é, todas aquelas condutas que os seres humanos em alguma sociedade, as tenham absolutas. (MENEGETTI, 2008, p.19).

Estas três formações, contemporaneamente aplicadas com as sete características do empreendedor, indicam a base de formação integral da personalidade e da subjetividade exata do empreendedor de sucesso. A Ontopsicologia, nasce como uma hipótese resolutiva a eterna pergunta: O que é o Homem? O estudo desta técnica de vida, nos permite posicionar de forma precisa a pesquisa científica, em todas as suas derivações, porque na origem e essência de tudo, temos o humano. Se não o compreendemos por como este é posto pelo seu projeto de natureza (constante H), todo o percurso sucessivo é aproximativo e opinativo.

Estaremos fazendo uma ciência que se propõe como *doxa*, mas fora do ponto fundante, a *noxa*, ou a *nous*. Aquele ponto inseico, holístico-dinâmico, utilitarista-funcional, virtual, econômico-hierárquico, vencedor, alegre, criativo, espiritual, agente no interior de um universo semântico, mediânico entre o ser e existência histórica, histórico, estético, volitivo-intencional e santo, que funda o conhecimento epistêmico: O Em Si ôntico.

Esta investigação expôs, através de uma abordagem quantitativa-positivista, no campo dos estudos do empreendedor e empreendedorismo, o resultado da aplicação da Ontopsicologia como ciência interdisciplinar e epistêmica. É um pequeno resultado, frente a enorme abertura que a Ontopsicologia trará nos próximos anos e décadas aos estudos relacionados a este elemento constante, o Homem.

5 CONCLUSÃO

Esta investigação se propôs a mensurar estatisticamente a correlação entre o empreendedor e o seu resultado empresarial. Partiu-se de uma evidência: a Empresa é o Empresário. Por como é e se posiciona o empreendedor, responde em sincronia a empresa. O resultado econômico é a sua medida objetiva, que exprime o aspecto qualitativo e quantitativo do desempenho da empresa no mercado. Conseqüentemente, resultado econômico tem a capacidade de ser uma medida objetiva da subjetividade (exata ou não) do empreendedor.

Para mensurar em parâmetros matemático-estatísticos a subjetividade do empreendedor, foi desenvolvida uma escala paramétrica que traduz quantitativamente as sete características do empreendedor de Meneghetti, que no final consolidou em uma única variável: a *Forma Mentis* do Líder empreendedor. Se a premissa de partida desta investigação fosse confirmada, existiria correlação estatisticamente positiva em algum grau entre *Forma Mentis* e resultado econômico empresarial, caso contrário, a evidência do qual se partiu, não se confirmaria na amostra.

A revisão teórica, abrangeu um amplo resgate sobre o entendimento da Academia de quem é o empreendedor e quais são as suas principais características. A conclusão, assumida formalmente pelos principais estudiosos do tema, (FILLON, 2001; GARTNER (1988); COLE (1969)), é que não se compreende o empreendedor, e que esta tarefa resta inócua. Propõe-se então o salto ao entendimento do empreendedor, e o redirecionamento para o estudo do seu fenômeno: o empreendedorismo. Esta dificuldade, na verdade motivada pela ausência de uma Psicologia capaz de decifrar quem é o Homem, vai provocar uma ausência de critério sobre o tema, e como conseqüência a produção de estudos aproximativos e opinativos sobre o empreendedor e o empreendedorismo. O resultado deste fato, será a ausência de uma Pedagogia eficiente, capaz de identificar e formar novos empreendedores (FILLON, 2001).

O referencial teórico usado nesta investigação, que possibilitou a confecção de um modelo matemático-estatístico consistente que traduzisse as características do empreendedor, foi a Ontopsicologia de Meneghetti, em especial a Psicologia do

Líder (2008), através da derivação das sete características do empreendedor. A Ontopsicologia, enquanto ciência interdisciplinar, permitiu centrar o problema, porque decifrou o critério do Homem: O Em Si ôntico.

A hipótese principal, confirmada por esta pesquisa, foi que existe correlação positiva de magnitude 0,52, entre a *Forma Mentis* do empreendedor e o Resultado Econômico empresarial, ou seja, 52% da variação do desempenho econômico de uma empresa, pode ser atribuído, por como o seu empreendedor é e posteriormente se posiciona. É um resultado altamente significativo, se pensarmos na infinidade de variáveis que um negócio é impactado (mercado, clientes, tecnologia, leis, globalização, etc...). Por este estudo, mais da metade do resultado econômico é influenciado pela subjetividade do empreendedor. Se olharmos sob a ótica da ciência Ontopsicológica, este resultado tem nexos, pois é a subjetividade do empreendedor, que depois funda e condiciona todo o resto, que passa a ser consequencial.

Uma tarefa de pesquisa, consistiu em estabelecer uma escala que possibilitasse mensurar as sete características do empreendedor de Meneghetti, a sua *Forma Mentis*, a variável discriminante da subjetividade do empreendedor. Para isto utilizou-se a técnica estatística de regressão. Os resultados encontrados demonstram que 46% da ponderação da variável *Forma Mentis*, é o resultado das características VI – Transcendência Solitária ao Utilitarismo Funcional e VII – Racionalidade sobre a Intuição. Importante ressaltar, que no resgate da literatura feito, estes dois elementos representam uma novidade no campo dos estudos do empreendedorismo, não havendo sido abordados por nenhuma outra literatura precedente.

Outra tarefa de pesquisa, foi verificar se a amostra de empresários com formação FOIL apresentava diferenças significativas em relação ao grupo de empresários sem esta formação. O resultado observado foi que 91% dos empresários com formação FOIL apresentaram resultado econômico superior, enquanto que este índice no grupo de empresários sem a formação ontopsicológica foi de 61%.

Quanto ao gênero, não se verificou diferenças significativas entre as amostras, tanto em resultado como em sincronia de *Forma Mentis*. Com relação à escolaridade, observou-se que os empresários com formação superior ao segundo

grau apresentaram resultado econômico e sincronia de *Forma Mentis* superior aos empresários com formação até o segundo grau. Com relação ao estado civil, verificou-se que empresários casados apresentam desempenho inferior de resultado econômico e de sincronia de *Forma Mentis*.

As contribuições que este campo de estudo propõe são inúmeras e profundas, podendo ser sintetizadas em dois aspectos principais: o primeiro, na responsabilização do empresário em alcançar uma subjetividade exata, em fazer a sua Metanóia, ou seja, o trabalho contínuo e individual de “mudar a consciência” para tornar-se o que se é (MENEGHETTI, 2006), pois desta forma a sua empresa responderá em identidade (mais qualidade, mais resultado, mais realização, etc...). E o segundo aspecto, diz respeito, a revisão dos esforços de formação de novos empreendedores, na direção da proposta metodológica FOIL, tendo como base a ciência Ontopsicológica. O sucesso do empreendedor, passa por uma qualificação pessoal, em antes de tudo, saber-se quem se é e qual o seu projeto. Feito isto, o sucesso é consequencial.

Esta investigação expõe, no campo do empreendedorismo, os resultados e os avanços que a ciência Ontopsicológica introduz enquanto epistemologia e interdisciplinaridade, em todas as áreas do saber científico. Estou, enquanto aprendiz de pesquisador, tendo a oportunidade de participar e contribuir com esta maravilha, que é desvendar o Homem, em todos os seus aspectos.

REFERÊNCIAS

- BARNARD, Chester. **As funções do executivo**. São Paulo: Atlas, 1971.
- BROCKHAUS, R. H. Risk taking propensity of entrepreneurs. **Academy of Management Journal**. a. 23, n. 3, p. 509-502, 1980.
- COLE, A. H. Entrepreneurship as an area of research. **The Tasks of Economic History** (Supplement to the Journal of Economic History). p. 118-126, 1942.
- _____. Definition of entrepreneurship. In: KOMIVES, J. L. (Ed.), KARL A. **Bostrom Seminar in the Study of Enterprise**. Milwaukee: Center for Venture Management, 1969. p. 10-22.
- COOPER, A. C.; DUNKERLBERG, W. C. A new look at business entry: experiences of 1805 entrepreneurs. In: VESPER, K. H. (Ed.). **Frontiers of entrepreneurship research: the proceedings of the Babson conference on entrepreneurship research**. Wellesley Mass: Babson College, p. 21-39, 1981.
- COOPER, A. C.; KOMIVES, J. L. (Eds.) **Technical entrepreneurship: A Symposium**. Milwaukee: Center for Venture Management. p. 47-62.
- COLLINS, O. F; MOORE, D. G. **The organization makers**. New York: Appleton Century – Crofts, 1970.
- COSTA, Antonio Carlos Gomes da. **Ser empresário: o pensamento de Norberto Odebrecht**. Rio de Janeiro: Versal, 2004.
- DANCEY, C. P. **Estatística sem matemática para psicologia**. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DAVIDS, L. E. **Characteristics of small business founders in Texas and Georgia**. Washington D.C: Small Administration. 1963.
- DECARLO, J. F.; LYONS, P. R. A comparison of selected personal characteristics of minority and non-minority female entrepreneurs. **Journal of Small Business Management**, n. 17, p. 22-29, 1963.
- DRAHEM.K. P. **Factors influencing the rate of formation of technical companies**. Milwaukee: Center for Venture Management, 1972. p. 3-27.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship):** prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

ELY R. T.; HESS, R. H. **Outlines of economics (L Med.).** New York: MacMillan, 1937.

FILLION, Louis Jacques. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: **Empreendedorismo, ciência, arte e técnica.** p. 13-42: CNI-IEL Nacional, 2001.

_____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração,** São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

GARTNER, William B. "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. **Entrepreneurship Theory and Practice.** University of Baltimore Education Foundation, p. 47-67, Summer 1988.

GOMOLKA, E. Characteristics of minority entrepreneurs and small business enterprises. **American Journal of Small Business,** n. 11, p. 12-22. 1977.

GOULD, L. C. Juvenile entrepreneurs. **American Journal of Sociology** 74960, p. 710-719, 1969.

HARTMAM, H. Managers e entrepreneurs: A useful distinction? **Administrative Science Quarterly,** n. 3, p. 429-457, 1959.

HIRISCH, R. D.; O'BRIEN. M. The woman entrepreneurs from a business and sociological perspective. Their problems and needs. In: VESPER, K. H. (Ed). **Frontiers of entrepreneurship research: the proceedings of the Babson conference on entrepreneurship research.** Wellesley Mass: Babson College, p. 21-39, 1981.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michel P; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

HORNADAY, J.; ABOUD, J. Características do empreendedor de sucesso. **Personnel Psychology,** n. 24, p. 141-153, 1971.

_____.; BUNKER, C. The nature of the entrepreneur. **Personnel Psychology,** n. 23, p. 47-54, 1970.

HOWELL, R. P. **Comparative profiles:** entrepreneurs versus the hired executive – San Francisco peninsula semiconductor industry. In: COOPER, A. C.; KOMIVES, J. L.

(Eds.). *Technical Entrepreneurship: a symposium*. Milwaukee. Center for Venture Management, 1972. p. 47-62.

HULL, D. L.; BOSLEY, J. J.; UDEL, G. G. Reviewing the heffalump: Identifying potencial entrepreneurs by personality characteristics. **Journal of Small Business Management**. a. 18, p. 19-24, 1980.

LACHMAN, R. Toward measurement of entrepreneurial tendencies. **Management International Review**, a. 20, n. 2, p. 108-116, 1980.

LAVINGTON, F. **Trade cycle**: An account of the causes producing rhythmical changes in the activity of business. London: P. S. King, 1922. v. 3.

LILES, P. Who are the entrepreneurs? **MSU Business Topics**, n. 22, p. 5-15, 1974.

LITZINGER, W. D. The motel entrepreneur and the motel manager. **Academy of Management Journal**, n. 8, p. 268-281, 1965.

McCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Nova Iorque: Irvington Publishers, 1976.

MASLOW, Abraham H. **Maslow no gerenciamento**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1970.

MENEGHETTI, Antonio. **A psicologia do líder**. Recanto Maestro – RS: Ontopsicologia Editrice, 2008.

_____. **Dicionário de ontopsicologia**. Recanto Maestro – RS: Ontopsicologia Editrice, 2008-a.

_____. **Economia, política, sociedade hoje**. Recanto Maestro – RS: Ontopsicologia Editrice, 2004.

_____. **Imagem, alfabeto da energia**. Recanto Maestro – RS: Ontopsicologia Editrice, 2006.

_____. **Business intuition**. São Paulo: FOIL, 2007.

_____. **Manual de ontopsicologia**. Recanto Maestro – RS: Ontopsicologia Editrice, 2010.

_____. **Psicologia empresarial**. Marudo: FOIL, 2010-a.

MESCON, T.; MONTANARI, J. The personalities of independent and franchise entrepreneurs: An empirical analysis of concepts. **Journal of Enterprise Management**, a. 3, n. 2, p. 149-159, 1981.

MILLER, D. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management Science**, a. 29, n. 7, p. 770-791, 1983.

MINTZBERG Henry **Safari de estratégia**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

PALMER, M. The application of psychological testing to entrepreneurial potential. **California Management Review**, a. 13, n. 3, p. 32-39, 1971.

PORTER, L. W.; McKIBBEN, L. E. **Management education and development**. New York: McGraw-Hill, 1988.

KAHNEMAN; TVERSKY, **Journal of Business**, University of Chicago, v. 59, 1986.

KRYLOV, A. A. L'integrazione del sapere scientifico e l'ontopsicologia. **Nuova Ontopsicologia**. Revista semestral. Roma: Psicologia Editrice, n. 01/01. p. 26-31, 2001.

RAUCH, A.; WIKLUND, J.; FRESE, M.; LUMPKIN, G. T. **Entrepreneurial orientation and business performance**: cumulative empirical evidence. Proceedings of the Frontiers of Entrepreneurship Research, 2004.

SANTOS, Paulo da Costa Freire dos. **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. Tese (Doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina, Engenharia de Produção. Florianópolis, 2008.

SAY, J. A. **A Treatise on political economical**. London: Sherwood, Neeley and Jones, 1816.

SIMON, H. A.. **Comportamento administrativo**. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1979.

SCHRAGE, H. The R & D entrepreneur profile of success. **Harvard Business Review**, p. 43-69, 1965.

SCHUMPETER, J. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1992.

SCHIMIDT, S; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC**, Curitiba, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

STAUSS, J. H. The entrepreneur: the firm. **Journal of Political Economy**, a. 52, n. 2, p. 112-121, 1944.

STEVENSON, Howard H.; JARRILO-MOSSI, José Carlos. O paradigma do empreendedorismo. **Strategic Management Journal**, v. 11, p. 17-27, 1990.

THORNE, J. R.; BALL, J. G. **Entrepreneurs and their companies**. In: VESPER, K. H. (Ed.) **Frontiers of entrepreneurship research**: the proceedings of the Babson conference on entrepreneurship research. Wellesley Mass: Babson College, p. 65-83, 1981.

VESPER, K. H. **New venture strategies**. Ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1990.

WAYNER, H. A.; RUBIN, L. M. Motivation of R&D entrepreneurs. Determinants of company success. **Journal of Applied Psychology**. a. 53, n. 3, p. 178-84, 1969.

