

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE FARROUPILHA  
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**FÁBIO ANDRÉ DE MOMI**

**ESTUDO DO COMPORTAMENTO DO EMPREENDEDOR NA ÁREA MECÂNICA  
E ELÉTRICA AUTOMOTIVA NO MUNICÍPIO DE FARROUPILHA/RS**

**FARROUPILHA**

**2023**

**FÁBIO ANDRÉ DE MOMI**

**ESTUDO DO COMPORTAMENTO DO EMPREENDEDOR NA ÁREA MECÂNICA  
E ELÉTRICA AUTOMOTIVA NO MUNICÍPIO DE FARROUPILHA/RS**

Relatório de trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora do TCC I e TCC II: Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Melissa Baccon

**FARROUPILHA**

**2023**

**FÁBIO ANDRÉ DE MOMI**

**ESTUDO DO COMPORTAMENTO DO EMPREENDEDOR NA ÁREA MECÂNICA  
E ELÉTRICA AUTOMOTIVA NO MUNICÍPIO DE FARROUPILHA/RS**

Relatório de trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovado em 23/11/2023

**Banca Examinadora**

---

Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Melissa Baccon - Orientadora  
Universidade de Caxias do Sul – UCS

---

Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Olga Maria Blauth de Lima  
Universidade de Caxias do Sul - UCS

---

Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Valdete Elza Spindler Debenetti  
Universidade de Caxias do Sul – UCS

## RESUMO

Este trabalho de conclusão, tem como objetivo analisar o comportamento do empreendedor na área mecânica e elétrica automotiva com intuito de identificar os comportamentos e ações que visam melhorar continuamente o seu desempenho organizacional. O presente estudo foi realizado em mecânicas e elétricas automotivas no município de Farroupilha/RS. No entanto, essas oficinas têm proprietários com variados comportamentos que os diferenciam e que consequentemente impactam nos resultados finais e ainda, no seu desempenho individual. O presente trabalho baseia-se em uma revisão teórica sobre a mentalidade empreendedora, o comportamento empreendedor, a inovação, os desafios atuais no empreendedorismo, relacionamento com o cliente e desempenho organizacional visando maior compreensão acerca desses temas. Realizou-se um estudo descritivo com aplicação de uma pesquisa quantitativa com os sócios proprietários dessas empresas através de um questionário estruturado e validado com base na literatura sendo disponibilizado de forma física para autopreenchimento. Os resultados desta pesquisa indicam que os comportamentos empreendedores de inovação, planejamento e sociável são de maior importância para melhorar o desempenho organizacional e ainda a diferença das características sociodemográficas dos proprietários, por exemplo, tempo de empresa que estão consolidadas com mais de quinze anos de existência no mercado e a média de idade entre os empreendedores que está acima de vinte e cinco anos é bem pontual, pois o percentual está similar entre as faixas etárias. O estudo, no entanto, aponta propostas de treinamento quanto ao planejamento para os empreendedores não serem surpreendidos por fatos que poderiam ser previstos, recrutamento por mão de obra especializada voltada a tecnologias, empreendedores com necessidade de buscar conhecimento em graduação, agressividade na divulgação da empresa e ainda de gestão para os sócios proprietários nas empresas pesquisadas, com o objetivo de melhorar alguns dos seus comportamentos empreendedores, visando o aumento no seu desempenho organizacional. É de suma importância ressaltar que os resultados obtidos se aplicam apenas a esta pesquisa, não podendo ser generalizada.

**Palavras-chave:** Comportamento empreendedor; Desempenho organizacional; Inovação; Tecnologia; Estratégia; Conhecimento de mercado.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Frequentemente percebo oportunidades promissoras de negócios no mercado. ....	33
Figura 2 - Acredito que tenho habilidade em encontrar oportunidades de negócio no mercado. .....	34
Figura 3 - Tenho controle sobre os fatores críticos para a minha realização profissional. ....	35
Figura 4 - Profissionalmente, me considero uma pessoa mais persistente que as demais. ....	36
Figura 5 - Sempre encontro soluções muito criativas para os problemas profissionais com os quais me deparo. ....	37
Figura 6 - Prefiro um trabalho cheio de novidades em relação a uma atividade rotineira. ....	38
Figura 7 - Gosto de mudar minha forma de trabalhar sempre que possível. ....	39
Figura 8 - Tenho um bom plano de vida profissional. ....	40
Figura 9 - No meu trabalho, sempre planejo da melhor forma o que eu faço. ....	41
Figura 10 - Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados. ....	42
Figura 11 - Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto. ....	43
Figura 12 - Frequentemente, sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais .....	44
Figura 13 - Frequentemente, as pessoas pedem a minha opinião sobre os assuntos de trabalho. .....	45
Figura 14 - As pessoas respeitam a minha opinião. ....	46
Figura 15 - Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva riscos. ....	47
Figura 16 - Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio proporcionaria em troca. ....	48
Figura 17 - Admito correr riscos em prol de possíveis benefícios ....	49
Figura 18 - Me relaciono com facilidade com outras pessoas. ....	50
Figura 19 - Meus contatos pessoais não influenciam na minha vida profissional ....	51
Figura 20 - Os contatos sociais que tenho são de extrema importância para minha vida profissional ....	52
Figura 21 - Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso tenha necessidade ....	53

Figura 22 - A agressividade comercial nos serviços da minha empresa é maior do que a das concorrentes.....	54
Figura 23 - A agressividade de divulgação da minha empresa é maior do que das concorrentes .....	55
Figura 24 - A agressividade técnica na preparação e capacitação dos profissionais nos serviços prestados na minha empresa é maior do que das concorrentes .....	56
Figura 25 -Na minha análise, o desempenho financeiro da minha empresa melhorou nos últimos doze meses.....	57
Figura 26 - Na minha análise, as vendas da minha empresa aumentaram nos últimos doze meses .....	58
Figura 27 - Qual é a sua função na empresa?.....	59
Figura 28 - Há quanto tempo você trabalha na empresa?.....	59
Figura 29 - Idade .....	60
Figura 30 - Gênero.....	61
Figura 31 - Qual a escolaridade você atingiu? .....	62