ANEXO I – Instrumento de Pesquisa

Prezado Empresário

Em primeiro lugar lhe agradeço a colaboração no preenchimento deste questionário. Este questionário faz parte de minha pesquisa acadêmica e objetiva estudar a relação entre o estilo de vida e forma mentis do empresário com o seu resultado empresarial **E, em hipótese alguma**, terá seus dados abertos para outra finalidade. Sua colaboração em responder com o máximo de atenção e autenticidade é fundamental.

Claudio Carrara

Nome: _____

1. Sexo: () Masculino () Feminino

2. Idade: _____

3. Estado civil: _____

4. Grau de Instrução: _____

Assinale a opção que corresponde ao seu máximo Grau de Instrução

a. () primário incompleto

b. () primário completo

c. () segundo grau incompleto _____

d. () Segundo grau completo _____

e. () Ensino superior incompleto _____

f. () Ensino superior completo. Curso _____

g. () Pós-Graduação – Especialização: (curso?) _____

h. () Outro, qual? _____

5. Segmento da sua empresa:

6. Porte da sua empresa:

- a. () Até R\$ 10 Milhões de faturamento ano
- b. () Entre R\$ 10 Milhões e R\$ 60 Milhões de faturamento ano
- c. () Entre R\$ 60 Milhões e R\$ 250 Milhões de faturamento ano
- d. () Entre R\$ 250 Milhões e R\$ 500 Milhões de faturamento ano
- e. () Acima de R\$ 500 Milhões de faturamento ano

7. Assinale a alternativa que considera que corresponde a sua resposta.

a) Em sua opinião, quando você está executando suas atividades, você exerce uma liderança natural e o grupo ou contexto está satisfeito com isso?

Sim, absolutamente	Sim, na maioria das vezes	Difícil de dizer	Provavelmente não, talvez algumas vezes	Certamente não

b) Em sua opinião, quando você precisa coordenar certa atividade, é necessário que você se esforce demais para obter bons resultados?

Sim, absolutamente	Sim, na maioria das vezes	Difícil de dizer	Provavelmente não, talvez algumas vezes	Certamente não

c) Se pode dizer que na sua classe você foi um dos líderes

Sim, absolutamente	Sim, na maioria das vezes	Difícil de dizer	Provavelmente não, talvez algumas vezes	Certamente não

d) Na escola e universidade você quis ser um estudante melhor que os outros e ser reconhecido por isto?

Sim, absolutamente	Sim, na maioria das vezes	Difícil de dizer	Provavelmente não, talvez algumas vezes	Certamente não

É possível dizer que você é curioso com relação a sua área profissional e que você está sempre se atualizando, buscando novas alternativas, tendências etc.?

Sim, absolutamente	Sim, na maioria das vezes	Difícil de dizer	Provavelmente não, talvez algumas vezes	Certamente não

8. Com relação ao seu conhecimento específico no seu campo de atuação, você se considera:

- a. () um expert, conhecimento superior.
- b. () conhecimento acima da média.
- c. () conhecimento médio.
- d. () conhecimento abaixo da média.
- e. () difícil precisar esta resposta.

Descreva a área ou assunto onde você se considera um expert ou com conhecimento acima da média:

9. Em sua opinião, as suas habilidades de liderança e resultados estão em harmonia com suas características naturais?

Sim, absolutamente	Sim, na maioria das vezes	Difícil de dizer	Provavelmente não, talvez algumas vezes	Certamente não

10. Em que momento da sua vida, você imaginou pela primeira vez ter um negócio próprio:

- a) criança (até 10 anos).
- b) adolescência (até 16 anos).
- c) jovem (até 20 anos).
- d) jovem adulto (até 28 anos).
- e) adulto (até 40 anos).
- f) maturidade (acima de 40 anos).

Descreva em breves palavras a situação-ocasião em que você se imaginou com o seu negócio:

11. Seria possível dizer que para tomar uma decisão você define a escolha por si só?

Sim, absolutamente	Sim, na maioria das vezes	Difícil de dizer	Provavelmente não, talvez algumas vezes	Certamente não

12. No seu tempo livre (férias, fins-de-semana, feriados), o que você faz:

13. Você prioriza o seu auto-conhecimento?

Sim, absolutamente	Sim, na maioria das vezes	Difícil de dizer	Provavelmente não, talvez algumas vezes	Certamente não

Descreva como:

14. Em sua opinião, você é considerado com uma diferenciação superior em grupos de relacionamento?

Sim, absolutamente	Sim, na maioria das vezes	Difícil de dizer	Provavelmente não, talvez algumas vezes	Certamente não

15. Assinale para cada afirmação, a resposta que mais corresponde à sua posição.

- a. Você é um visionário, um otimista frente a vida, no fundo sabe que a vida o ajudará porque o seu projeto é um projeto que ajuda a vida.

Concordo Plenamente	Concordo em Parte	Não tenho opinião a respeito	Discordo Parcialmente	Discordo completamente

- b. Você aprende com os melhores, é interessante ver como outros fazem diferente ou melhor do que você, para com isto entender como evoluir a si próprio.

Concordo Plenamente	Concordo em Parte	Não tenho opinião a respeito	Discordo Parcialmente	Discordo completamente

- c. A sua ambição é sempre de andar a frente, de fazer mais, de ser melhor. Cada conquista sua, abre um novo espaço de realização. Você nunca está satisfeito com o que já conquistou, quer sempre dar o próximo passo em direção a ser mais, o que implica, em mais ter, mais trabalho e mais responsabilidade.

Concordo Plenamente	Concordo em Parte	Não tenho opinião a respeito	Discordo Parcialmente	Discordo completamente

- d. Para você, não é tão importante ter “razão” sobre uma questão, mas é importante fazer funcionar, dar resultado, executar o projeto. Você se “dobra” muitas vezes para não se quebrar.

Concordo Plenamente	Concordo em Parte	Não tenho opinião a respeito	Discordo Parcialmente	Discordo completamente

16. Que importância o seu negócio tem na sua vida pessoal no que diz respeito a realização: (assinale apenas uma alternativa)

- a. tem uma importância total. É o meu principal fator de realização pessoal.
- b. tem uma grande importância, porém não é o único fator de realização pessoal.
- c. tem uma importância relativa, não é o fator mais importante.
- d. o meu negócio não tem relação com o tema realização pessoal.
17. Numere por ordem crescente a importância dos fatores abaixo (1 – mais importante, 5 – menos importante) para sua vida:
- família (Pais e irmãos).
- família (Esposa, filhos, ex-esposa).
- o negócio.
- relacionamentos (amigos, colegas, etc.).
- estudos (sua formação e aperfeiçoamento).
18. Com relação ao tempo e dedicação ao seu negócio em relação ao tempo e dedicação à sua família, qual das afirmações abaixo considera mais verdadeira para você (assinale apenas uma):
- a) A prioridade total é ao meu negócio. Reservo o tempo que me sobra para minha família.
- b) Priorizo a atenção à minha família e formação dos meus filhos (se os tenho). O meu negócio tento compatibilizar com o tempo que me sobra.
- c) Tento compatibilizar um tempo equilibrado para meu negócio e minha família. Quando há uma incompatibilidade, priorizo o negócio.
- d) Tento compatibilizar um tempo equilibrado para meu negócio e minha família. Quando há uma incompatibilidade, priorizo a família.
19. 19. Qual o significado que o dinheiro tem na sua vida. Explique em poucas palavras qual o significado para você de ganhar dinheiro.
-
-
-
20. Na empresa quando você precisa tomar uma decisão estratégica importante, que pode ser fazer uma aquisição de porte, uma grande venda, etc... qual frase mais se aproxima do seu estilo de decidir (assinale apenas uma alternativa):

- a. () Avalio racionalmente todas as alternativas, consulto outras pessoas importantes (experts no assunto, colaboradores, etc...), e cercado de todas as informações tomo a decisão mais racional possível.
- b. () Sigo prioritariamente a minha percepção interior - intuição. Quando aquela situação parece me cair bem, não avalio outras alternativas, não consulto experts no assunto e decido sempre muito rápido.
- c. () Procuo equilibrar minha percepção interior com as informações analíticas que tenho disponível sobre o assunto. Na dúvida decido pelo que for mais racional.
- d. () Procuo equilibrar minha percepção interior com as informações analíticas que tenho disponível. Na dúvida decido pela minha percepção interior – intuição, mesmo que esta não seja ainda racionalmente a melhor decisão ou contrarie o senso comum.

21. Considerando a rotina do dia-a-dia, onde pequenas decisões são tomadas a todo momento. Marque a alternativa que você considera decisiva neste processo:

- a. () O volume satisfatório de informações sobre a situação é o fator preponderante para a tomada de decisão.
- b. () A sua percepção interna inicial da situação é o fator preponderante para a tomada de decisão.
- c. () A qualidade e a fonte das informações é o fator preponderante para a tomada de decisão
- d. () O consenso das pessoas envolvidas na situação é o fator preponderante para a tomada de decisão.

22. Enumere, em ordem de importância (1 – mais importante e 5 – menos importante), os elementos que você considera para tomar uma decisão:

- () As informações disponíveis nos meios de comunicação (jornais, TV, internet, etc...).
- () As informações dos colaboradores-chave.
- () As informações do cliente.
- () Sua base analítica de conhecimento do assunto.
- () Sua percepção interior – intuição da situação.

23. Você acredita que o negócio reflete diretamente o seu estado de bem estar?

Sim, absolutamente	Sim, na maioria das vezes	Difícil de dizer	Provavelmente não, talvez algumas vezes	Certamente não

Por quê?

24. Nos últimos 5 anos você teve algum problema de saúde, em que ano e qual a gravidade.

Descreva em breves palavras esta situação:

25. Resuma em poucas palavras a sua filosofia de vida:

26. Você ou sua empresa possuem iniciativas sociais (programas de apoio a educação, combate a fome e pobreza, etc...)?

Descreva brevemente algumas iniciativas:

27. O que o motivou a fazer ou a não fazer estas iniciativas sociais?

28. Com relação ao programa da ONU, denominado os “Oito Objetivos do Milênio”, você:

- a. Não sabe do que se trata.
- b. Conhece superficialmente do que se trata.
- c. Sabe do que se trata, pois já se informou sobre o assunto.
- d. Sabe do que se trata e possui iniciativas formalmente vinculadas a ONGs ligadas a este programa.

29. Quadro de indicadores de Desempenho Financeiro

	2004	2005	2006	2007	2008
Faturamento					
Margem Ebtida					
Patrimônio Líquido					

Instruções de preenchimento:

1. Os valores preferencialmente deverão ser preenchidos em reais. Se você não desejar informar os valores em reais, os mesmos poderão ser informados em percentuais, neste caso o preenchimento deve ser feito da seguinte forma:

- a. Faturamento: Deverá ser informado a evolução percentual do faturamento de um ano para outro. Assume-se 2004 como ano de referência e neste caso a evolução percentual será zero.
- b. Margem Ebitda: Deverá ser informado o % da margem Ebitda sobre o faturamento.
- c. Patrimônio Líquido: Deverá ser informado a evolução percentual do patrimônio líquido de um ano para outro. Assume-se 2004 como ano de referência e neste caso a evolução percentual será zero.

Exemplo de preenchimento:

Dados em Reais da empresa

	2004	2005	2006	2007	2008
Faturamento	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.800,00	R\$ 2.000,00
Margem Ebitda	R\$ 89,00	R\$ 150,00	R\$ 200,00	R\$ 150,00	R\$ 250,00
Patrimônio Líquido	R\$ 100,00	R\$ 150,00	R\$ 200,00	R\$ 310,00	R\$ 400,00

Dados em percentual informados no questionário:

	2004	2005	2006	2007	2008
Faturamento	0	10%	36,40%	20%	11,10%
Margem Ebitda	8,90%	13,64%	13,33%	8,33%	12,50%
Patrimônio Líquido	0	50%	33%	55%	29%

2. A Margem Ebitda, representa o somatório do lucro líquido, imposto de renda e contribuição social, depreciação e custos financeiro.

3. Os dados poderão ser colhidos da contabilidade ou de apuração gerencial, de onde você considerar que represente melhor o desempenho financeiro de sua organização.

ANEXO II – Quadro de Respostas

Num Pesquisa	1	2	3	4	6	7	7b	7c	7d	7e
1	M	54	Casado	6	1	2	4	2	2	1
2	M	28	Solteiro	6	1	2	1	4	2	1
3	M	46	Casado	4	1	2	2	3	2	1
4	M	19	Solteiro	5	1	1	1	4	2	1
5	M	45	casado	5	1	1	4	3	5	1
6	M	35	Casado	6	1	2	4	2	2	1
7	M	45	Solteiro	6	1	2	2	3	3	2
8	F	35	Divorciada	6	1	2	4	2	2	1
9	M	57	Casado	4	1	2	4	2	2	1
10	M	51	Casado	2	1	3	2	1	4	1
11	M	53	Casado	6	1	1	2	2	4	2
12	M	37	Casado	4	1	3	2	5	5	2
13	M	31	Casado	8	1	1	3	1	3	2
14	M	52	Casado	5	1	1	2	2	1	1
15	M	46	Casado	4	1	2	2	1	4	2
16	F	38	Casada	7	1	2	4	2	4	1
17	F	44	Solteira	6	1	2	2	2	4	1
18	M	46	Divorciado	7	1	2	4	3	2	1
19	F	31	Solteira	7	1	1	2	2	1	1
20	F	29	Solteira	7	1	2	4	1	1	1
21	M	28	Solteiro	5	1	2	2	2	4	1
22	M	46	Casado	5	1	2	4	2	1	2
23	M	52	Casado	3	1	1	5	5	5	2
24	M	51	Separado	7	2	1	4	2	4	1
25	M	41	Casado	3	1	1	2	2	4	1
26	M	41	Casado	5	1	1	4	2	2	1
27	M	48	Divorciado	6	2	2	4	1	2	2
28	M	57	Separado	6	5	1	3	2	2	1
29	F	32	Casada	6	1	2	2	2	2	4
30	M	69	Casado	3	1	1	2	2	2	1
31	F	44	Divorciada	7	1	2	4	2	2	2
32	M	49	Solteiro	6	1	2	4	4	4	2
33	M	57	Casado	4	3	2	2	1	1	1
34	M	49	Divorciado	7	3	2	4	1	1	1
35	F	44	Separada	6	1	2	2	2	2	2

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	1	2	3	4	6	7	7b	7c	7d	7e
36	M	48	Casado	4	1	2	2	4	4	2
37	M	45	Divorciado	7	1	2	4	1	1	1
38	F	37	Casada	7	1	2	4	2	2	1
39	F	61	Divorciada	8	1	2	5	4	2	1
40	F	48	Divorciada	8	1	2	5	2	1	1
41	F	65	Viúva	5	1	2	2	3	4	1
42	F	48	Solteira	6	1	1	4	2	1	1
43	M	48	Casado	4	1	2	2	4	2	2
44	M	60	Casado	6	1	1	1	1	1	1
45	F	51	Casada	6	1	2	2	2	2	1
46	M	63	Casado	3	1	1	1	3	2	1
47	M	47	Casado	5	1	2	2	2	3	2
48	M	27	Solteiro	6	1	2	3	3	2	2
49	M	31	União Estável	6	1	2	4	3	4	2
50	M	43	Casado	3	1	2	4	2	4	2
51	M	48	Casado	4	1	2	2	4	4	2
52	M	65	Casado	3	2	2	2	4	3	2
53	M	20	Solteiro	2	1	2	4	4	4	2
54	M	53	Casado	7	5	1	2	3	4	2
55	F	48	Casada	4	1	2	4	2	4	2
56	M	49	Casado	4	1	2	2	4	4	2
57	F	34	Solteira	4	1	2	4	3	4	2
58	M	46	Solteiro	7	1	2	1	1	4	1
59	F	39	Solteira	7	1	2	4	2	2	1
60	M	40	Casado	2	1	2	2	2	2	2
61	M	26	Solteiro	5	1	2	2	2	4	2
62	M	50	Casado	6	1	2	2	1	2	1
63	M	28	Solteiro	6	1	2	3	4	4	4
64	F	28	Casada	7	1	2	4	4	2	2
65	F	48	Casada	6	1	2	2	5	5	2
66	M	37	Casado	4	1	2	1	2	3	1
67	M	49	Casado	4	1	4	4	4	5	2
68	M	41	União Estável	4	1	2	2	4	5	2
69	F	47	Solteira	3	1	1	1	5	3	1
70	M	68	Casado	4	1	2	2	3	3	2
71	M	35	Casado	4	1	2	5	2	5	1
72	M	41	Divorciado	7	3	2	4	1	4	1
73	F	41	Casada	4	1	2	4	2	2	1