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
1.1	TEMA E PROBLEMA DO ESTUDO .....	8
1.2	OBJETIVOS .....	9
1.3	JUSTIFICATIVA .....	10
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>11</b>
2.1	EMPREENDEDORISMO .....	11
2.2	MENTALIDADE EMPREENDEDORA .....	14
2.3	COMPORTAMENTO DO EMPREENDEDOR.....	15
<b>2.3.1</b>	<b>Exigências do mundo atual quanto à mudança no comportamento .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3.2</b>	<b>Detalhamento dos constructos do comportamento empreendedor selecionados para a pesquisa .....</b>	<b>17</b>
2.3.2.1	<i>Autorrealização.....</i>	17
2.3.2.2	<i>Líder.....</i>	18
2.3.2.3	<i>Planejador.....</i>	18
2.3.2.4	<i>Inovador.....</i>	19
2.3.2.5	<i>Assumir Riscos.....</i>	19
2.3.2.6	<i>Sociável.....</i>	20
2.4	INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO .....	20
2.5	DESAFIO ATUAL NO EMPREENDEDORISMO.....	22
2.6	RELACIONAMENTO COM O CLIENTE .....	23
2.7	DESEMPENHO ORGANIZACIONAL .....	25
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>26</b>
3.1	DELINEAMENTO DA PESQUISA .....	26
3.2	ESTUDO QUANTITATIVO .....	27
3.3	POPULAÇÃO E AMOSTRA .....	27
3.4	PROCESSO DE COLETA DE DADOS .....	29
<b>3.4.1</b>	<b>Pré-teste .....</b>	<b>30</b>
3.5	PROCESSO DE ANÁLISE DE DADOS.....	31
<b>4</b>	<b>DESENVOLVIMENTO E RESULTADOS .....</b>	<b>32</b>

<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>63</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>65</b>
	<b>APÊNDICE A: QUESTIONÁRIO APLICADO NO TCC II.....</b>	<b>71</b>
	<b>ANEXO A: LISTA DE MECÂNICAS E ELÉTRICAS AUTOMOTIVAS EM ATIVIDADES NO MUNICÍPIO DE FARROUPILHA/RS NO ANO DE 2023 .....</b>	<b>80</b>
	<b>ANEXO B: QUESTIONÁRIO BASE VALIDADO.....</b>	<b>88</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje empreender necessita acompanhar rápido o desenvolvimento tecnológico e a globalização dos mercados e, no entanto, os clientes estão mais exigentes por produtos e serviços, visando maior qualidade. Deste modo, os novos empreendedores e as empresas já constituintes necessitam se renovar dia a dia. A estratégia nos negócios ao empreender deve ser minuciosamente analisada para que tenha o resultado esperado.

No desenvolvimento deste trabalho serão abordados assuntos referentes ao comportamento dos empreendedores demonstrando as dificuldades e oportunidades de negócios a fim de que uma empresa possa se expandir num mercado extremamente acirrado e a necessidade de desenvolver algumas estratégias competitivas e estabelecer objetivos e metas a serem cumpridas. Dessa forma, a organização também precisa ficar atenta a todas as mudanças que ocorrem nos diversos cenários do mercado para evitar surpresas frustrantes e assim garantir sua continuidade no mercado.

### 1.1 TEMA E PROBLEMA DO ESTUDO

O tema pode ser definido como uma apresentação, uma discussão, um ponto central e ainda como uma pesquisa. No entanto, o tema pode ser até mesmo um assunto para desenvolvimento e fornecer informações ao pesquisador (Conceito.de, 2022).

O tema de estudo consiste no conteúdo ilustrado e exposto dentro do processo de pesquisa. Ele é uma apresentação assertiva, possui qualidade e está pertinente com as variáveis, termos e os conceitos (Perovano, 2016).

A seleção de um determinado tema está dividida em três situações: o conteúdo deve ter importância ao autor, ter domínio sobre a temática abordada e por fim, as fontes de consultas devem estar disponíveis ao autor (Köche, 2011).

O estudo tem como objetivo o conhecimento e também a solução do problema. As inovações demandam conhecimento aprofundado no problema e da técnica que leva à solução. No entanto, se o empreendedor não tem o costume de pesquisar e não tem conhecimento da área, dificilmente vai inovar diante deste comportamento (Dornelas, 2023).

Problema é uma falha no conhecimento ou uma discussão não resolvida, no entanto, é algo que se vai encontrar soluções através de pesquisas. Um debate não resolvido pode estar

interligado à lacuna epistemológica ou metodológica percebida, ainda como dúvida quanto à sustentação de uma afirmação aceita (Vergara, 2016).

A formulação do problema de pesquisa é um acerto referente ao pensamento de reflexão, no entanto, quando for elaborado, o tema necessita ser compreendido (Lakatos, 2021).

Nos dias de hoje, muitas mudanças já ocorreram no empreendedorismo, dentre estas, a principal é o recurso das tecnologias que desafiam os empreendedores a se inovar, sendo que é preciso ter esse comportamento inovador, caso contrário, não conseguirão manter-se ativos no mercado. Nesse contexto, o tema amplo abordado neste trabalho é o empreendedorismo no mercado atual, delimitado ao comportamento do empreendedor. O tema citado é importante para os empreendedores, pois a empresa pode estar bem no momento ou até mesmo criar um novo negócio, mas se não se adaptarem às atualizações tecnológicas do mercado e definir um foco de linha de produto e/ou serviço sem traçarem estratégias para confrontar-se à concorrência, não irão conseguir manter o negócio com ativos.

O tema do estudo refere-se ao comportamento do empreendedor atual na área mecânica e elétrica automotiva no município de Farroupilha/RS. O problema referido na pesquisa pode ser citado com a seguinte pergunta: quais comportamentos empreendedores predominam nos sócios proprietários de oficinas mecânicas e elétricas automotivas das empresas pesquisadas e que fatores favorecem o seu desempenho?

Considera-se que os resultados obtidos a partir da pesquisa em questão, contribuam para outras empresas voltadas à área mecânica e elétrica automotiva existentes, fortalecendo os comportamentos de seus sócios proprietários, fator fundamental para aumentar o desempenho das empresas, e buscando oferecer sugestões e ações para que essas oficinas alcancem um maior desempenho num mercado que muda constantemente mediante as tecnologias automotivas.

## 1.2 OBJETIVOS

As organizações traçam objetivos que são transformados em metas e resultados que são divididos em vários departamentos em períodos curtos. Caso os resultados não apareçam, sempre haverá cobranças (Dornelas, 2023).

O objetivo geral do estudo é analisar o comportamento empreendedor dos sócios proprietários de oficinas mecânicas e elétricas automotivas, de maneira a identificar os comportamentos que permitam melhorar o seu desempenho.