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	1	2	3	4	6	7	7b	7c	7d	7e
74	M	55	Casada	3	2	2	2	2	2	1
75	M	27	Solteiro	7	1	3	4	4	2	2
76	F	46	Casada	4	1	2	2	1	5	1
77	M	53	Casado	1	1	3	3	3	4	4
78	F	41	Casada	4	1	1	1	1	4	2
79	M	44	Casado	5	1	3	2	1	2	2
80	M	42	Separado Judicialmente	6	1	2	4	2	4	2
81	M	27	Solteiro	5	1	2	1	2	2	1
82	F	41	Casada	6	1	2	4	2	1	1
83	F	53	Casada	7	1	2	4	2	2	2
84	M	27	Solteiro	5	1	2	4	3	2	1
85	M	37	Solteiro	5	1	2	2	2	2	2
86	M	45	Casado	7	1	2	4	2	5	2
87	M	60	Casado	6	1	1	5	1	2	1
88	F	48	Casada	4	1	2	5	2	5	2
89	F	46	Casada	3	1	4	2	3	5	3
90	M	51	Casado	4	1	2	4	4	3	2
91	M	42	Casado	6	1	1	4	4	2	2
92	F	33		1	1	1	1	2	2	2
93	F	46	Solteira	3	1	2	1	4	2	2
94	F	26	Casada	6	1	2	2	4	2	2
95	M	48	Casado	4	1	2	5	1	2	2
96	F	38	Casada	6	1	1	4	4	5	1
97	F	58	Viúva	1	1	1	2	1	2	1
98	M	68	Casada	3	1	1	4	3	4	1
99	F	41	Casada	7	1	2	4	2	4	1
100	F	35	Separada	4	1	2	2	2	2	4
101	F	54	Viúva	7	1	2	4	2	2	1
102	M	49	Divorciado	4	1	2	2	1	4	1
103	F	39	Casado	4	1	1	4	5	4	1
104	F	52	Divorciada	8	1	1	5	2	2	1
105	M	32	Casado	1	1	3	5	5	5	2
106	M	41	Solteiro	7	3	1	4	1	1	2
107	M	38	Casado	5	1	2	2	3	4	1
108	M	26	Solteiro	4	1	1	4	2	4	1
109	F	37	Casada	4	1	2	2	3	4	1

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	1	2	3	4	6	7	7b	7c	7d	7e
110	M	30	Casado	7	1	2	2	4	1	2
111	M	65	Casado	4	1	2	1	4	4	2
112	F	40	Casada	6	1	2	2	4	2	2

Num Pesquisa	8	9	10	11	13	14	15a	15b	15c	15d	16	17a	17b	17c	17d
1	2	4	1	2	1		1	1	1	2	2	4	3	1	4
2	3	3	3	2	1	4	1	1	1	1	2	2	1	3	4
3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	4	1	2	3
4	2	2	1	3	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	5
5	3	1	1	5	1	5	1	1	2	1	3	5	1	3	4
6	2	2	2	2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	4	5
7	2	2	1	2	2	3	1	2	2	2	2	1	5	4	2
8	2	2	2	2	2	3	4	1	2	1	2	4	1	2	5
9	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1	2	3	2	1	5
10	2	2	2	2	1	4	1	1	1	1	2	2	1	3	4
11	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	4	2
12	3	3	3	2	3	5	4	2	2	2	2	3	1	2	5
13	5	1	1	3	1	3	4	2	1	4	1	2	1	3	4
14	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	3	5
15	3	2	4	2	2	3	1	1	1	1	1	4	1	2	5
16	1	1	3	2	1	2	1	1	1	1	2	5	2	1	3
17	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	4	5	1	3
18	1	2	4	1	1	2	1	1	1	1	1	5	4	1	3
19	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	4	5	1	3
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	5	1	3
21	2	2	3	2	2	3	2	1	1	1	1	1	3	2	5
22	3	2	4	2	1	2	2	1	2	2	2	4	1	2	5
23	3	1	4	2	2	5	2	3	1	1	2	3	1	2	4
24	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	4	5	1	3
25	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	4	1	2	5
26	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	5
27	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	5	4	1	3
28	1	2	4	2	1	2	1	1	1	1	2	5	4	1	3
29	3	2	3	4	3	2	2	2	2	1	2	3	1	2	5
30	2	1	3	2	2	3	2	1	2	1	2	3	1	2	4
31	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	2	5	4	1	3
32	3	2	4	2	2	3	2	1	1	1	1	5	3	1	4
33	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	2	5	3	1	2
34	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	4	5	1	2
35	3	2	4	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	4	3

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	8	9	10	11	13	14	15a	15b	15c	15d	16	17a	17b	17c	17d
36	3	3	4	4	2	4	2	1	2	2	2	4	1	3	5
37	1	2	1	3	2	2	1	1	1	1	1	5	4	1	3
38	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	3	2	5
39	2	2	4	1	1	2	1	1	1	1	1	4	5	1	3
40	1	2	4	1	1	2	1	1	1	1	1	5	4	1	3
41	2	1	3	1	1	3	1	2	2	1	2	4	3	2	5
42	2	1	3	2	1	3	2	2	2	1	2	2	5	2	3
43	3	2	4	4	4	4	1	2	2	2	3	2	1	3	4
44	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3	1	4
45	3	2	6	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	5	3
46	2	1	3	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	3	4
47	2	2	5	2	2	3	1	1	2	2	2	4	1	2	3
48	3	2	2	4	2	3	1	1	1	2	1	1	2	3	5
49	2	2	3	2	4	3	1	1	1	4	2	4	3	1	5
50	2	2	3	4	2	2	2	1	1	1	2	1	2	5	3
51	3	3	4	4	2	4	2	1	2	2	2	4	1	3	5
52	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	4
53	3	2	2	5	2	3	2	1	4	3	2	1	4	2	3
54	2	2	3	2	1	1	1	2	2	1	2	5	4	1	3
55	3	2	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	4	3
56	3	2	3	4	1	4	2	1	4	2	2	2	1	3	5
57	3	3	4	2	4	3	2	1	1	3	2	2	1	3	4
58	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	4	5	1	3
59	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	2	5	4	1	3
60	3	2	3	2	1	4	1	1	1	1	2	1	4	2	3
61	3	1	3	2	1	3	2	2	1	2	1	1	5	2	4
62	1	2	4	2	1	2	1	1	1	1	1	5	3	1	4
63	3	2	4	1	1	2	2	1	2	1	2	1	5	2	3
64	3	3	3	2	3	5	2	4	1	1	1	2	3	1	5
65	3	3	4	2	4	5	2	2	5	5	2	2	1	4	3
66	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2	3	1	2	5
67	3	4	4	4	2	4	1	2	2	2	2	2	1	3	5
68	2	3	3	2	2	4	4	2	2	2	2	3	5	2	4
69	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	3
70	3	2	4	3	2	4	1	1	2	1	1	1	2	3	5

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	8	9	10	11	13	14	15a	15b	15c	15d	16	17a	17b	17c	17d
71	3	1	3	4	2	4	1	1	2	1	1	1	4	2	5
72	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	3	5	1	2
73	3	2	4	2	2	3	2	1	2	1	2	5	1	2	3
74	3	2	5	5	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	5
75	3	2	5	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	3	4
76	3	2	3	2	2	3	1	1	1	1	2	2	1	3	4
77	3	2	5	5	2	4	1	1	1	1	2	1	2	3	5
78	3	2	4	2	1	5	1	1	1	1	2	3	1	2	5
79	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	1	2	4
80	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	4	5	1	3
81	3	1	3	3	2	2	3	2	1	2	1	1	5	2	4
82	2	1	3	2	2	4	1	1	1	1	1	2	1	3	5
83	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	5	3	2	4
84	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	2	3	5
85	3	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	3	5
86	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	5	4	1	3
87	2	1	2	2	2	2	1	1	4	2	2	2	1	3	4
88	3	1	5	5	2	5	5	2	2	2	2	2	1	3	4
89	5	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	1	2	4
90	3	1	4	4	2	4	1	1	2	1	2	2	1	3	4
91	3	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	3	1	2	5
92	3	2	4	5	1	3	3	1	1	1	1	2	1	3	4
93	3	2	4	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	3	4
94	3	2	4	5	1	5	1	2	2	1	1	3	1	2	4
95	2	1	2	2	4	4	5	4	1	2	2	3	1	2	4
96	2	1	3	2	1	5	3	5	1	1	2	2	1	4	5
97	2	1	4	2	3	2	1	1	2	1	3	1	2	5	3
98	2	1	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	3	4
99	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	5
100	5	1	2	2	3	3	1	1	2	1	2	3	1	2	4
101	2	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	5	4	1	3
102	3	1	3	2	1	2	1	1	1	1	2	1	4	3	2
103	3	2	4	4	2	5	3	2	3	2	2	2	1	3	5
104	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	3
105	3	4	2	5	2	4	2	4	2	5	2	2	1	3	4

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	8	9	10	11	13	14	15a	15b	15c	15d	16	17a	17b	17c	17d
106	1	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	4	5	1	3
107	3	2	2	2	3	4	2	1	2	4	2	1	2	4	5
108	3	2		2	2	4	3	1	2	2	2	1	5	2	3
109	3	2	4	2		4	3	2	2	2	2	1	3	4	5
110	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4	2	2	1	5	3
111	3	2	3	5	2	3	1	2	1	1	2	2	1	3	4
112	3	2	4	2	2	3	1	1	1	2	2	1	2	3	5

Num Pesquisa	17e	18	20	21	22a	22b	22c	22d	22e	23	24	26	29
1	2	3	4	2	4	3	5	1	2	2	Não	Sim	3
2	5	3	1	3	5	3	1	2	4	2	Não	Não	3
3	5	4	3	2	5	3	4	1	2	1	Não	Não	2
4	4	3	1	1	5	2	4	1	3	1	Não	Não	1
5	2	3	3	1	4	2	5	1	3	1	Não	Não	3
6	3	3	3	4	5	3	4	1	2	2	Sim	Sim	3
7	3	4	1	4	3	2	1	4	5	5			2
8	3	3	3	3	4	2	1	3	5	2	Não	Não	2
9	4	4	3	2	5	4	3	1	2	2	Sim	Sim	2
10	5	1	4	2	5	2	3	4	1	1	Não	Sim	2
11	5	2	1	1	3	2	5	1	4	2	Não	Não	1
12	4	3	3	1	5	3	4	1	2	2	Não	Sim	2
13	5	4	1	3	5	3	4	2	1	5	Não	Não	1
14	4	1	1	3	3	2	5	1	4	1	Sim	Não	1
15	3	3	1	3	1	4	3	2	5	2	Sim	Sim	2
16	4	3	4	2	5	3	2	4	1	1	Não	Não	3
17	2	1	4	2	5	3	4	2	1	1	Não	Não	3
18	2	1	4	2	5	3	4	2	1	1	Sim	Sim	3
19	2	1	4	2	5	3	4	2	1	1	Sim	Sim	4
20	2	1	4	1	5	4	3	2	1	1	Não	Sim	4
21	4	1	3	1	5	3	4	1	2	1	Não	Não	1
22	3	4	3	4	5	1	4	3	2	2	Não	Sim	2
23	5	4	1	1	5	1	3	2	4	4	Não	Não	2
24	2	1	4	2	5	3	4	2	1	1	Não	Sim	4
25	3	3	3	1	5	3	4	1	2	1	Não	Não	4
26	4	3	1	1	5	4	3	1	2	1	Não	Não	3
27	2	1	4	2	5	2	3	4	1	2	Sim	Sim	4
28	2	1	4	2	5	3	4	2	1	1	Não	Sim	4
29	4	4	3	2	5	2	3	4	1	1	Não	Sim	3
30	5	4	3	3	1	2	4	5	3	1	Sim	Sim	3
31	2	1	3	3	5	4	2	3	1	1	Não		4
32	2	3	1	3	5	4	2	1	3	1	Não	Não	2
33	4	3	4	2	5	3	4	2	1	1	Não	Sim	2
34	3	1	4	2	5	3	4	2	1	1	Não	Sim	4
35	5	4	3	2	3	2	5	1	4	1	Não	Não	1

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	17e	18	20	21	22a	22b	22c	22d	22e	23	24	26	29
36	2	4	1	3	5	2	3	1	4	2		Não	1
37	2	1	4	2	5	4	3	2	1	1	Sim	Sim	4
38	4	3	4	2	5	3	2	4	1	1	Não	Sim	3
39	2	1	4	2	5	4	3	2	1	1	Não	Sim	2
40	2	1	4	2	5	4	3	2	1	1	Não	Sim	4
41	1	3	2	1	5	2	4	3	1	2			2
42	4	3	1	1	5	4	1	2	3	1	Não	Não	2
43	5	4	1	3	1	4	3	2	5	2	Não		1
44	2	1	2	2	5	4	3	2	1	1		Sim	2
45	4	4	3	3	5	4	1	2	3	2		Sim	1
46	5	3	1	4	5	2	3	1	4	2	Sim	Não	1
47	5	3	3	2	5	2	4	3	1	1	Não	Sim	2
48	4	1	1	4	3	2	4	1	5	1	Não	Sim	2
49	2	1	3	3	5	3	2	1	4	2	Não	Não	2
50	4	3	1	1	5	1	4	2	3	2	Sim	Sim	2
51	2	4	1	3	5	2	3	1	4	2		Não	1
52	5	3	2	2	1	3	4	2	5	2	Não	Não	2
53	5	4	1	3	3	2	1	4	5	1	Não	Não	2
54	2	1	4	2					1	1	Não	Sim	4
55	5	3	1	1	2	3	4	1	5	2	Não	Não	2
56	4	1	1	4	5	3	4	1	2	2	Sim	Não	2
57	5	3	3	3	4	2	3	1	5	2	Não	Não	2
58	2	1	4	2	5	3	4	1	2	1	Não	Não	4
59	2	1	4	2	5	4	3	2	1	2	Não		3
60	5	1	1	2	4	2	3	5	1	2	Não	Sim	2
61	3	4	3	3	5	4	1	2	3	2	Não	Não	3
62	2	3	4	2	5	3	4	2	1	1	Não	Sim	2
63	4	3	1	3	4	1	2	3	5	3	Não	Não	1
64	4	3	1	3	4	2	5	1	3	2	Sim	Sim	2
65	5	4	2	1	3	1	2	5	4	2	Não	Não	1
66	4	4	4	2	5	4	1	2	3	2	Não	Sim	1
67	4	4	3	4	5	1	3	2	4	2	Não	Não	1
68	1	3	3	1	1	3	2	5	4	2	Não		1
69	5	1	4	2	4	2	3	1	5	1	Não	Sim	1
70	4	4	1	4	4	1	3	2	5	1	Sim	Sim	2

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	17e	18	20	21	22a	22b	22c	22d	22e	23	24	26	29
71	3	3	1	1	4	1	3	2	5	1	Não	Sim	2
72	4	1	4	2	5	3	4	2	1	1	Sim	Sim	3
73	4	3	1	1	2	3	4	1	5	1	Não		1
74	4	3	1	2	4	1	5	2	3	1	Não	Sim	3
75	5	4	3	3	1	3	4	2	5	2	Não	Não	3
76	5	1	1	1	5	2	1	3	4	1	Não	Sim	4
77	4	3	1	2	5	3	4	2	1	1	Não	Não	2
78	4	4	2	3	5	2	4	3	1	1	Não	Não	2
79	5	3	2	2	5	2	3	1	4	2	Sim	Não	2
80	2	1	4	2	5	3	4	1	2	1	Não	Sim	3
81	3	3	1	3	5	3	1	2	4	2	Não	Não	1
82	4	1	1	1	1	3	5	2	4	1	Não	Sim	2
83	1	1	4	2	5	3	4	2	1	1	Não	sim	4
84	4	1	1	1	5	1	4	2	3	2	Não	Não	1
85	4	3	3	2	5	4	3	1	2	2	Não	Não	1
86	2	1	4	2	5	3	2	4	1	1	Não	Sim	2
87	5	4	1	1	5	2	3	1	4	2	Não	Não	1
88	5	4	1	1	3	1	4	2	5	2	Não	Não	3
89	5	4	3	4	5	3	2	1	4	2	Sim	Não	1
90	5	4	1	1	4	3	2	1	5	2		Não	1
91	4	3	4	4	5	2	1	4	3	2	Não	Não	1
92	5	4	1	4	1	4	2	3	5	1	Não	Não, mas já teve	2
93	5	3	1	3	2	1	3	5	4	2			1
94	5	4	1	4	5	2	3	1	4	1	Não	Não	3
95	5	1	2	1	5	4	3	2	1	1	Não	Sim	2
96	3	3	3	3	5	2	3	1	4	1	Não	Sim	3
97	4	4	3	2	5	4	3	2	1	2	Não	Sim	1
98	5	2	3	3	5	1	4	2	3	2	Sim	Sim	2
99	2	3	4	2	5	4	2	3	1	1	Sim	Sim	4
100	5	3	3	2	5	4	3	2	1	1	Sim		1
101	2	1	4	2	5	4	3	2	1	1	Não	Sim	4
102	5	3	2	2	5	3	4	1	2	1	Não	Não	1
103	4	2	3	3	2	5	1	4	3	2	Não		3

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	17e	18	20	21	22a	22b	22c	22d	22e	23	24	26	29
104	2	1	2	2	5	4	2	3	1	1	Não	Sim	3
105	5	4	3	3	4	2	1	3	5	1	Sim	Não	1
106	2	1	4	2	5	4	2	3	1	1	Não	Sim	4
107	3	3	1	1	5	2	4	1	3	4	Sim	Sim	2
108	4	3	1	4	4	1	2	3	5	2	Não	Sim	2
109	2	4	1	1	5	4	1	2	3	2	Não	Não	1
110	4	4	1	2	5	3	4	1	2	2	Não	Não	1
111	5	4	1	1	5	4	1	2	3	2	Não		2
112	4	3	1	3	4	3	1	2	5	2	Não	Sim	3

Num Pesq	Questão 5	Questão 8a
1	Joalheria (indústria, comércio e Serviços)	O campo em que atuo é a fabricação de jóias (principal). Conheço muito sobre jóias (leitura e convivência com outros profissionais), mas acredito que aprendemos a vida toda.
2	Escritório Contábil	
3	Agropecuária	Vendas - conhecimento sobre produtos - compras - atendimento - visão de trabalho
4	Confecção roupas íntimas	Na minha área sei de tudo um pouco, mas procuro fazer o melhor de mim, por isso me sobressaio em relação ao que faço. Área = Administração - confecções de roupas íntimas
5	Fotográfico	
6	Gráfica/Papelaria	Finalização/vetorização artes gráficas - mercado financeiro - mercados competitivos
7	Ferragem/Mat.Construção /Agropecuária	
8	Agência de Viagens	Conhecimentos operacionais, mercado, específicos de planejamento turístico.
9	Comércio de Combustíveis	Na área de compra e venda e na área de relacionamento com o cliente.
10	Materiais de Construção	Na área prática das obras
11	Supermercado	
12	Comércio de Calçados	
13	Comércio de combustíveis	Vendas
14	Comércio de alimentos	Na administração
15	Materiais de Construção	Todas as atividades desenvolvidas na empresa eu me considero com um bom conhecimento.
16	Consultoria Jurídica	No conhecimento jurídico da legislação, jurisprudência, e doutrina da tecnologia, bem como na arbitragem ligada a tecnologia
17	Decoração/Ambientação/ Cenografia e Arte Floral	Composição de flores, paisagismo, decoração, arte, líder, cultura humanista, Ontopsicologia;
18	Produção e Comercialização Sementes de Arroz	Na gestão de produção e de processos industriais de semente de arroz.
19	Design e Comunicação	Design estratégico de comunicação
20	Moda	Administrativo, produção de moda, organização eventos, relações exteriores, línguas, dar aulas.

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 5	Questão 8a
21	Área da Saúde	Administração Hospital nas áreas de Gestão de Custos, Planejamento Estratégico e Faturamento
22	Centro de Formação de Condutores	
23	Comércio de Pneus	
24	Agricultura	Acho que tenho conhecimento bom em produzir em grande escala e na qualidade.
25	Importação e Exportação	Na engenharia mecânica e no comércio
26	Materiais de Construção	Vendas
27	Agricultura	Na produção de arroz em todas as fases, na compra de insumos, na venda da produção.
28	Calçados	Administrativo/Financeiro, comercial e marketing.
29	Pré-moldados	
30	Comércio artigos para caça, pesca e camping	O profissional tem obrigação de ter pleno conhecimento do produto que vende.
31	Medicina - Especialidades de Dermatologia e Nutrologia	Considero o meu diferencial mais importante estar ligado ao fato de que combino conhecimento de Dermatologia com outras áreas que não são sequer consideradas pela maioria dos meus colegas dermatologistas: Medicina metabólica (anti-envelhecimento) e Psicologia.
32	Serviços e assessoria contábil	
33	Agronegócio e geração de energia elétrica - Biomassa	Área de produção e industrialização de arroz
34	Distribuição da Máquinas Agrícolas e Caminhões	Como montar e administrar uma rede de distribuição de veículos automotores
35	Micro empresa	
36	Comércio de acessórios para carros	
37	Logística	Transporte rodoviário de cargas, operações de logística reversa, planejamento e implantação de soluções logísticas.
38	Consultoria de Seleção de Executivos	Na área em que atuo: seleção de profissionais.

Continua.

Continuação

Num Pesq	Questão 5	Questão 8a
39	Escola de Música	Área da educação musical. Envolve conhecimento específico dos conteúdos da área da música, didática e pedagogia musical, experiência diversificada em relação às diferentes faixas etárias, atuação na rede pública e privada, atendimento individual e grupos, treinamento à professores do ensino regular, realização do programa de educação à distância sobre cultura musical. Formação em licenciatura em música e pedagogia, especialização em avaliação educacional, muitos seminários avançados sobre questões relacionadas ao aprendizado e desenvolvimento musical, mestrado em educação. Atividade atual: coordenação da escola de música, na qual sou proprietária.
40	Consultoria Empresarial	Consultoria focada em gestão empresarial e desenvolvimento de recursos humanos.
41	Hotelaria	Desenvolvimento de processos de gestão com resultados de desempenho de pessoas e metas.
42	Farmácia	Medicamentos
43	Pousada	
44	Rádio - Jornal - Pecuária	
45	Comércio de calçados	
46	Fotografia e Bazar	Fotografia, cinema, teatro e artesanato.
47	Comércio e confecções de calçados	Na comercialização de calçados
48	Indústria de móveis	
49	Metalúrgica	
50	Panificação	No ramo da panificação
51	Comércio de acessórios para carros	
52	Beneficiamento de arroz	
53	Materiais Elétricos	Informática, eletrônica
54	Restaurantes Corporativos	
55	Restaurante	Gastronomia
56	Auto Peças - Prestação de Serviços	No controle das finanças da minha firma
57	Material Escolar e Bazar	
58	Mobiliário Corporativo	Me considero acima da média nas áreas de piso elevado, arquivo deslizante, mobiliário, cadeiras e poltronas, poltronas para áreas como teatro, cinemas, auditórios, divisórias e serviços para as áreas.

Continua.

Continuação:

Num Pesq	Questão 5	Questão 8a
59	Gestão do Conhecimento	Planejamento Estratégico, gestão organizacional
60	Sistemas de Segurança	
61	Comércio e Prestação de serviços (Automóveis)	Técnicas Mecânicas
62	Agricultura	Na racionalização da lavoura de arroz irrigado: sistema de gestão com qualidade total, gestão ambiental, gestão de pessoas, mudança na maneira de cultivar o solo, racionalização das estações de bombeamento para irrigação; cuidado: da semente, cultura, colheita, secagem, armazenagem, beneficiamento e comercialização. Deste estilo nasceu o arroz ecobiológico com até 6.500 Angstrons de energia.
63	Escritório Contábil	
64	Farmácia	Atenção Farmacêutica
65	Comércio de Produtos Agropecuários	
66	Estúdio Fotográfico	Informática
67	Joalheria	
68	Comércio e P.Serviços (antenas parabólicas)	
69	Confecções, Brinquedos e Bazar	
70	Serviço de Radiodifusão	
71	Loja, Bazar. (Marta Presentes)	
72	TI	TI, negócios, economia, gestão, pessoas, cultura geral
73	Calçados, Confecções e materiais esportivos	
74	Metalúrgica	
75	Farmácia	Interpretação de receitas médicas, indicação terapêutica.
76	Padaria e Confeitaria	
77	Materiais de Construção	
78	Confecções	
79	Comércio hoteleiro	
80	Agropecuária	Exerço atividade profissional na área de produção de arroz irrigado, no entanto tenho muita facilidade em ocupar cargos de representatividade na área de liderança nas questões de política setorial, onde sou bastante reconhecido.

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 5	Questão 8a
81	Academia de Ginástica	Na profissão de educador físico, considero saber um pouco mais aprofundada a modalidade de musculação.
82	Revenda de carros	Na área de vendas
83	Educação	Desenvolvimento e formação de jovens
84	Informática	
85	Informática, telefonia, prestação de serviços	Na área de vendas me considero acima da média
86	Restaurante	No liderar e fazer acontecer uma idéia ou vendê-la
87	Escritório Odontológico	Na área de odontologia restauradora estética
88	Prestação de serviço	
89	Metalúrgica	
90	Agropecuária	
91	Fabricação de móveis sob medida	
92	Instituto de Beleza	
93	Vestuário	
94	Farmácia	
95	Alimentação animal	Nenhum a não ser a de atuação.
96	Centro Automotivo	Setor Administrativo, RH, Marketing
97	Confecções, cama, mesa e banho	Toda venda depende de uma boa compra
98	Tecidos e confecções	Nos setores de compra e venda
99	Farmácia de Manipulação	Área de plantas medicinais, estética, tratamentos com óleos essenciais, cuidados personalizados com ativos da natureza.
100	Confecção	
101	Moda	Matéria prima e Produto. Modelagem e Corte. Apurada percepção do que melhor se adéqua a cada cliente.
102	Comércio de materiais em geral	Vendas
103	Informática, recarga de toner e cartuchos	Recarga de toners, cartuchos
104	Empresa Têxtil	Sou empresária, e fabricante de produto têxtil. Me considero uma expert neste assunto, porém sempre muito atenta ao mercado e as mudanças que ocorrem neste segmento.
105	Supermercado	Acredito ser bastante sensível às preferências de meus clientes.

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 5	Questão 8a
106	Tecnologia da Informação	Processos de <i>Outsourcing</i> e gestão de pessoas
107	Alimentos (Cereais)	
108	Fábrica de moveis sob medida	
109	Comércio de Calçados e bolsas	
110	Produtos Veterinários	Cirurgia Veterinária Geral e Clínica
111	Joalheria	No ramo de óptica

Num Pesq	Questão 10a	Questão 12
1	Meu tio-avô tinha armazém de "secos e molhados" eu gostava muito daquela "convivência" com diferentes pessoas e o movimento de compra e venda de produtos.	Hoje, estudo e trabalho. Porém, penso que seria importante a maneira como fazia a anos atrás; reservava este tempo para o lazer. (esporte, camping na adolescência) e depois sempre leitura.
2	Durante a faculdade	Pratico esportes, estudo e trabalho em algumas épocas
3	Eu era funcionário da empresa depois comprei a própria empresa	Descanso - assisto - vou a praia (verão) - viajo - jantar com amigos - vou a festas
4	Meu pai tem um negócio próprio, meu sonho foi sempre seguir o que ele começou, tomando conta dos negócios	Passo com família, jogo bola, saio com os amigos
5	Sempre tive pensamento próprio sobre as coisas e serviços.	Viagens com a família, esporte.
6	Quando comecei a frequentar festas e visualizei uma oportunidade de montar uma empresa de sonorização e iluminação.	Gosto de esportes de aventura - passeios motociclísticos - estudo
7		
8	Não sei precisar o momento certo, sempre me senti empreendedora, em busca e o negócio apareceu naturalmente.	Meu trabalho é proporcionar férias e lazer para as pessoas, portanto, trabalho um pouco na contra - mão de férias e finais de semana, mas quando tenho um tempo livre, procuro, descansar mesmo, ler um livro, ver um filme.
9	Depois de servir o exército, passou pela minha cabeça começar um negócio próprio.	Nas férias procuro ir para a praia e nos fins de semana prefiro a fazenda e comer um bom churrasco.
10	Quando me encontrava sozinho	Pratico esportes, participo de eventos sociais
11		
12	Já trabalhava com consertos de calçados, surgindo então a oportunidade de fabricar e comercializar o produto. Em 1998, tendo em vista o pequeno número de lojas na cidade ampliei meu negócio.	Atividades de lazer com a família e aproveito também para organizar o meu trabalho.
13	Quando vi que tinha vocação	Cerveja, carne e ver o grêmio
14		Quase não tenho tempo livre