Os objetivos secundários delineados no estudo para se alcançar o objetivo geral propõem em identificar se as características do perfil sociodemográfico dos sócios proprietários das oficinas possuem efeito moderador em comparação ao seu desempenho organizacional e ainda sugerir ações de treinamento, sugerir critérios de recrutamento de novos parceiros e ações empreendedoras que visam a incrementar novos comportamentos aos empreendedores que mais se relacionam com o seu desempenho organizacional.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

A justificativa tem objetivo de apresentar a ideia da pesquisa, pois empreender não se resume apenas à criação do próprio negócio, mas sim o empreendedor cria uma empresa, diante a este comportamento e visão. Além disso, a justificativa traz outras questões como a importância, viabilidade e disponibilização dos assuntos pesquisados (Dornelas, 2019).

No Brasil, é elevado o número de microempreendedores e pessoas que sonham em criar o próprio negócio. O número de empreendedores cresce diariamente, pois há boas condições e incentivos dados por empresas privadas e governo para quem deseja se tornar um empreendedor, isso faz com que os trabalhadores deixem os seus empregos e apostem em novos negócios (Dianzi, 2022).

O tema escolhido é bem relevante para os empreendedores que já estão no mercado e/ou para as pessoas que sonham em empreender, sendo possível analisar e entender o modo que se comportam diante aos avanços tecnológicos. É necessário discutir o assunto entre os empreendedores para que eles possam planejar estrategicamente, entendendo desta forma seus clientes e o mercado. A partir dessa percepção, surgiu a necessidade e oportunidade de ser realizada uma pesquisa científica sobre o tema no município de Farroupilha/RS no setor mecânico e elétrico automobilístico, pois sabe-se da dificuldade de quem deseja iniciar a empreender devido à ausência de planejamento, estratégia, saber e conhecer o público alvo, estar preparado e capacitado para atender as necessidades dos clientes e a maneira de agir, de se comportar, enfim, fatores que geram um bom desempenho para a organização.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico é um dos dados mais relevantes de uma pesquisa, sendo um texto aprimorado naquilo que já foi grafado e publicado referente a um tema de pesquisa (Machado, 2020). Na sequência do trabalho, serão citados assuntos interligados ao comportamento do empreendedor atual no Brasil, descritos por etapas divididas em títulos, enfim, descrições relacionadas ao tema citado.

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

Dando início ao entendimento do referencial teórico deste estudo, é fundamental conceituar os termos empreendedorismo, empreendedores e os pontos que direcionam e atingem as organizações e pessoas envolvidas. Embora existam inúmeros conceitos, neste estudo, entende-se como empreendedorismo a execução de demonstrar como iniciar um novo negócio e/ou a manutenção do mesmo. Segundo os autores, Hisrich; Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo, apesar de não ter uma única definição, é considerado como um processo de criação de algo novo ou diferente, que ainda não tenha no mercado, que agrega valor exigindo dedicação e esforço e ainda comprometer-se aos riscos financeiros, psicológicos e sociais, sendo que o retorno, na maioria das vezes, é a satisfação econômica e pessoal. Portanto, é um termo relacionado à inovação, ao risco, à criatividade e à organização.

Na concepção do autor Schumpeter (1982) o empreendedor é o responsável pelo desenvolvimento econômico e através de ações inovadoras, o empreendedor introduz processos criativos, sendo que as organizações de serviços e produtos obsoletos perdem espaço pelos concorrentes que inovam e são substituídos por novas empresas. No entanto, o empreendedor, de certa forma, é quem destrói e cria novas riquezas.

Filion (1999) trata que na literatura o termo possui duas abordagens mais expressivas, sendo a econômica, em que o empreendedorismo está relacionado diretamente à inovação e a comportamentalista, conceituada e tratada como questão de criatividade e intuição. No entanto, ambas consideram os empreendedores como pessoas que detectam e aproveitam as oportunidades criando os empreendimentos, os negócios e assumindo todos os riscos que fazem parte do processo.

Todavia, a autora Lopes (2017) relata que sempre teve empreendedores no Brasil, como de fato, no mundo todo. Mas em discussão, o que é relativamente novo é o estudo do

empreendedorismo, das características, dos fatores que afetam, da relação entre o impulso empreendedor, a inovação, a competitividade e ainda os impactos no crescimento da economia e na sociedade. Essa divulgação foi muito rápida e um dos sonhos mais frequentes e importantes entre os brasileiros que é o de empreender.

Segundo dados do relatório executivo do Empreendedorismo no Brasil, realizado em 2022, pela GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*, projeto de pesquisa com principal objetivo em entender de maneira mais profunda o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social no mundo, quando as taxas de empreendedorismo são abertas por faixas etárias, percebe-se que as discrepâncias entre as idades são menores, exceto pela baixa presença de empreendedores estabelecidos no grupo dos jovens, que se enquadra como normalidade. Vale ressaltar que a maior taxa de empreendedores iniciais, é registrada entre as idades de 25 e 34 anos. Já no âmbito das taxas de empreendedorismo abertas através da faixa de escolaridade, verificou-se que, em 2022, teve uma variação negativa nas taxas de empreendedorismo nascente em todos os níveis de escolaridade, com a queda entre 7% a 36%, sendo o grupo com ensino superior completo com a maior negativa na abertura. Vale salientar que o aumento na taxa geral do novo empreendedor no Brasil, no ano de 2022, especialmente se deu para o grupo que possuem o ensino fundamental incompleto, 135%, no entanto, com esse acréscimo, houve uma mudança na estrutura, sendo que houve redução dos mais escolarizados e aumento dos menos escolarizados no empreendedorismo no Brasil. Quando as taxas de empreendedorismo são iniciadas através de faixas de renda, analisa-se que as nascentes em 2022 são similares em todos os níveis de renda, variando-se entre 7,7 e 8,9.

Segundo o relatório da GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* (2022) os empreendedores nascentes em 2022 eram na maioria homens, sendo que 54,6%, concentrando-se na faixa etária entre 25 e 44 anos, 46% com ensino médio completo, 25,5% com ensino superior completo, possuindo uma renda em média mensal de 40,2% pertencentes a famílias nas faixas de 2 salários mínimos e ainda um pouco mais de 25% na faixa de mais de 3 até 6 salários mínimos.