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 10a	Questão 12
15	Quando trabalhava de empregado numa cooperativa da região, procurava adquirir conhecimentos para montar algum negócio próprio.	Caminhadas ecológicas, pescarias, praticar esportes, com a família, descansar.
16	Quando trabalhei em um escritório de advocacia como estagiária e tive dificuldades em levar o negócio como eu queria, implantar minhas idéias, tive certeza que para fazer do meu jeito, prestar o tipo de consultoria que eu almejava, somente tendo meu negócio próprio	As minhas férias são de dois tipos: Tiro férias com a família somente de lazer e também tiro férias sozinha, onde sempre alio algum curso ou aprendizado diferente que relaxe e me traga algum ganho novo
17	Quando criança imaginava ter meu próprio negócio, não tinha claro em que área, já sabia o que eu não queria, que era ser uma professora primária ou funcionária pública que era as opções de vida na época.	Estudo, faço cursos, viajar a estudo, ler sobre assuntos interessante, arte entre outros, assistir filmes, fazer jardim, tomar banho de mar ou cachoeira, caminhar na mata; andar a cavalo;
18	Logo que me formei em agronomia, fui trabalhar na empresa de meu pai e irmão. Vi que existiam situações de tensão, que não seria algo muito prazeroso à longo prazo.	Atualmente, nos últimos 4 anos tenho trabalhado muito. Entendo que perdi muito tempo. Preciso recuperar um pouco para em breve estar bem melhor.
19	Eu desenhava catálogos de moda, de decoração interior, paisagens, e organizava a decoração e programação cultural de eventos familiares. Como sempre me pediam para fazer desenhos eu já sabia que ia trabalhar com isso no futuro.	Continuo trabalhando e estudando, mas também visito exposições de arte, concertos na Sala São Paulo, visito livrarias, procuro referências da minha área, pinto, desenho.
20	Na realidade eu já fazia negócio desde criança – eu locava meus brinquedos aos coleguinhas, vendia sucos, fazia roupas de bonecas e vendia, lavava louça para ganhar uns trocos em casa etc.	Trabalho sempre, estudo, cuido de mim, cozinho, boto minha casa em ordem, ando a cavalo. Nunca estou parada, se não me sinto muito mal sem produzir e realizar algo para mim e para as empresas que atuo.
21	Sempre que surgiu uma dificuldade ou uma necessidade de algum produto.	Leitura, e principalmente atualização dos conhecimentos da minha área.
22	Quando assinei o primeiro contrato da firma.	Trilhas, motocross, futebol, viagens.
23	Trabalhei 15 anos em uma empresa, quando me demitiram coloquei meu próprio negócio.	Praia, Pescar, viajar

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 10a	Questão 12
24	Quando ouvia algo no assunto de produção de arroz e de máquinas eu ficava sonhando, querendo ser igual.	Estudo, trabalho, viajo, amigos
25	Quando fiz meu primeiro negócio e vi que deu certo.	Aproveito para viajar e conhecer outros lugares
26		Esportes e Viagens
27	Trabalhando forte na lavoura eu queria ter o comando, mas era lavoura familiar.	Viagens, cursos intelectuais, lazer
28	Quando me senti capaz de assumir e fazer	Atividades físicas, esportivas, jardinagem, cursos de formação, estudo individual.
29	Sempre trabalhei com meu pai em suas empresas (empresa familiar) e me sentia bastante limitada nas minhas iniciativas, não tinha voz ativa o que me reprimia. Então, sempre imaginei ter meu próprio negócio para ter liberdade de decisões e práticas administrativas.	Atualmente, como tenho filhos muito pequenos, disponho do tempo livre para fazer atividades e passeios com eles. E, se possível ler.
30	Incentivo de amigos	Conhecer outras regiões do estado e do Brasil.
31	No terceiro ano de Medicina eu escolhi que faria Dermatologia e que trabalharia de modo autônomo na minha própria clínica. Mais precisamente tive a visão disto na primeira aula de dermatologia. Senti a praticidade e a beleza desta especialidade.	Divido entre as seguintes atividades: leitura de obras que não estão diretamente ligadas aos meus estudos profissionais ou viagens de estudo não ligadas à medicina. Atividade física (reservo 3 horários por semana). Jardinagem(cultivo algumas flores e temperos) .Criação de alguns modelos (eu não os costuro, mas gosto de me dedicar a encontrar tecidos especiais e descobrir em que modelos eles caem bem).
32	Na verdade, nunca imaginei ter um negócio próprio, porque o meu negócio quase que obriga a se tornar um empresário, ou seja, um profissional liberal, ter um negócio próprio	Geralmente, leio revista, e meu hobby preferido é trabalhos domésticos, tais como: horta, pomar e outras jardinagens.
33	Em dois momentos, no fechar o primeiro negócio de aquisição da lavoura e na efetivação da primeira colheita.	Ler um bom livro.
34	Nasci dentro de uma loja, isto sempre esteve na minha mente	Faço esportes, leio, estudo, me encontro com os amigos

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 10a	Questão 12
35	Resolvi dar segmento para ter uma seqüência no patrimônio da família.	Viajo
36		Jogo futebol, pescaria
37	Ao observar meu pai trabalhando na empresa transportadora fundada por meu avô em 1941. Não pensava em “trabalhar na empresa”, mas em “ter uma empresa como aquela”.	Trabalho, estudo, e leio. Se viajo, é para trabalhar ou estudar.
38	Não lembro exatamente a situação. Lembro que na minha infância eu tive três casas de bonecas, em nenhuma eu brinquei de bonecas, elas foram todas: sede dos detetives ou sede do clube do bairro ou loja.	Viajo, gosto de conhecer lugares diferentes, de viver um pouco do comércio do modo de vida de cada lugar, principalmente de cidades pequenas. Leio, faço dança flamenca, fico junto à natureza
39	Ao ouvir a profusão de sons que me chegava aos ouvidos durante a faculdade de música, descobri que era este o campo que queria atuar. Poderia levar às pessoas o contato, a inteligência e a beleza da arte musical, como meio de evolução humana.	Assisto concertos, filmes, caminho, leio, estudo e sempre trabalho.
40	Quando era estudante universitária, observando o desempenho de alguns profissionais bem sucedidos na área em que havia decidido atuar, e com os quais tive oportunidade de interagir e aprender na época.	Estudo, trabalho e sempre concilio lazer com atividades de formação e desenvolvimento pessoal e profissional
41		Vou para minha casa de praia sozinha faço caminhadas, escuto musica ,leio e curto minha horta e meu jardim.
42		Trabalho muito
43		
44		Unir o útil ao agradável - bom churrasco para reunir amigos e discutir o amanhã.
45	Após a aposentadoria para me manter na ativa e desempenhar nova função.	Cuido das minhas plantas, visito amigos, olho algum filme ou leio um livro.
46	Quando comecei a trabalhar, após ter saído do internato	Fotografo, curto a natureza passeio e cuido do meu sítio, escuto a natureza.
47	No momento em que fui "mandado embora do serviço público" via PDV	Passeio com a minha família

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 10a	Questão 12
48	Em função da família estar no ramo moveleiro tive oportunidades de seguir neste ramo e principalmente em abrir outras fontes de negócios.	Passeios, Futebol e praia
49	Quando optei por fazer ADM	Viajo
50	Viajando com a família, onde decidimos fundar a empresa e entrar no mercado.	Saio com a família, descanso, trabalho
51		Jogo futebol, pescaria
52		Ficar com família
53		Descanso, planejo o outro dia
54		Procuro contato com a natureza
55	Todos temos um objetivo na vida	Passeio com família
56	Já trabalhava no comércio de meus pais e daí surgiu a ocasião de montar outro comércio com meu irmão que dura até hoje	Descansar
57		Aproveito para ficar com a família
58	Desde criança já tinha uma veia para os negócios, aos 14 quando comecei a trabalhar já tinha vontade de crescer, a ambição de sempre querer mais.	É muito difícil tirar férias sempre procuro unir negócios, estudo e lazer juntos numa trip só.
59		Estudo, leio, conheço novos lugares, converso com pessoas interessantes, participo de eventos que me proporcionem crescimento profissional e pessoal
60	Quando observei a necessidade desse tipo de empresa na região	Passeio com o filho
61	Quando percebi que em minha cidade havia carência na área em que atuo hoje	Viagens, Eventos
62	Desde os tempos de adolescente trabalhava com meu pai e nunca me imaginei sendo empregado, sempre tive determinação própria e aprendi a entender que ser diferente tem um preço, e ser dono do próprio negócio também. O marco inicial foi em uma entrevista em 2000 em Lizori	Como não me preocupo se é final de semana ou feriado ou tempo de férias, procuro criar o tempo livre a medida da minha necessidade. Na maioria das vezes estudo, faço pequenos consertos em casa, ordeno minhas coisas, penso mais, e sempre dou continuidade a alguma coisa do trabalho. Está no DNA.
63		Leio, pratico esportes, saio com os amigos, namoro

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 10a	Questão 12
64	Quando estava na faculdade (2000 - 2004) pensava em ter o meu próprio negócio, depois me formei e não pensei mais no assunto, até que apareceu uma farmácia a venda, daí me interessei novamente.	Viagens, estudo, família
65	Ao concluir o curso superior apareceu uma agropecuária para ser vendida e com a ajuda do meu pai realizei o negócio.	Nas férias descanso geralmente numa praia, fins de semana e feriados vou para uma propriedade rural.
66	Quando surgiu oportunidade - necessidade.	Viagens
67	Colégio	Passear com a família
68		
69		Passeios
70	Na ocasião em que foi feita parceria para a instalação da emissora há 35 anos atrás.	Sempre que posso estou presente nos eventos nos fins de semana ou então leitura para estar atualizado.
71		Fico por casa e faço algumas viagens.
72	Como eu tinha familiares que tocavam seus próprios negócios, isto sempre foi algo presente, não existe um momento especial	Amigos, viajo, TV, leitura, música, shows, namoro, boas jantãs, esportes.
73	Ocasão em que perdi um emprego de 12 anos na mesma empresa	Curto o máximo a minha família (marido e dois filhos q amo d+++)
74		Afazeres da casa
75	Estabilidade Financeira e emocional	Leio, viajo, família
76		Viajar, curtir minha casa, visitar família
77		
78		Praia, passeio, casa
79	Em dar andamento aos negócios da família	Tento divertir-me com esporte, lazer
80	Desde a infância vivi no meio da produção agrícola, filho de um empreendedor, sempre imaginei ter meu próprio negócio, jamais me vi como funcionário.	Hoje, ocupo meu tempo na maioria das vezes para recolhimento e estudos. Eventualmente reuniões com amigos restritos.
81	Sempre imaginei assim, penso que influência veio da família, por ter negócio próprio.	Prática de esportes
82		Caminhada

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 10a	Questão 12
83	Estava brincando com minhas amigas, eu dirigia o grupo nas atividades	Nas férias faço viagens culturais e de estudo. Em finais de semana e feriados costumo estudar ou realizar algum trabalho relacionado com os meus projetos
84	A partir do momento que cansei de pedir e notei que sou capaz	Família
85	Quando no ano de 1990, fui abrir um negócio próprio em Porto Alegre. Após isso, tive várias idéias e aos poucos fui colocando-as em prática.	Depois de vários anos somente me dediquei ao trabalho. Ultimamente tenho dedicado os domingos à família.
86	Na infância, quando eu colhia e vendia pinhão, frutas e pássaros de estimação. Domava juntas de bois e novilhas, nas horas de folga, recebendo por esse trabalho	Estudo, viajo, trabalho, ando a cavalo, faço boas refeições e tomo bons vinhos
87	No momento em que optei pela minha profissão	Proporciono-me lazer
88		
89		Viajo para ver minha família
90		Cuido da chácara, praia, as vezes viajo
91	Quando cursava a faculdade	Gosto de viajar, conhecer lugares bonitos, tirar fotos. Nos fins de semana fazer pesquisas na internet sobre o meu ramo de negócio e sobre carros.
92		Fico em casa trabalhando e olho televisão
93		Descanso, assisto filmes, leio, viajo
94	Nunca tinha me imaginado. Aconteceu porque estava no momento certo.	Descanso
95	No primeiro emprego em uma loja de baterias	Geralmente trabalho, mas nas poucas folgas aproveito a família
96	Na verdade eu já nasci para ter meu próprio negócio, nasci para vencer. E com certeza, ainda vou realizar muito mais, vou fazer meu mestrado que tanto sonho e me dedico.	Leitura, passeio, descansar, visitar os pais
97	Como empregada me achei com capacidade para gerenciar	Procuo ler para me organizar e ver bons programas que me causam satisfação, principalmente espiritual.
98	Quando não tinha condições de trabalhar na lavoura decidi por outra profissão.	Partilhar o tempo com a família e visitas a idosos e doentes

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 10a	Questão 12
99	Desde o momento que escolhi o curso que iria fazer na faculdade, pois queria farmácia mas não sabia qual, pensei em laboratório de análises que era das 3 a mais difícil de passar e então depois poderia migrar para a outra. Pensava que queria ter a minha empresa nesta área da saúde.	Estudo, busco algumas coisas que me dêem prazer de fazer e principalmente o contato com a natureza que me renova
100	Sempre que brincava era quem vendia as mercadorias	Não estou conseguindo tirar férias, e nos fins de semana, família
101	Ingressei na Empresa Comercial Grazziotin SA. , (empresa com mais de 1000 funcionários), aos 16 anos e aos 20 anos quando chefiava a Seção de Recrutamento e Seleção de Pessoal, já havia tido quatro promoções e, no decorrer deste período pensava em montar a minha própria Empresa de RH	Atendo na loja em POA, vou para o Recanto Maestro, estudo
102	Necessidade de trabalhar, foi uma opção de vida	Assista TV, jogo futebol e cartas
103		Curto a família
104	Quando criança desde os 6 e 7 anos e com uma família numerosa estávamos passando por uma situação difícil. Foi quando meus pais iniciaram um novo trabalho de fazer salgados e doces para festas. Isso me possibilitou entender que o trabalho é um bem, e que é capaz de gerar melhoria e bem estar. Nesse momento desejei , com muita força ter um negócio ou talvez desejei aquele negócio que naquele momento proporcionava uma estrada e uma luz para a minha vida	Priorizo minha formação pessoal e juntamente com isso tenho lazer, encontro amigos, me divirto, viajo, faço aquilo que eu quero e gosto.
105	Sou bastante sonhador, talvez isso me fez acreditar em ter meu próprio negócio.	Procuro repouso ao lado de minha família

Continua.

Continuação.