Lopes (2017) cita que em parceria entre o Instituto Empreender Endeavor Brasil e o Sebrae, denominada Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras, em 2014, foi realizada uma pesquisa, que demonstrou através de dados quantitativos que 58% dos alunos pensavam em abrir um negócio num futuro próximo de três anos, entre os 60% pesquisados. Para tanto, um a cada quatro estudantes, que já estavam no ramo empreendedor, 11,2 %, ou até mesmo, 12,3 % já tinham empreendido.

Na concepção do autor Dornelas (2019) a análise de oportunidades ocorre a partir das ideias iniciais que o empreendedor considera importante para a criação da empresa. Muitos já possuem potencial e, no entanto, tem várias ideias de negócios para criar, já outros, se sentem frustrados por quererem empreender, mas acreditam que não possuem ideias ao ponto de serem interessantes para pôr em prática. Na opinião do autor, a ideia criativa, genial, sem precedentes, é rara e privilégio que poucos possuem. No entanto, esses poucos empreendedores acabam por mudar o rumo com suas criações e invenções, sendo importante ressaltar exemplos recentes e que de certa forma impactam a vida das maiorias das pessoas no mundo que são os empreendedores da tecnologia da informação que, através de suas ideias, mudaram o comportamento das pessoas na sociedade. Vale ressaltar que ideias simples, fáceis de copiar, não deixam de ser oportunidades de negócios, desde que o empreendedor consiga colocar no mercado uma solução que se diferencie das concorrentes através de estratégias inteligentes.

O empreendedorismo por motivos de necessidade é mais suscetível a circunstâncias econômicas e tende a reduzir a oferta de empregos quando aumenta. No empreendedorismo por oportunidade há mais potencial de sucesso e de impactar o crescimento econômico de um determinado país (Travassos; Konichi, 2021).

No dia a dia de suas empresas, muitos empreendedores por estarem muito envolvidos, acabam se esquecendo de uma atividade fundamental: o relacionamento com o ambiente externo, sendo que é de suma importância não apenas para manter uma agenda de reuniões externas para atender clientes, mas sim se faz necessário para trocar informações sobre o seu negócio e o mercado que está inserido (Dornelas, 2023).

Dornelas (2023) afirma que empreendedores de sucesso não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas no momento certo, principalmente nos momentos de adversidade e ainda além de tomar decisões importantes, implementam ações de maneira muito rápida.

O empreendedor por sua vez, para identificar as oportunidades e se adequar às mudanças ambientais com facilidade, necessita ter características empreendedoras presentes em si. No entanto, Santos (2008) identifica que estudos sobre características empreendedoras têm sido constantes no decorrer do tempo. Vale ressaltar que várias são essas características, sendo que para o autor, as que se destacam e compuseram a sua escala de validação são: identificação de oportunidades, busca por informações, eficiência, capacidade de planejar, persistência e ainda a própria intenção de empreender.

Santos (2008) acredita que as pequenas e médias empresas possuem menos recursos e desta maneira, nem sempre terão o potencial empreendedor. Desta maneira, possuem poucas informações do seu ambiente, trabalhando mais focado apenas no operacional, e que, no

entanto, pode ser devido à falta de estrutura formal, conhecimento e ainda mesmo, falta de planejamento.

## 2.2 MENTALIDADE EMPREENDEDORA

O empreendedor desde a sua origem está definido em um perfil que tem ideias e iniciativas para iniciar novos negócios e exploração da infraestrutura para que o negócio seja viável e age na ação, saindo do mundo imaginário, no entanto, realizando antes algo novo no mercado (Galli e Giacomelli, 2017). Percebe-se que nessa visão dos autores, o empreendedorismo tem suma importância no desenvolvimento dos territórios e nações, refletindo nas pessoas que buscam oportunidades e realização dos sonhos, não medindo esforços para que o negócio se concretize, mesmo com as incertezas. Diante disso, o empreendedor tem que saber analisar as oportunidades, pois muitas vezes as soluções para um mercado já existente é o uso das tecnologias.

A mentalidade empreendedora é estimulada para os universitários devido à necessidade de estimular o desenvolvimento econômico no país, pois na crise, eleva o número de desempregados e a taxa de empregos diminui e no entanto, os jovens mais capacitados desenvolvem facilmente essa competência e são alternativas para incorporarem neste mercado de empreendedorismo (Lopes, 2017).

O grande desafio de interpretar e apresentar uma mentalidade empreendedora está num conjunto de aspectos que não são aparentes, pois tratam fundamentalmente de posturas, atitudes e pensamentos. No entanto, quem sonha em empreender, necessita saber que existem características, habilidades e comportamentos em comum entre os empresários que já conquistaram seu espaço devido a este modo visionário de ver o mercado (Empreendedor, 2023).

O empreendedor brasileiro necessita adaptar sua mentalidade de empreender se tem o objetivo de ser protagonista no empreendedorismo inovador, que tem ambição de dominar o mundo atual e promover o desenvolvimento econômico. Deixar de acreditar que as ideias simples e comuns serão suficientes para deixar a empresa na frente dos concorrentes. É necessário fazer inovações duradouras, pois ajudam a aumentar a perenidade e ainda criar barreiras para os competidores, desta forma, tendo um crescimento sustentável ao negócio (Dornelas, 2019).

O Brasil é um país com alto nível de jovens envolvidos no empreendedorismo, mas está rotulado como um país pouco inovador. Inovar é necessário e os empreendedores brasileiros necessitam inserir isso na sua agenda, mudando sua mentalidade e seu comportamento quanto à inovação e desta forma, desenvolvendo melhor economicamente o país e fixando-se no grupo dos países mais desenvolvidos. Para mudar essa visão externa, o empreendedor brasileiro necessita diferenciar entre uma ideia irrelevante, uma invenção e uma inovação (Dornelas, 2019).

O desenvolvimento do empreendedor e a mentalidade aberta para interpretar, mudar e competir com os concorrentes no ambiente global, bem como posicionar sua organização e cultura aos novos padrões referentes à competitividade, serão necessários e decisivos à sustentabilidade da empresa, sendo que a primeira armadilha é o primeiro grande desafio na preparação da mente de um novo empreendedor (Bernardi, 2015).