Num Pesq	Questão 10a	Questão 12
106	Quando em contato com outras experiências profissionais não consegui me enxergar dentro de uma empresa fazendo carreira. Fiz esta avaliação em todas as empresas pelas quais passei como funcionário, inclusive a Meta. Durante o desenvolver de minhas atividades eu constantemente avaliava meus superiores e não conseguia visualizar nexos com a minha ambição	Sempre procuro alguma atividade de desenvolvimento pessoal. Sobretudo nos últimos 8 anos, o meu lazer está sempre em conjunto com atividades de desenvolvimento, como auto-formação ou até mesmo outras atividades como consultoria Foil e professor de disciplinas Foil
107	Quando participava das negociações de venda de arroz junto ao meu pai.	Gosto de conhecer lugares junto com a família e amigos.
108	Na verdade não assinalei a anterior pois a empresa foi fundada pelo meu pai	
109		Fico em casa pois moro fora da cidade. Lazer
110	Nunca tinha imaginado ter meu próprio negócio, até surgir a oportunidade de fazê-lo.	Viajo, pratico esportes, curto a família
111	Como jovem do interior, a gente sempre pensa em crescer, sair daquela vida pacata de interior.	Fico com a família, cuido do pátio, da horta, pomar e também gosto de jogar cartas, nas férias vou a praia.
112	Por ocasião do casamento e pela independência financeira	Descanso e freqüentemente me encontro com meus irmãos

Num Pesquisa	Questão 13a	Questão 19
1	Na profissão. Melhor dito: o auto-conhecimento sempre busquei através da leitura (psicologia - Freud, sociologia, história) e reflexão.	Já acreditei na utopia de viver numa sociedade que valorizasse o ser o não o ter. Hoje o dinheiro significa para mim acesso a cultura, felicidade, realização pessoal.
2	Lendo revistas, fazendo cursos, estudando e na internet	Quero ganhar dinheiro o suficiente que de para eu poder fazer tudo que gosto e poder sustentar minha família (futuramente), proporcionando aos meus filhos uma excelente educação
3	Coloco em prática no meu estabelecimento comercial	Sem dinheiro não se vive - dinheiro não é tudo, mas quase tudo
4	Procuro estar sempre atualizando nas tendências do mercado	Para mim ganhar dinheiro é uma consequência do trabalho se você faz o melhor de si, melhor será recompensado.
5	É importante que para você poder entender o novo, ou seja, as novidades que surgem você deve ter no mínimo uma auto-suficiência para gravar e entender esta novidade.	Processo natural de um trabalho realizado com qualidade e profissionalismo
6	Antes de cada decisão sempre penso muito a respeito. Depois de cada decisão sempre procuro refletir e aprender com ela. Outro ponto importante é a meditação.	O dinheiro é apenas um dos meios para a realização pessoal. Ganhar dinheiro é como uma recompensa por algo que fiz.
7		
8	Fazendo cursos na área, lendo, me informando sobre as tendências do mercado e fazendo terapia.	Muito importante, ganhar dinheiro é realização, é resultado do trabalho, garantia de sucesso.
9	Sempre que faço um negócio que envolva um valor razoável procuro ter conhecimento da coisa.	Significa viver a vida com dignidade, prazer, possuir bens, imóveis, viajar, alimentar-se bem.
10	Sinais que o corpo apresenta	O bem estar social
11		Viver bem
12		É uma forma de compensação pelo trabalho desenvolvido, além de ser essencial para atingirmos nossos objetivos.
13	Estudo, curso, leitura	Sobrevivência, sem dinheiro não se vive
14		
15	Me atualizando através de internet, jornais, cursos, palestras.	Fico feliz, ajuda a realizar meus sonhos, meus objetivos, minhas metas.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 13a	Questão 19
16	Faço psicoterapia e estou aprendendo a me conhecer pelas minhas reações, minhas percepções e escolhas. E procuro fazer de forma constante e racional a fim de melhorar sempre	O dinheiro é fruto de uma carreira bem sucedida, vejo como um prêmio. E como todos os prêmios, o ganho do dinheiro gera uma satisfação enorme
17	Aproveito meu tempo para estudar, fazer cursos.	Liberdade, prazer, inteligência, poder, realização, trabalho, responsabilidades.
18	Tenho a necessidade de ter conhecimento de todo o contexto que minha vida e meus negócios circundam. O que eu não souber, com certeza poderei errar	O ganho do dinheiro é resultado de competência associado a realização pessoal. Se faço o que gosto, o que me identifico, o sucesso é instantâneo, automático, não se mede esforços. Se vou atrás do dinheiro, é desgastante.
19	Observando e anotando os sonhos todas as noites, realizando psicoterapia de autenticação, estudando ontopsicologia e percebendo o decorrer dos acontecimentos dia a dia, se seguem em função da minha evolução ou não.	Primeiro mostrar a mim mesma que sou capaz. Em seguida, ter liberdade de escolher e viver melhor, viajar, poder pagar por uma formação diferenciada do mercado, como os cursos de formação oferecidos pela escola ontopsicológica, comprar objetos que incrementem a estética e o conforto dos ambientes em que vivo.
20	Através do método ontopsicológico e todos os instrumentos que esta escola proporciona o auto-conhecimento, sobretudo residence, cinelogia, imagogia, melolística/melodance, consultorias individuais.	Dinheiro = liberdade & resultado de capacidade, competência e escolhas assertivas. O bem material, como uma bela casa, um bom carro, sempre me lembram de minhas responsabilidades, de quem sou e para quem trabalho. Portanto, tudo o que tenho, o que construí, é um estímulo a desenvolver sempre o melhor de mim. É muito bom ter para ser.
21	Prioridade do meu tempo livre é pelo meu estudo depois se sobrar tempo vem o resto	Vitória, retorno do trabalho
22	Confio em minha opinião, tenho opinião própria.	Importante, mas não é tudo, tem valores mais importante.
23		Manter minha família com algum conforto, lazer e proporcionar certa felicidade na busca de meus objetivos, retorno do esforço e conquistas.
24		O máximo significado, realiza, mede, liberdade, segurança, estabilidade, grandeza.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 13a	Questão 19
25	Sigo minha intuição e faço tudo o que acredito dar certo	Me realiza/Faço o que gosto e ganho dinheiro
26	Lendo	Poder e Liberdade, trabalhando
27	Participando de cursos e eventos, lendo	O dinheiro é o passaporte para ter as coisas que gosto e conquistar conhecimento.
28	Estudando, me observando	O importante é minha realização, ações e negócios, trabalho, o dinheiro é um meio.
29	Elejo prioridades conforme a fase de minha vida. Sinto falta de estudar mais, mas como atualmente o tempo que tenho é preenchido pelo trabalho e família, acabo não tendo tempo para aperfeiçoar meus conhecimentos. Mas, já estou planejando voltar a estudar.	O ganhar dinheiro pra mim é a forma de materializar meus sonhos, desejos e ambições. É com ele que proporciono uma condição de vida melhor para mim, minha família e meus colaboradores.
30	É preciso se atualizar	Proporcionar uma vida digna a família. Custear estudo para filhos, saúde e bem estar.
31	Tentando não esquecer que o corpo dá informações preciosas. Estudo (especialmente das obras de Antonio Menghetti) Consultoria Ontopsicológica e Residence de Autenticação. Não estão colocadas em ordem de importância, mas em ordem de oportunidade.	Dinheiro é liberdade e possibilidade de investir no meu autoconhecimento, o que implica necessariamente em investimentos que vão muito além da minha profissão. Além disso, para nós médicos, existe o fato de que o dinheiro faz uma espécie de limpeza da relação médico paciente. Esta relação é muito difícil e tem, tradicionalmente, muitos aspectos de assistencialismo. A mediação pelo dinheiro na prestação do serviço torna as responsabilidades do médico e do cliente mais claras e honestas.
32	Pesquisas na internet e livros específicos	O significado do dinheiro para mim, é uma consequência do trabalho. Enfim, o trabalho deve ser realizado, para cumprir as responsabilidades inerentes aos clientes. E também demonstra o poder, que pode ser: de ter, de respeito, de responsabilidade social, de bem estar, de satisfação pessoal.
33	Tomando por base o sentimento, a capacidade perceptiva associada a intuição	O dinheiro é consequência e uma premiação, fruto do trabalho desenvolvido com inteligência.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 13a	Questão 19
34	Ele é a base para a construção de qualquer pessoa. É onde invisto a maioria do meu tempo e dinheiro.	Para mim o dinheiro é um meio, não um fim. É um prêmio pelo trabalho bem feito, que me traz liberdade, poder e prazer
35	Conhecendo um pouco do cliente, dando a ele atenção, ajudando-o	Para ter uma vida melhor, dar dinheiro e formação aos meus filhos, adquirir bens.
36		
37	Estudando e observando os resultados de minhas ações.	Poder investir no próximo objetivo.
38	Minha busca por auto-conhecimento começou na adolescência, fiz psicoterapia, acabei estudando psicologia, depois conheci ontopsicologia, fiz grupos de estudos, consultoria ontopsicológica. Também considero que ficar mais no campo, junto da natureza é uma forma de autoconhecimento.	Para mim ganhar dinheiro é ter liberdade para realizar as coisas que gosto e transformar para melhor a minha vida e dos que estão a minha volta.
39	O autoconhecimento permite que você seja você mesmo, mantendo o foco, o caminho e a certeza do seu projeto. Com isso dá liberdade para escolhas sensatas à sua natureza, permitindo uma ampliação do seu potencial. O autoconhecimento possibilita saber quem é o outro e como interagir em equipe.	O dinheiro é liberdade e autonomia. Significa poder fazer escolhas e priorizar ações.
40	Através de formação pessoal, consultoria de autenticação e muito estudo	Liberdade e Oportunidade de Ser e Fazer Mais
41		
42	Meditação	Casa-Comida-Saúde
43		
44		Significa o sucesso - a realização profissional e a serenidade de investir.
45	Defendendo as idéias no qual acredito	Para sobrevivência
46	Sim quando sei, quando não sei vou a procura.	Suprir minhas necessidades e ter algo mais como lazer, etc.
47		Muito importante, mas tenho outros valores mais acima.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 13a	Questão 19
48	De forma discreta e organizada sem querer passar por cima das pessoas	Ser honesto e ter conhecimento e experiência no trabalho
49	Ouvindo opiniões e Críticas das pessoas	Dinheiro é forma de realizarmos os nossos sonhos é o reflexo da nossa competência profissional.
50	Lendo a respeito, procurando informações na internet, em livros	Equilíbrio, tranquilidade
51		
52	Jornais, internet, revistas	Ver que por meio do trabalho se consegue ter uma vida mais satisfatória.
53	Ajudo os outros no que posso	Sustento família e ter uma reserva de emergência
54	Estudando	Liberdade
55	Sempre ficando atualizada	Indispensável
56	Na escolha na hora da compra, preço mais barato e com qualidade.	Dinheiro faz parte, mas não é tudo
57	Acho que aprendizado nunca é demais	Estabilidade Financeira
58	Procuo me informar através de pesquisas, participar de eventos estar sempre atento aos assuntos de meu interesse.	Ganhar dinheiro é consequência do seu trabalho, esforço, dedicação, disciplina, me dá a oportunidade de ser mais.
59	Participando de cursos e eventos que me proporcionem conhecimento do funcionamento psíquico do consciente e inconsciente, participando de grupos de estudo e discussão, lendo, estudando textos de autores reconhecidos na área da psicologia, fazendo entrevistas com consultor com conhecimento ontopsicologico, que segundo meu entendimento é a metodologia que melhor proporciona autoconhecimento.	Dinheiro significa liberdade de agir, pensar, realizar, quem não tem ganho (dinheiro) não é livre
60	Se atualizando, fazendo cursos	Você depende do dinheiro, liberdade, abre vários caminhos.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 13a	Questão 19
61	Através de leituras	O dinheiro é uma recompensa por realizar da melhor forma possível o meu trabalho, satisfazendo as necessidades primárias e se possível as secundárias do meu cliente.
62	Sempre tive curiosidade com esta história de espírito. Na infância minha mãe era católica mas ia no espiritismo, aquela aparente incoerência me provoca uma crítica interna, como católico não conseguia acreditar nos textos da missa. Durante minha vida fui garimpando conhecimentos e acabei por conhecer a ontopsicologia que hoje é uma escola de cultura superior e que exige muita responsabilidade.	Liberdade: quero ganhar dinheiro sempre que ele me de liberdade, não pouco que me furte de realizar minhas aspirações e nem de mais para criar problemas (aumentar a “segurança” colocando vidros pretos para não me reconhecerem, guarda costas para me protegerem.....)
63	Lendo, acessando a internet, conversando com pessoas com uma gama de conhecimentos maior que a minha.	
64		Através dele que concretizamos nossos sonhos, portanto tem um grande significado na vida.
65		É necessário, mas não é o principal
66	Com pesquisas	Tem grande importância, mas não é tudo
67		É importante, não é tudo mas faz falta
68		
69		Quase tudo, pois sem saúde, sem paz de espírito e sem dinheiro não somos ninguém.
70	Lendo bons livros, jornais, participando de palestras, conversando com pessoas que posso ter proveito para melhorar.	Trabalhar para ter satisfação e como recompensa ganhar dinheiro.
71	Internet, jornais, palestras, cursos	Muito grande, é o termômetro do crescimento pessoal e profissional, é a segurança e firmezas nos investimentos pessoal e profissional.
72	Formação ontopsicologia, leitura, cursos, jornais, dialética com amigos, viagens, programas culturais	Uma forma de mensurar a qualidade do trabalho e dos negócios que realizado. Dinheiro também me propicia liberdade e a possibilidade de ser mais eu mesmo, sem concessões
73		

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 13a	Questão 19
74		
75	Lendo, pesquisando	Superação, realização de sonhos
76		Importante, mas não é tudo, o dinheiro ajuda mas não resolve todos os problemas.
77		
78	Agindo corretamente, sendo ética, pontual	Manter um padrão de vida
79	Leitura, avaliação por meio de todo tipo de informação	Sem ele não há sobrevivência digna
80	Uso meu tempo livre para estudos e faço laboratório pessoal durante a rotina do trabalho.	Dinheiro é o elemento que proporciona passagem para realização das ações de crescimento. Ganhar dinheiro é o item que revela o resultado, a funcionalidade de todo o empreendedor.
81	Com exemplo positivo e as vezes negativo também.	É importante, mas não é satisfatório, ou seja, não é por dinheiro que me sinto satisfeito no trabalho. Dinheiro é importante para sobrevivência somente.
82		É necessário, mas não é tudo
83	Participo de cursos e seminários com este objetivo. Ex.: Residence e Summer. Periodicamente me submeto a consultoria de autenticação com profissionais especializados.	O dinheiro em minha vida, sempre foi o resultado de tudo aquilo que eu faço. Considero importante ganhar o dinheiro, pois por meio dele posso produzir mais e melhor. Por meio do dinheiro potencializo meus estudos, amplio meu negócio e desfruto de bem estar
84		Ser independente
85	Sempre que possível leio artigos, revistas e na internet	Dinheiro é bom, nos traz tranquilidade e qualidade de vida. Ele é ótimo, mas não é tudo.
86	Fazendo melhor o que eu já faço bem, verificando o que melhor funciona, para satisfação do meu resultado.	O dinheiro é o resultado de quanto eu sou, então o ter e o ser é um só. Então, busco ser bem sucedido realizado
87	Cursos de atualização	É importante, mas com certeza não é tudo
88		Poder levar uma vida confortável
89		O dinheiro é preciso, sem ele fica difícil
90	Palestras, cursos de aperfeiçoamento	O dinheiro ajuda você ter uma vida mais tranquila, com um certo padrão perante a sociedade.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 13a	Questão 19
91		É muito importante, pois sem ele não se vive, principalmente neste mundo consumista em que vivemos atualmente.
92		O dinheiro é muito importante para mim, porque nunca tive, só quem não tem sabe dar valor, quem ganha com muito sacrifício, esforço e trabalho.
93		Principal, no sustento meu e de meus filhos e com dinheiro poder adquirir algumas coisas de que preciso.
94		Sem ele, não consigo nada
95	Somente prática	É a consequência de um bom trabalho
96		Dinheiro é necessário para qualquer ser humano
97		O dinheiro é necessário para viver, mas em primeiro lugar a paz, depois o dinheiro.
98		Viver bem e dar uma educação adequada aos filhos
99	Estudando, fazendo autenticação e observando a cada momento a minha percepção sobre tudo.	O dinheiro é o caminho para abrir novas portas
100		Importante, preciso manter minha família
101	Através de psicoterapia de autenticação, cursos de formação, estudo e, especiais momentos de solidão.	Tudo. É a possibilidade de realização do meu próprio projeto e também a possibilidade de poder chegar ao meu autoconhecimento. É independência, liberdade de ação, etc.
102	Colocando em prática	É muito importante ter dinheiro, mas não é tudo
103		
104	Priorizo minha formação pessoal e conseqüentemente meu auto - conhecimento.Quanto mais me aperfeiçoo e estudo, tanto mais eu me conheço. E isso é fundamental em minha vida. Participo de Conferências, Residence, Summer, etc.	Dinheiro significa liberdade de ação para realizar os vários projetos .Porém ganhar dinheiro significa o resultado do prazer de fazer bem feito, de prestar um serviço de respeito ao cliente
105	Mesmo tendo pouco estudo e ser muito novo ainda, 32 anos, respiro ares de mercado desde os 10 anos.	Secundário, mas essencial