### 2.3 COMPORTAMENTO DO EMPREENDEDOR

Dentro do conceito de comportamento das pessoas, especificamente no campo profissional, e dos proprietários das organizações, foi possível realizar o presente estudo sobre os determinados perfis comportamentais, as atitudes e ainda os comportamentos que de fato possam estar vinculados aos empreendedores. No entanto, para os autores Serra, Santo e Ferreira (2012) o empreendedor é definido pelo seu comportamento e atitudes, descartando que são traços de personalidade ou de outras características inerentes. Segundo eles, ninguém nasce sendo ou com a genética de empreendedor. Motivações próprias e a maneira que pretendem administrar a vida e ainda necessidades de ter fontes de rendimento e o desemprego são os caminhos que destinam as pessoas a empreender. No entanto, acreditam que as características não podem ser previstas para se tornar um empreendedor, mas sim, pode-se ver quais as habilidades que as pessoas possuem e desenvolver nessas as competências que ainda necessitam para se tornar empreendedoras.

Na percepção dos autores Serra, Santo e Ferreira (2012) muitos empreendedores são impulsionados para a atividade de empreender devido à necessidade econômica e portanto, não possuem bens, capital social para arriscar no negócio. Por outro lado, tem pessoas que têm a vontade de atingir seus objetivos, de realizar, conquistar e conseguir e essa ambição, características que são vistas com muita facilidade através do comportamento, da maneira de agir e a exposição aos riscos.

Os empreendedores buscam as oportunidades de forma intencional, entrando em mercados novos e oferecendo novos produtos, sendo que raramente conduzem de maneira não intencional. As intenções visam a motivação que interfere no comportamento, no entanto, indicam a intensidade com que os indivíduos desejam tentar, o quanto buscam agir de tal maneira. Portanto, quanto mais forte a intenção no empenho e no comportamento, maior a chance de praticá-lo. A percepção da viabilidade tem tudo a ver com a eficácia dos empreendedores, desta forma, relacionada à convicção de que é possível colocar em prática com sucesso, o comportamento necessário (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014).

O ato de ser empreendedor é algo que o ser humano opta em realizar com base nas percepções da predisposição e da viabilidade de criar um negócio para realizar uma oportunidade. As organizações já existentes também devem buscar esse feito, mas isso exige que a administração dessas empresas crie um ambiente no qual os funcionários de maneira corajosa percebam que o comportamento empreendedor dentro de cada um é pessoalmente desejável e viável. Desta forma, surge uma forte intenção de fazer parte do empreendedorismo e é muito maior a chance dela acontecer (Hisrich; Peters; Sheperd, 2014).

O estudo voltado à competência e comportamento das pessoas passa a ter relevância estratégica para as empresas, sendo que competem de maneira mais eficaz no segmento em que atuam, sobrevivendo às mudanças tecnológicas e financeiras que o mercado propõe. Contudo, o autor Coda (2016) define as competências das pessoas tendo em vista o aspecto empresarial, com foco na capacidade de competir e inovar. Por sua vez, as competências gerais são as capacidades essenciais para os profissionais com a agregação de valor. Para as competências pessoais, a pessoa necessita ser eficaz e desempenhar seu papel na organização, já, para as gerenciais, os profissionais visam as capacidades de exercer papel de liderança na empresa e ainda as competências comportamentais ou individuais, que são as capacidades que o empreendedor tem e que interferem no desempenho da organização.

### **2.3.1 Exigências do mundo atual quanto à mudança no comportamento**

A evolução científica em que determinaram o atual cenário contemporâneo sendo a visão e a forma de agir, as inovações, novas tecnologias, a aproximação em tempo real das distâncias entre o local e o global, de certa forma já foram superadas. Para o autor Hengemühle (2013), as novas formas de viver, rápida e permanente substituem as verdades e os valores humanos, desta maneira, estando em crise, pois, exige uma nova postura, nova forma de pensar

e agir. É preciso resgatar o lado humano que respeite a vida e de pessoas capazes de se relacionarem com respeito, com visão integrada e que sejam criativas, competentes para apresentar soluções aos problemas que surgem novos e complexos, desta forma exigindo de pessoas que se comportam com respeito à vida, tendo o desafio de desenvolver na educação, pessoas com novas competências e nova visão empreendedora.

As mudanças do comportamento visam a não ser duradouras se as pessoas tendem a não ter atitudes ativas numa execução, ou seja, implementação de um sistema. Contudo, a transformação pode iniciar com a mudança de comportamento, tendo atitude de iniciar e prosseguir até que as experiências forneçam variações na mentalidade das pessoas, sendo coerentes com os valores da empresa (Banólas, 2013).

As pessoas em geral possuem a necessidade de proteção contra a sociedade e contra as incertezas do futuro. O homem em si é restrito, repetitivo, previsível e tende a desencadear comportamentos repetitivos que de certa forma o protege contra as surpresas. No entanto, essa maneira de agir o robotiza, levando à mediocridade. Portanto, a maneira de se comportar pode gerar garantias pontuais ou ao fracasso (Mariotti, 2010).

### **2.3.2 Detalhamento dos constructos do comportamento empreendedor selecionados para a pesquisa**

Abaixo, apresenta-se detalhadamente os seis constructos que foram estudados e medidos nesta pesquisa com embasamento no modelo de medição dos autores Schmidt e Bonhenberger (2009) e também nas hipóteses de pesquisa relacionadas a cada um deles.

#### *2.3.2.1 Autorrealização*

Diante dos conceitos dos autores Schmidt e Bonhenberger (2009), o comportamento de autorrealização é a aglutinação dos constructos da percepção de oportunidades, auto eficácia e persistência, sendo que:

As oportunidades aparecem em variados lugares. No entanto, muitas vezes, uma determinada região necessita de um serviço ou produto executado por uma empresa que está distante. Diante do mercado globalizado, é necessário ter esta percepção nas oportunidades e também contemplar as possibilidades de desenvolvimento de novos negócios, pois a concorrência é detectada não apenas em empresas estruturadas fisicamente na região, mas

também das que estão em outras partes do mundo (Souza; Lessa; Veillard; Mello; Casado; Costa, 2020).

O conceito de auto eficácia para o autor Bird (1988) está relacionado ao desenvolvimento das intenções e comportamento empreendedor, diante disso, na sua definição, a intenção é um estado mental que direciona a atenção de uma determinada pessoa para um objetivo.

Para o autor Drucker (2008), a persistência é a condição humana de poder trabalhar de maneira intensa, mesmo que possa ter exclusões de atividades sociais e sobretudo, obter resultados imprevistos ou não desejados.

#### *2.3.2.2 Líder*

Segundo os autores Schmidt e Bonhenberger (2009) dentro dos comportamentos definidos, a liderança é uma das características que mais se sobrepõe na definição de um empreendedor. O líder expõe seus objetivos e procura fazer com que eles influenciem sua equipe (Filion, 2000).

Para o autor Kuazaqui (2012) a liderança pode ser observada de inúmeras maneiras, desde o corporativo até o social e o educacional, ou ainda apenas como fenômeno histórico. Diversas ferramentas, estratégias e ações de gestão são utilizadas no âmbito de salvaguardar a construção de um futuro da organização. Dentre os fatores, a liderança se destaca como fenômeno que pode administrar as empresas não apenas para a sobrevivência, mas sim, na construção de um futuro desejado do empreendedor.

#### *2.3.2.3 Planejador*

O comportamento planejador para os autores Schmidt e Bonhenberger (2009) é a capacidade que um indivíduo tem de reconhecer o quanto é importante pensar no futuro da organização e diante disso, estar preparado para esse desafio, sendo que:

O indivíduo que é planejador pensa no seu dia a dia e diante desse aspecto se prepara para o futuro e conseqüentemente o empreendedor que planeja tende a ter uma visão do futuro e ainda suas pretensões para aquele período (Filion, 2000).

Para o autor Dornelas (2023) toda teoria sobre o empreendedor de sucesso tende a mostrar para o mundo que o planejamento é uma das mais importantes tarefas que foram

desenvolvidas por ele, empreendedor. De fato, o planejamento proporciona aumento na estatística de um determinado negócio ser competitivo e, no entanto, o planejamento leva mais empreendedores a usarem este método com objetivo de garantir melhores resultados.

#### 2.3.2.4 Inovador

Segundo os autores Schmidt e Bonhenberger (2009) o comportamento inovador visa criar, imaginar e buscar novidades que visam agregar valor ao produto ou serviço. Desta maneira:

O fato de um empreendedor não enxergar os problemas gera oportunidades para outros, e, no entanto, a natureza da inovação é fundamentalmente o empreendedorismo, dessa forma, uma variada mistura de visão, paixão, energia, entusiasmo, *insight*, julgamento e por fim, muito trabalho são necessárias, pois permitem que as boas ideias se transformem em realidade (Tidd; Bessant, 2015).

Para os autores Scherer e Carlomagno (2016) a inovação deve ser um processo gerenciado. No entanto, ela possui um início na criatividade ou ainda no caos, e após segue com processo estruturado, de definição de estratégias, de prioridades, avaliação de ideias, de gestão de projetos e ainda nos monitoramentos de resultados.

#### 2.3.2.5 Assumir Riscos

Na concepção dos autores Schmidt e Bonhenberger (2009) assumir riscos de forma calculada é uma característica forte entre os empreendedores, diante disso podemos citar que:

Para o autor Dornelas (2023) é comum identificar oportunidades onde a maior parte dos que não são empreendedores vê problemas. Diante disso, assumir riscos e saber tolerar as falhas contribuem e fazem parte das características comuns entre os que conseguem alcançar os objetivos.

Já para o autor Serafim (2011) errar de maneira barata é mandatório. Segundo o autor, sempre que possível, é necessário desenvolver projetos adequados, pondo-os em prática, mantendo em perspectiva a intenção de ganhar maiores conhecimentos nas fases exploratórias, antes mesmo de empreender com investimentos altos e inseguros sem a devida segurança. É necessário ter um balanço entre assumir riscos e mitigá-los.

### 2.3.2.6 Sociável

Para os autores Schmidt e Bonhenberger (2009), os empreendedores pelo fato de conviverem com outras pessoas, envolvimento com clientes, fornecedores, funcionários, possuem características de um comportamento sociável.

O empreendedorismo social compreende o desenvolvimento de iniciativas visando lucros capazes de minimizar ou ainda solucionar problemas sociais e de fato beneficiar a comunidade. Portanto, trata-se de uma atitude inovadora, com motivação social que pode desenvolver-se no setor privado, no terceiro setor ou ainda nas organizações híbridas (Silva; Lessa; Ferreira; Velho; Anastácio, 2019).

Segundo a autora Wilians (2021) o empreendedor social trabalha em busca de gerar impacto social positivo e ainda, a maneira como ele faz isso é investindo em um negócio que tenha retorno de maneira sustentável.

## 2.4 INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

O mundo passou por várias mudanças em curtos períodos, principalmente no século XX, a qual foi criada a maior parte das invenções que mudaram o estilo de vida das pessoas. A maior parte destas invenções são frutos de inovação, de algo atípico ou de uma nova percepção de como utilizar recursos já existentes já que ninguém visualizava-os de outra maneira. Envolvidas nas invenções, havia indivíduos com características visionárias que questionavam, arriscavam e buscavam algo que não existia, e empreendiam. No entanto, empreendedores são pessoas diferenciadas, motivadas e amam aquilo que fazem, não se contentam em ser apenas mais um concorrente, buscam ser reconhecidas e admiradas deixando um legado. Portanto, os empreendedores estão revolucionando o mundo, a maneira de se comportar que de fato faz com que o processo empreendedor deva ser estudado e entendido (Dornelas, 2021).

O empreendedorismo foi o centro das políticas públicas na maior parte dos países, sendo que o crescimento no mundo acelerou-se na década de 1990, aumentando em proporção nos anos de 2000. Contudo, a inovação promoveu-se através de programas de incubação de organizações, desenvolvimento de currículos integrados que estimulavam o empreendedorismo em todos os níveis, desde a educação fundamental até à universitária, e programas e incentivos governamentais, promovendo inovação e transferência (Dornelas, 2021).

A inovação é influenciada diretamente pelas circunstâncias do país, da região e dos setores na sua velocidade, direção e do empreendedorismo devido a disponibilidade ou ainda da falta de recursos, talento, oportunidades, infraestrutura e apoio. Todavia, apesar dessas circunstâncias influenciarem na velocidade e direção, isso não define os resultados. O ensino, capacitação, experiência e a capacidade dos envolvidos também têm um efeito nos objetivos e resultados da inovação e do empreendedorismo (Bessant; Tidd, 2019).

Na visão dos autores Bessant e Tidd (2019) a inovação importa e é percebida a sua necessidade, pois fica evidente nas milhares de exposições empresariais e documentos sobre estratégia o quão importante é inovar para os clientes, acionistas, para o futuro do negócio e ainda para a sobrevivência e crescimento no mercado. A inovação aparece no dia a dia em diversos anúncios e é marcante nos livros de história o quanto influencia na vida de cada indivíduo e ainda está presente nas declarações políticas, que reconhece que as pessoas estão moldadas pelo processo de inovação.