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 13a	Questão 19
106	Através da constante participação em atividades Foil e vinculadas a ciência Ontopsicológica	É um importante meio. De uma boa condição financeira tiro a tranqüilidade para fazer os investimentos no meu crescimento como indivíduo maduro e responsável
107	Acredito que cada situação de decisão requer análise de vários fatores e não apenas o meu auto-conhecimento.	Vida confortável, estabilidade.
108		Apenas poder viver num mundo capitalista
109		Dinheiro não é tudo mas é essencial para a sobrevivência
110	Fazendo sempre uma auto-avaliação do que faço e penso sobre o que me rodeia. Me criticando e corrigindo aquilo que acho errado.	O dinheiro é uma ferramenta que me proporciona realizar alguns sonhos e ter uma vida tranquila, mas não é tudo. Não sou escravo do dinheiro e nem do trabalho. Ganhar dinheiro é trabalhar e ser remunerado satisfatoriamente sobre esse trabalho.
111	Transmitindo aos meus fregueses	Dinheiro é a solução para muitas coisas, mas não é tudo. Trabalho para ter o suficiente para dar boas condições de vida para minha família.
112	Lendo livros, Assistir palestras, Programas de TV educativos	

Num Pesquisa	Questão 23a	Questão 25
1	Porque sempre gostei de realizar um objeto (do projeto até o produto final). Nós diariamente lidamos com um público que busca a beleza nas jóias e acredito que conseguimos.	Trabalho e estudo me ocupam os dias. Mas idealmente gostaria de reservar um espaço de tempo para o " dolce for niente ", não sei como é isto, porém um dia vou experimentar.
2	Porque na maioria das vezes não consigo separar os negócios da vida particular, mas tento fazer o máximo para que isso não ocorra.	Qualidade de vida
3	Quando o negócio vai bem, me parece que se tem uma vida mais tranquila.	Trabalho na hora de trabalho, festas na hora de festas, lazer na hora de lazer. Saber distinguir uma coisa da outra.
4	Se a pessoa está tranquila em relação ao seu trabalho, está tranquila com a família, mas se não estiver indo bem no trabalho pode ocorrer stress e ficar de mal com a família.	O único jeito de termos sucesso na vida é trabalhando e procuro trabalhar cada vez mais estando bem com a família. O trabalho enobrece o homem.
5	De uma forma geral, nosso sucesso ou derrota está ligado diretamente ao nosso psicológico e este reflete o que sentimos. Mesmo sendo profissionalmente.	Viver bem, com qualidade, trabalhar as 8 horas básicas com presteza e profissionalismo, e o resto do tempo dedicar a outras tarefas pessoais.
6	Porque o negócio é um "espelho" uma extensão das pessoas envolvidas nele.	Tentar ser a melhor pessoa possível, sempre buscando aprender mais, afim de polir as "asperezas" pessoais com o objetivo máximo de contribuir para a evolução da sociedade, tornando-a cada vez mais justa, moral e correta.
7		
8	O meu trabalho é diretamente com pessoas com vendas e toda essa negociação depende sim muito do meu bem estar.	Minha vida é feita de escolhas onde eu sou a responsável pelas consequências dessas escolhas.
9	Se o meu negócio vai bem eu posso ter e possuir as coisas que sonho ter um dia.	Sonhar o futuro - Planejar o futuro. Tenho ambição das coisas.
10	Sintonia, harmonia	Muito trabalho, persistência
11		Viver bem
12	A medida que o negócio anda bem estimula o bem estar, se não andar bem acaba frustrando.	Quando você tem um negócio próprio, muitas vezes terá de abrir mão de outras atividades de lazer para garantir o bom andamento da empresa e a satisfação do cliente.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 23a	Questão 25
13	Temos que diferenciar, separar negócios da vida particular	Saúde, paz e amor
14		Sempre positivo
15	Porque algumas vezes os resultados não são os esperados	Muito trabalho e preocupação
16	Porque o negócio é parte de mim e sendo assim, a sua saúde reflete a minha saúde. Da mesma forma quando estou mal, o meu negócio, por ser uma parte de mim, por obvio, vai mal também	A vida é bela, se você sabe fazê-la bela. Depende de cada um o sucesso ou a desgraça de sua vida de seu negócio
17	A realização profissional é a base do ser humano, se eu estou realizada com meu negócio estou bem.	Minha realização profissional e consequentemente pessoal, realizar meu projeto de vida na existência.
18	Porque o negocio é uma extensão da vida. Existe uma correlação direta tanto entre eu e o negocio como quanto as partes de meu corpo e os setores da empresa.	Todo ser humano deve buscar sua estrada, trabalhar, fazer o que sabe e ama, desenvolver sua capacidade, sua inteligência, e depois socializa-lá, para o desenvolvimento de outros indivíduos. Vivemos em sociedade, cada individuo sendo e fazendo o seu melhor, teremos o melhor coletivo
19	Porque a empresa tem o meu nome, os clientes procuram pelo meu profissionalismo, por mais que tenha uma equipe. Se não estou bem, nada vai bem.	Buscar e fazer o melhor de mim a cada momento
20	Se o negócio tiver algum problema isto me toca, e portanto tenho a necessidade de resolvê-lo para estar bem e crescer e do mesmo modo, se eu não estou bem, o negócio também não estará.	Conhecer a mim mesma, crescer sempre, nunca parar, ser fiel e coerente com minha escolha de vida.
21	Porque está ligado diretamente a sua vida, o trabalho é onde passamos a maior parte de nossa vida	Trabalhar para vencer
22	Porque passamos a maior parte do dia envolvido nos negócios. Se tudo vai bem, ou acontece algo de ruim faz com que eu fique ligado no trabalho da mesma maneira	Qualificar cada vez mais meu serviços prestados, valorizando meus colaboradores baseando-me em valores já adquiridos.
23	Porque o negócio não é prioridade na minha vida	Ter saúde, conviver com a família, poder ajudar quem necessita e ter muitos amigos.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 23a	Questão 25
24	Não há como o negócio ir bem se não estou bem comigo mesmo.	Estilo de vida, a minha vida é mais importante, trabalho é muito importante, liberdade. Ser patrão, líder, ser feliz, viver a vida.
25	Um depende do outro	Nunca desisto daquilo que acredito
26	O negócio indo bem a vida vai bem	Uma pessoa que acredita no país que vive e trabalhando pode contribuir com sua parte.
27	O meu negócio é o sentido do meu bem estar mas também a relação com os amigos, natureza e os meus hobbies.	Realizar o meu potencial para me sentir bem e melhorar o mundo.
28	Faz parte de mim.	Realização do meu projeto natural.
29	Porque acredito que quando você está bem as coisas (negócios, situações, oportunidades...) fluem, é como se houvesse uma conspiração ao nosso favor. Acredito muito na energia dos nossos sentimentos interiores, ou seja, se seus pensamentos são bons e positivos, certamente você terá resultados bons e positivos. Sou da idéia de que você colhe o que planta.	Ser e fazer feliz
30	Gosto muito do que posso fazer	Viver em paz com a consciência tranquila do dever cumprido, estar bem com a família, com amigos e com Deus.
31	Porque ele é uma continuação de mim mesma	Fazer aquelas ações que tornam história a certeza de que a vida faz muito sentido.
32	O sucesso resulta do bem estar, e conseqüentemente da realização pessoal no negócio, e não do financeiro que é originado do negocio	Trabalho, caráter e responsabilidade
33	O homem é o centro da decisão. O bem estar deste lhe coloca em harmonia com natureza.	Estar em harmonia com a natureza, utilizando pequenas saídas da atividade empresarial viabilizando momentos de reflexão e auto encontrar-se com seu íntimo interior.
34	Somente se eu estiver bem física e mentalmente, equilibrado e realizado, meu negócio poderá ser vencedor	Viver com sabedoria e alegria, me realizando de forma integral.
35	Porque é do meu negócio que eu tiro dinheiro	Tenho uma vida estável dedicada ao meu trabalho e minha família

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 23a	Questão 25
36		
37	Porque a empresa é o escopo do meu corpo biológico. Se estou bem, a empresa também está. Se não estou bem, a empresa é a primeira a repercutir essa situação.	Ser protagonista da minha própria vida, buscando resultados que ampliem minha saúde, meu conhecimento e minha ação social.
38	Porque o negócio é uma extensão minha. Quando algo não vai bem no negócio é porque algo não vai bem comigo	Hoje eu me vergo para não me quebrar. Vou no fluxo que a vida vai se apresentando, se algo não flui por um caminho, troco o caminho, tento ser mais flexível e desviar o que me tranca; mudo a rota.
39	Porque há toda uma dinâmica que perpassa do líder para a empresa, informando as reais intenções do negócio. Os colaboradores atuam de acordo com a percepção que têm dos diversos fatores que compõem a empresa, nos seus valores, metas e propostas. Portanto, o resultado está conectado ao bem-estar do seu líder.	Minha filosofia de vida é fazer com muito amor, profissionalismo e ética aquilo que me propus a fazer. Aprecio a beleza da natureza e da arte. Mobilizo-me com o ser humano na sua trajetória.
40	Porque é correlato do outro.	A exatidão de consciência, aliada ao empenho na concretização do projeto individual, é o fundamento de qualquer avanço humano.
41		
42		Viver e deixar Viver
43		
44	Porque é a minha vida!	Retidão - Equilíbrio - ouvir e muito trabalho.
45	Se o negócio está se desenvolvendo nos sentimos satisfeitos	Não desista nunca de um objetivo traçado
46	Porque me faz pensar e me preocupa	Viver bem é tudo
47	Porque não tem como separar as duas coisas. Uma é o espelho da outra.	Viver em harmonia fraterna com todos os seres possíveis.
48	O dia a dia da empresa faz com que se esteja de bem com a vida ou não, por passar a maioria do dia dentro do negócio.	Ser honesto e ter responsabilidades pelas atitudes que são tomadas
49	Porque nossos colaboradores e clientes interagem e absorvem o clima das relações interpessoais.	

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 23a	Questão 25
50	Porque o trabalho está ligado diretamente com o bem estar	Trabalho, Família, bem estar
51		
52	Porque se os negócios vão bem, tudo vai bem	Ser justo, correto e amável com o próximo
53	Porque existem vários problemas todos os dias.	Trabalhar, mas sem esquecer da família e amigos
54		Trabalho em primeiro lugar
55	Se os negócios vão bem, você também fica bem	Estar bem com a família, negócios e comunidade
56	Sou muito ocioso	Trabalho, casa. Fim de semana almoçar nas comunidades
57	Porque quando os negócios não vão bem eu também não fico bem	Bem estar
58	Quando estou bem comigo mesmo consigo transbordar prazer, tudo flui melhor e cada vez melhor. O bem estar te dá vontade de fazer cada vez mais proporcionando resultados diferenciados para mim mesmo como para as pessoas da minha volta.	É amar intensamente aquilo que faço em todos os instantes, cada vez mais intensamente, melhorar todo dia o que fiz ontem.
59	Porque a empresa é a extensão do corpo, da mente e do espírito do empresário	Quem tem um porque viver suporta qualquer como.
60	Porque o mesmo é uma extensão de você	Trabalho e estudo para ser alguém e buscar seus objetivos
61	Porque se eu estiver com problemas na empresa, certamente.	Viva a vida porque a vida é curta
62	Todas vezes que nos percebemos desta correlação ela é verdadeira, quando temos aquela sensação que tem algo no ar, vamos checar e existia um problema, outras nos preocupamos com o negócio mas vem uma sensação de bem estar, vamos checar e tudo andava bem, o mesmo como nos vestimos, como esta nossa casa, tudo esta conectado	Busca constante do auto conhecimento; Oferecer a sociedade um produto superior fruto do meu trabalho; Aprendendo cada vez mais servir para ser servido.
63	É muito relativo. Por vezes estamos bem nos negócios e não tão bem assim na vida pessoal, ou o contrário.	Buscar sempre algo a mais, nunca acomodar-se

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 23a	Questão 25
64	Se o negócio "vai bem ", você também fica bem	Através do trabalho, me realizo profissionalmente e também pessoalmente.
65	Quando a gente faz o que gosta, a realização e o bem estar são consequências.	Tudo o que um sonho precisa para ser realizado é alguém que acredite que ele possa ser realizado.
66	Porque faço o que gosto	Amor a vida, saúde e trabalho
67		Bem estar da família
68		
69	Porque se os negócios estão bem, tudo ocorre normal	Estar de bem com a vida. E viva o amor
70	Quando os projetos propostos dão certo faz com que nos sintamos melhor, acreditando que sempre podemos melhorar.	A realização pessoal com o trabalho no dia a dia, respeitando a ética e os valores das pessoas e preocupado com o desenvolvimento da região.
71	São partes homogêneas	Trabalho, Família e Deus em constante harmonia
72	Porque é uma extensão de mim mesmo	
73	Estando de bem com a vida tudo flui com naturalidade	Me sentir bem, trazer alegria ao próximo e fazer o meu negocio prosperar.
74	Quando tu faz um negócio bom, se sente satisfeita	Passe horas cuidando do seu negócio
75	Estando em sintonia com o trabalho tenho mais chance de alcançar a vitória.	Para um sonho converter-se em realidade é necessário coragem, audácia e determinação.
76	Se estou bem no meu negócio, o bem estar automaticamente me ajuda a resolver tudo.	Estou tentando mudar de vida, colocar limites, horários, separar minha vida particular dos negócios.
77		
78	Bem estar concerteza reflete	Viver em paz com a família
79	É o seu espelho no momento das crises e soluções	Viver bem, estar bem com você em primeiro lugar
80	Hoje, entendo que a resultante do meu negócio tem base na minha sanidade integral	A vida é um exercício, uma oportunidade para expressar nossos dons naturais, para isso é determinante o conhecimento daquilo que nos dá as passagens para realização, que só se dá pela contínua preparação e prática da vida.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 23a	Questão 25
81	Para mim neste caso reflete porque meu trabalho é o bem estar de outras pessoas, então, se não o fizer bem, não me sinto bem.	Trabalhar bem, nunca deixando de lado as pessoas que você quer bem. Todos os tipos de relacionamentos são importantes.
82	Para podermos tomar as decisões corretas	
83	Porque já tive oportunidade de observar em alguns momentos que não estive bem, o meu estado se refletia diretamente nos colaboradores e o negócio também sentia este impacto	Trabalhar com prazer me faz mais e melhor
84	Tudo o que faz parte da minha vida reflete no estado de bem estar, trabalho, família, amigos, etc.	Respeito, caráter, dignidade, ser homem de verdade
85	Concerteza sempre influencia de alguma forma. Quando fechado um bom negócio, todos ganham. A empresa, os colaboradores, a família, pois quando estamos bem tudo fica mais fácil...	Crescer profissionalmente cada vez mais, pois com isso irei crescer como homem e dentro da minha família também.
86	Somos um só (uno)	
87	Quando os negócios estão andando bem, estamos com poucos problemas a serem resolvidos.	O meu bom humor faz de mim um otimista
88		
89		Pretendo formar minha filha, dar o melhor a ela e continuar trabalhando, levando a vida.
90		Sou uma pessoa tranquila, brincalhona, procuro sempre ser honesto e honro sempre meus compromissos
91	É óbvio, se os negócios vão bem, fico satisfeito, é uma questão de valorização profissional	O dinheiro por si só não traz felicidade. Mas, é parte importante na busca para alcançá-la.
92		Ter saúde, viver bem e ganhar dinheiro
93		
94	Se eu estou bem comigo mesma, consigo ter um progresso total no meu trabalho.	Viver bem comigo mesma e com a família
95	Porque é a base para todo o complemento	Trabalhar e se realizar