Para ser inovador, o empreendedor necessita ter um relacionamento sério com as perguntas, que quando respondidas, podem fornecer as ideias iniciais ou ainda os *insights* de uma inovação, que na percepção de Silva (2020) *insights* podem ser atingidos através de reuniões de *brainstorming*, análise de campo e ainda na observação.

A organização criativa alcançará o sucesso a longo prazo e isso está associado à inovação devido a capacidade de explorar e desenvolver novos serviços, novos produtos ou ainda novas tecnologias. Portanto, inovação é fazer o diferente, ainda podendo provocar mudanças radicais ou incrementais. As radicais tornam as tecnologias anteriores obsoletas, enquanto que as mudanças incrementais buscam aprimorar as tecnologias existentes (Mações, 2017).

Mações (2017) define que muitos autores acreditam que a inovação é um fator crítico de sucesso e que para isso precisam acrescentar valor e resultar em ganhos ou melhoria para as empresas e para os clientes. Pois, se não adicionar valor, uma nova ideia ou produto se tornará uma invenção não podendo se qualificar como uma inovação. Para se tornar um inovador o empreendedor necessita implementar a sua ideia de tal maneira que torne o serviço ou produto mais em conta ou ainda mais eficiente e viável.

A inovação é a alma do empreendedorismo e para isso é necessário haver novas ideias, mas nem sempre elas se traduzem em inovação, sendo que, se não se traduzirem em novos projetos e não se transformarem em novos produtos, serviços ou ainda novos métodos, isso apenas se tornará uma criatividade. A criatividade é necessária para inovar, mas não sendo o suficiente, pois é a capacidade de combinar novas ideias num contexto único de fazer coisas

novas, ao passo que, inovação é o método de desenvolver uma ideia criativa e transformá-la em um determinado serviço, produto ou num novo método de fabricação (Mações, 2017).

## 2.5 DESAFIO ATUAL NO EMPREENDEDORISMO

A busca infinita do sucesso no dia a dia pode ser um problema, pois a impaciência e o imediatismo poderão ser inimigos na busca da perfeição devido à pressa para atingir os objetivos e ainda sem determinado nível de competências definidas é um desafio do empreendedor em enfrentar no nível de complexidade (Bernardi, 2015).

A alta complexidade voltada ao crescimento com várias possibilidades e alternativas poderá descentralizar totalmente o comando da empresa sendo que o empreendedor tende a se afastar do plano executivo, como conselheiro, e ainda poderá ficar apenas envolvido nos assuntos estratégicos, sendo um novo desafio emocional (Bernardi, 2015).

Para Dornelas (2023) a característica mais conhecida do empreendedor é que ele assume os riscos calculados e ainda sabe gerenciar, sabendo através de avaliações, as reais chances de obter sucesso. Portanto, assumir riscos tem relação direta com desafios e para eles, quanto maior o desafio, mais prazerosa será a jornada do empreendimento.

O empreendedor, apesar de ter autonomia e a sensação de sempre ser o dono das tomadas de decisões e ainda de fazer os próprios horários, tende a ter o lado ruim também, pois muitas vezes, acaba se tornando um escravo do trabalho e necessita equilibrar a vida pessoal e profissional, se tornando, no entanto, um desafio contemporâneo para os empreendedores (Dornelas, 2023).

Certamente, do mesmo modo, trabalhar nas empresas como empregado ou sendo empreendedor apresenta vantagens e desvantagens. Para quem deseja empreender ou que já esteja empreendendo o ideal é contar com a própria competência, com a técnica preparada com estudos e ser profissional para o novo desafio, pois prever os riscos e as possíveis dificuldades aumenta as chances de sucesso (Chiavenato, 2021).

Para o autor Chiavenato (2021) em consequência do ambiente dinâmico e mutável, o empreendedor necessita estar aberto e atento ao que acontece em sua volta, desta forma, percebendo e analisando as mudanças que ocorrem em seu ambiente de trabalho. Contudo, essas mudanças são rápidas, intensas, dinâmicas e complexas, sendo que irá testar uma sensação de incerteza e imprecisão com relação a elas. Saber lidar com isso hoje é o grande desafio do empreendedor na gestão dos negócios visando alcançar os seus objetivos.

A jornada empreendedora necessita do empreendedor capacidades que proporcionam o seu caminho profissional sendo necessário inicialmente ter ideias criativas, domínio nas pesquisas, saber identificar as oportunidades e ainda ter uma visão complexa. Contudo, o profissional empreendedor precisa conhecer onde habita, a rotina e os riscos possíveis, sendo um desafio diário (Valentim, 2021).

Ainda referente aos desafios e às oportunidades no empreendedorismo, o Atlas dos Pequenos Negócios, elaborado pelo Sebrae (2023), mostrou através de dados levantados no ano de 2022 que os empreendedores brasileiros fizeram circular R\$ 35 bilhões por mês na economia brasileira naquele ano. Segundo o levantamento, a renda familiar dos pequenos negócios chegava a R\$ 420 bilhões por ano. Ainda de acordo com o Atlas, 40% dos donos de negócios do Brasil estão em três Estados da região Sudeste, sendo: São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Segundo os dados repassados pelo Atlas, os empreendedores negros eram a maioria entre os MEI-Microempreendedor Individual. Ainda através de pequenos negócios que têm diferenças diante as características pelo país, a região Norte possui uma das maiores proporções de empreendedores jovens, sendo 40% em Roraima e negros 84% no Amazonas e Acre. Na região Nordeste, o Sergipe é um dos Estados com mais mulheres proprietárias de negócios, com o percentual de 37%. O Centro-Oeste do Brasil tem o Estado do Distrito Federal com um dos maiores nas proporções de donos de negócios com ensino superior, com o percentual de 30% e por fim no Sul do país os empreendedores sulistas são os que estão há mais tempo à frente de um negócio, no mínimo há dois anos, desta forma, representando 83%. Estes dados são de suma importância para este trabalho pois demonstram as diferenças entre os empreendedores através de regiões dentro do Brasil, mostrando as oportunidades, a maneira como se comportam e os desafios que precisam enfrentar, conforme o ambiente local.