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 23a	Questão 25
96	Se os negócios vão bem, você está bem. Está realizado, está faturando e trazendo conforto para si e seus colaboradores.	Amar a vida com intensidade. Trabalhar, estudar, se informar para realizar seus sonhos. Sem realização de sonhos não há vida.
97	Nele tenho bom viver, diálogo com pessoas e lucros.	Ter paz, muitos amigos, ser otimista e dinheiro para completar
98	Se eu for bem nos negócios, posso adquirir tudo o que preciso	Em 1963 trabalhei 1 ano em Nova Palma onde aprendi a profissão de alfaiate. Vim para Faxinal em 1964, onde me instalei com a alfaiataria. Em 1970, passei a trabalhar na firma Adreola e Peripoli, em 1990 abri minha própria loja e ainda continuo.
99	Porque o negócio é o que move é o que dá o sentido, o prazer maior, se está bem é só Bem Estar.	Autenticidade conforme a minha natureza
100	Atração a situação	Lutar, lutar, até alcançar
101	Porque se estou bem meu negócio está bem. É uma relação intrínseca, me sinto plena quando meu negócio flui com vigor	Viver é um constante prazer quando se faz o que se gosta e, se convive com pessoas com estilo de vida saudável, e realizadas. "Toda beleza nasce do íntimo da ação", MENEGHETTI, 2004.
102	Tudo o que se faz com alegria, flui naturalmente e as pessoas se sentem melhor.	Olhar para a frente, cuidar do bem estar, estar de bem com a vida
103	Estando bem nos negócios, o resto você administra melhor	
104	A empresa é psicossomática do empresário, é o lugar prioritário onde o empresário realiza a sua intensão e os seus desejos	Ser feliz, estar atenta no aqui agora a tudo o que agrada e desagrada. Seguir prioritariamente a minha intuição, o En si Ôntico é infalível!
105	Tenho uma família fantástica, muita saúde, juntando a sucesso profissional.	Ser feliz ao lado de minha família
106	Porque é impossível separar uma pessoa em análises pontuais. A pessoa é um todo e o seu bem estar é apresentado em tudo o que a cerca. No meu caso, como empreendedor, o meu empreendimento é o melhor termômetro do meu bem estar, pois há uma relação proporcional e direta entre o meu negócio e como estou como pessoa.	Viver intensamente o presente, investindo para construir a minha existência todos os dias

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 23a	Questão 25
107	Não é fácil separar a vida profissional da pessoal, porém acredito que não devemos deixar os problemas nos negócios interferir no relacionamento com outras pessoas	
108		
109		
110	Porque você traz para o trabalho as boas energias de estar de bem consigo mesmo, você trabalha melhor, tudo funciona melhor. O inverso é verdadeiro, uma pessoa mal humorada não pode atender bem seus clientes ou fazer um serviço bem feito.	Viver e bem - O trabalho é uma parte da realização pessoal, a família é meu norte. Aproveito a vida hoje não fico esperando o futuro. Faço tudo o que quero e está ao meu alcance.
111		
112	Sim, porque influi diretamente no meu bem estar	Valorizo muito o convívio com minha família, sou alegre, gosto de conversar, sou muito espontânea

Num Pesquisa	Questão 27	Questão 28
1	Flexibilização de horários e ajuda financeira	Sensibilidade com o outro, empatia
2	Não possui	Tenho idéias e projetos para o futuro caso a empresa aumente seu faturamento
3	Não possui	Não
4	Não possui	Não
5	Não possui	Não
6	Trabalhamos através de doações	Fazer algo sem esperar por terceiros
7		
8	Não possui	Falta de iniciativa mesmo
9	Motivação para alunos mirins	Preparar as crianças para o futuro
10	Apoio ao esporte	Disciplinar e Educar
11	Não possui	Não
12	Eventualmente faço doações diretamente a instituições e pessoas carentes.	As necessidades apresentadas por estas pessoas e instituições.
13	Não possui	Empresa de pequeno porte
14	Não possui	
15	Colaborações Financeiras a várias entidades	Sinto as comunidades e amigos satisfeitos com a empresa e tenho retorno.
16	Não possui	Não sei dizer
17	Não possui	Não
18	Estamos começando com ações ao interno da empresa. Fazendo e aprendendo dentro, para depois tornar ao meio social.	Entendo que quanto melhor as pessoas estiverem, mais poderão retribuir, é algo inconsciente e ocorre de forma automática. Alguém só pode dar a outro se primeiro tem para si, isto na prática. Se alguém que desenvolve um produto é realizado, desta forma o fará, ou vice-versa.
19	Sim, realizamos a comunicação de alguns eventos que incentivam a promoção dos 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio da ONU	Comunicar de uma maneira diferente, pois a maioria do mercado sempre comunica com as mesmas imagens de sofrimento humano e acredito que é possível fazer uma comunicação mais positiva em campanhas de engajamento social, sem apelar para a exposição do homem incapaz

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 27	Questão 28
20	Várias - O Recanto Maestro possui várias ações que contribuem com os ODM (emprego, educação, valorização da mulher no mercado de trabalho, projeto oikos, projeto flauta etc).	Só podemos crescer se os mais próximos também crescem através de relações de valor e proporcionando dignidade.
21	Não possui	Não possui
22	Realizamos campanha de trânsito conscientizando as pessoas na valorização da vida.	Conscientização
23	Não possui	Não
24	Temos alguns programas como disponibilizar deesel, liberar funcionários para ir a escola. Apoio financeiro APAE, entidade católica, entidades culturais.	Procurar retribuir a comunidade onde vivem a maioria dos colaboradores.
25	Não possui	Não
26	Não possui	Não
27	Sim. Toda criança no colégio, cursos de língua estrangeira, música e artesanato, esportes.	O bem estar dos colaboradores
28	Formação das pessoas, dos jovens.	As pessoas mais preparadas farão sempre melhor
29	Temos em nossa empresa iniciativas como: cursos em segurança no trabalho, orçamento financeiro doméstico, motivação no trabalho; auxílio alimentação com cestas básicas as famílias dos colaboradores e participação em campanhas locais.	A vontade de fazer do nossa cidade um lugar cada vez melhor de se trabalhar e viver.
30	Sempre colaboramos com diversas entidades	Um pequeno favor pode representar muito a quem precisa
31	A profissão médica é social, embora a clínica, como empresa, tenha fins lucrativos.	Tem a ver com a minha escolha profissional: quando eu era adolescente me parecia que a Medicina seria a melhor oportunidade de conhecer a vida. Hoje eu sei que não é a única, nem a melhor ciência. Mas com a leitura justa é uma belíssima ciência e sem dúvida de muita contribuição social.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 27	Questão 28
32	Não possui	
33	Proporcionar capacitação e qualificação de seus colaboradores, com convênios nas áreas de saúde e segurança no trabalho, Convênio Faculdade/Empresa na busca da capacitação dos colaboradores e seu crescimento	O crescimento dos processos sejam eles empresarias ou humanos e o sentir-se gratificado em contribuir com a evolução do homem e a natureza, e ter o reconhecimento pelos seus resultados.
34	Ajudamos unicamente entidades que cuidam e formam crianças	Na vida em sociedade, é impossível ser inteiramente realizado, se não somos ferramenta de progresso para a humanidade
35		Ajudo o próximo sempre que posso, mas minha micro empresa não possui programas de apoio
36	Não	Não
37	Nosso negócio é voltado à geração de conhecimento e à sustentabilidade. Apoiamos a educação continuada de nossos colaboradores, enfatizamos a transformação do conhecimento pessoal em valor econômico, atuamos com base em práticas voltadas à preservação ambiental (coleta seletiva, combustíveis alternativos, redução do consumo de energia, etc.), e priorizamos a contratação de jovens independente de sua orientação sexual.	Gostar da vida
38	Minha empresa é uma consultoria muito calcada na minha pessoa, assim o que realizo são palestras, orientações aos jovens sobre mercado de trabalho, carreira, dicas para conquistarem seus espaços profissionais.	Me motivo por transmitir aos outros possibilidades de solução de suas carreiras, desenvolvimento e crescimentos.

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 27	Questão 28
39	Há alguns anos atrás organizei um projeto onde tocávamos e cantávamos nas casas geriátricas, mas encerrei. Poucos alunos deram seguimento à proposta, através dos trabalhos voluntários, levando atividades musicais aos grupos de idosos e crianças.	A motivação partiu da vontade de compartilhar o prazer, a estimulação e a alegria que a música proporciona aos seus participantes. Também pensava em incentivar a memória, a inteligência e a prontidão dos indivíduos, ativando os neurônios a se manterem vivos e curiosos.
40	Sim, especialmente de apoio a ODM 3 e relativas a formação de jovens.	Colaborar com o avanço da sociedade.
41		
42	Não	Tempo
43		
44	Apoio a entidade filantrópica - campanhas comunitárias. E pessoalmente faço minha contribuição como presidente do Hospital.	Colaborar com os mais necessitados em forma de agradecimento a Deus
45	Doações a entidades beneficentes	Solidariedade
46		Não tenho condições
47	Apoio assistencial para APAE, Asilos	Solidariedade
48	Escolinha de futebol para crianças	É a melhor maneira de inclusão social das pessoas perante a sociedade.
49	Não	Não
50	Apoio a APAE, Liga de Combate ao Câncer e algumas famílias com diabéticos.	Bem estar, poder ajudar outras pessoas
51	Não	Não
52	Não	Não
53	Não	Falta tempo e dinheiro
54	Temos várias ações sociais	Se eu tenho posso dar
55	Não	Não
56	Não	Ainda não tive essa iniciativa
57	Não	
58	Não	
59		

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 27	Questão 28
60	Geração de vários empregos se comparado ao porte da empresa	
61	Não	Não
62	Tenho num programa de rádio 3 a 10 minutos duas vezes por semana onde posso dar minha opinião livre, neste espaço exerço minha cidadania e vou introduzindo idéias humanistas	Em nossa região o rádio tem boa penetração na sociedade, foi uma maneira de mostrar que podemos viver sem informação de violência, assalto, morte, falar mal de um ou de outro, fofocas etc; tendo dar nas opiniões que somos protagonistas dos nossos sucessos ou fracassos e que construir o sucesso é muito bom principalmente para nós mesmos.
63	Não	Não
64	Sempre fizemos campanha do agasalho.	A situação encontrada nas creches e nos asilos
65	Não	Não
66	Participamos da campanha do agasalho entre outros programas.	Ajudar o próximo
67	Não	Não
68		
69	Algumas doações	Solidariedade
70	Campanhas de vacinação poliomielite, hospital, doação de sangue.	Acredito que como empresa também devemos fazer nossa parte.
71	Contribuições mensais e APECAN	Sensibilidade perante a dificuldade das pessoas que convivem com doenças.
72	Temos iniciativas de inclusão digital e iniciativas de combate a fome	Percepção que podemos colaborar e fazer diferença se fizermos diferente da maioria das iniciativas paternalistas que existem por aí
73		
74	Combate a pobreza	
75	Não	Não
76	Trabalho muito pelo bem estar do próximo, tiro do meu tempo livre para dar prioridade aos necessitados	Por achar a desigualdade social muito grande e me dá prazer ajudar de coração, pois não me falta nada e tenho muito a oferecer.
77	Não	Não
78	Não	Estamos nos orçando para começar;
79	Não	Não

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 27	Questão 28
80	Minhas ações nesta linha se resumem a atenção ao corpo funcional da empresa.	O bem estar do meu negócio, pessoas
81	Não possui	No momento falta de tempo
82	Ajuda a população carente da cidade	
83	Desenvolvemos um projeto em parceria com uma ONG – o projeto visa desenvolver musicalmente crianças e jovens	Desenvolvemos um trabalho sério e podemos contribuir com a formação de outras pessoas.
84	Não possui	
85	Não temos	
86	Cursos profissionalizantes e aumento de emprego	Poder participar na construção das pessoas
87	Não possui	
88	Não possui	
89	Não possui	
90		
91	Não possui	
92	No momento não	Por pena e porque ninguém gostaria de estar numa situação parecida.
93		
94	Não possui	
95	Em pequenas ações sociais	Contribuir
96	Medidas educativas, treinamentos	
97	Assistência com mão de obra para a APAE	Satisfação e fazer alguém feliz
98	Apoio a APAE, Liga de Combate ao Câncer, ajuda a flagelados	Como ser humano é justo que se faça algo
99	Cuidado com o meio ambiente, temos um coletos de pilhas e de embalagens de medicamentos, para que tenham um destino para não agredir o meio ambiente.	Cuidar do meio ambiente que é a natureza de onde temos a nossa matéria prima, o oxigênio que respiramos, o nosso alimento, a água que tomamos.
100		

Continua.

Continuação.

Num Pesquisa	Questão 27	Questão 28
101	Doação de materiais e sobras de tecidos não utilizáveis pela empresa á mulheres carentes que através de artesanato transformam em renda. Orientação a mulheres carentes a chegarem a própria autonomia através do artesanato com organização de pequenas feiras	Visão da necessidade. Possibilidade de aproveitamento e possibilidade de renda de materiais não utilizáveis pela empresa e que ao mesmo tempo não se transforma em lixo.
102	Não possui	
103		
104	Programa Social bolsa de estudos. Temos convenio com faculdade. E os colaboradores que estudam participam deste , com parte paga pela empresa.	Eu mesma recebi Bolsa de estudos quando jovem e pude comprovar a sua real importância
105	Não possui	
106	A Meta tem um intensa agenda social, fazendo investimentos direcionados basicamente às sociedades vizinha às nossas principais regiões de atuação. Além disto, também invisto muito do meu tempo pessoal lecionando em instituições de ensino (a maioria das vezes, sem contrapartida financeira) para o desenvolvimento de jovens	A certeza de que um homem não pode construir nada sozinho e que, ao final da sua vida, ele poderá ter deixado uma marca na existência através da sua obra e das suas pessoas
107	A empresa participou do programa social que beneficiou o lar das vovozinhas, com recreações e massagens de relaxamento.	Fomos motivados por uma estagiária que trabalha na empresa.
108	Ajudo uma entidade de combate a câncer de crianças	Iniciativa própria
109	Mas dou notas as escolas e colaboro sempre conforme as pessoas necessitam de ajuda e me pedem.	Se é para melhorar porque não ajudar, tendo condições
110		
111		
112	Apenas faço doações de calçados para pessoas carentes	Não tem motivação especial