## 2.6 RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

O atual momento das empresas é muito competitivo, de alta concorrência, porém, há maneiras de aperfeiçoamento estratégico se porventura ocorrer mudanças nas vendas para um cenário voltado ao marketing, pois a visão do negócio é fundamentada em marketing e ao relacionamento com o cliente, desta maneira, as organizações focadas no consumidor diferenciam-se em produtos, serviços e ainda na participação e engenharia de mercado (Valentim, 2021).

Para a autora Valentim (2021), a construção de valor, satisfação e fidelidade do cliente depende diretamente do desempenho das empresas com o relacionamento com os clientes, pois para atingir públicos-alvo e mantê-los fiéis é necessário fidelizar, o que se constitui a alma do negócio.

A fim de melhorar o relacionamento com os clientes, empreendedores precisam definir estratégias para conquistar e fidelizar sua clientela garantindo um bom entendimento entre as partes com as suas respectivas necessidades ou ainda superando suas expectativas. Diante disso, a comunicação, o atendimento e o serviço ao cliente fazem parte deste contexto de um bom relacionamento entre as partes (Chiavenato, 2021).

O autor Chiavenato (2021) define que o cliente tem força de impulsionar e até mesmo derrubar um negócio, sendo que ele pode ser uma organização, um distribuidor, um usuário dos produtos e serviços ou ainda um consumidor final, que, no entanto, é quem compra os produtos e serviços fornecidos pela empresa no final do ciclo de transações e é o responsável em funcionar, ou seja, girar este ciclo, determinando diretamente ou indiretamente se o negócio será bem-sucedido ou não. Portanto, os empreendedores devem encarar o cliente como o principal patrimônio da empresa e, no entanto, é de suma importância que o relacionamento com o cliente seja estimulado e incentivado dia a dia.

Para os autores Silva e Zambon (2015) as organizações terem canais de relacionamento com seus clientes não é suficiente, os empreendedores precisam divulgar aos clientes para que possam claramente usufruir deste canal, sabendo onde reclamar, sugerir ou solicitar e ainda a maneira de realizar, quando necessário o seu uso. No entanto, também é importante que os canais sejam de fácil acesso, facilitando a comunicação e é fundamental que as organizações possuam métodos que orientem o tratamento adequado às manifestações dos clientes e que saibam aprender com elas.

As relações com os clientes se modificaram no Brasil nos últimos anos, contudo, possuem mudanças estruturais que estão de fato aumentando a necessidade de as organizações abandonarem a maneira tradicional de fazer negócios para implementar a gestão do relacionamento profissionalizada e para as empresas conquistarem novos clientes os empreendedores necessitam se dedicar ainda mais. No entanto, um dos grandes motivos disso é o aumento significativo da concorrência que não teme eliminar seus rivais (Madruga, 2021).

Os empreendedores precisam ter um relacionamento verdadeiro com os clientes, criando laços e vínculos, sendo necessário e de suma importância utilizar a mais importante ferramenta no relacionamento, que segundo a autora Poser (2005) é a comunicação. Uma comunicação eficiente mantém e conquista novos clientes.

## 2.7 DESEMPENHO ORGANIZACIONAL

O desempenho nas organizações no conceito do autor Mações (2017), passa pelas inovações tecnológicas que estão associadas à introdução de novos produtos e novas tecnologias e as inovações administrativas estão relacionadas à inovação de técnicas administrativas para melhorar a gestão e ainda o desempenho das atividades empresariais. Diante disso, as organizações com alto desempenho são aquelas que constantemente mudam e se adaptam às mudanças do ambiente para ficarem mais eficazes e eficientes.

Na percepção do autor Mações (2017), a grande parte dos gestores em determinado momento sentem a necessidade de ter que mudar algo nas suas empresas. A mudança organizacional, no entanto, é o amparo de uma nova ideia ou de um novo comportamento para uma organização ao qual pode dar-se ao nível das pessoas, da estrutura e ainda da tecnologia que de fato, podem interferir no desempenho organizacional.

Diante da era digital, o autor Chiavenato (2021) caracteriza que estamos vivendo numa época em que ocorrem mudanças rápidas e radicais pelo acelerado avanço tecnológico diante de uma busca por talentos com novas competências, habilidades e vantagens competitivas. O autor acredita que as empresas estão sim, buscando talentos no mercado para manter e também garantir a alta competitividade e sustentabilidade em um cenário dinâmico, mutável, competitivo e exponencial nos negócios. Contudo, o desempenho organizacional depende de todos, externa ou internamente de cada organização em uma variada aliança coletiva.

Portanto, o autor Chiavenato (2021) defende que um dos principais desafios nas organizações é a utilização de seus talentos e competências. Segundo o autor, muitas organizações buscam ousadamente, entretanto não conseguem atingir na totalidade o potencial de seus respectivos talentos diante de seus objetivos e estratégias. Isso acontece pois o desempenho organizacional depende de variáveis elementos conjugados e integrados, sendo principalmente, o elemento humano.

Por sua vez, os autores Camillis; Ferrari; Ricarte; Affonso e Ruwer (2018) defendem que a partir de definições de estratégias é necessário antes de medir o desempenho organizacional organizar a empresa, para assim, dar sequência à medição do desempenho da organização.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia está relacionada ao jeito de fazer a ciência, dos procedimentos, das técnicas e ainda, dos caminhos a seguir, relacionando com o ambiente da pesquisa (Matias-Pereira, 2019).

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

A pesquisa é um conjunto de processos sistemáticos, críticos e empíricos aplicados no estudo de um fenômeno (Sampieri; Collado; Lucio, 2013). Já para a autora Vergara (2016), a pesquisa é motivada por uma necessidade de resolver problemas concretos, mais imediatos, ou não.

Para o autor Gil (2019), a efetividade de uma pesquisa requer a coleta da visão teórica de um problema com os dados da realidade. Portanto, o delineamento de uma dada pesquisa refere-se à estratégia adotada pelo pesquisador para adquirir as respostas do problema de forma coerente garantindo o tratamento do problema e a obtenção de seus objetivos.

A pesquisa sempre decorre de um problema e ainda de um delineamento específico, que por sua vez, integra diferentes componentes do estudo que definem delineamentos que correspondem a pesquisas assemelhadas a seus propósitos e as formas de execução. O pesquisador define seus objetivos, o alcance e os módulos da pesquisa, ainda escolhe os delineamentos disponíveis para conduzir o seu desenvolvimento, de certo modo, podendo até classificar o seu estudo (Gil, 2019).

Diante dos conceitos e denominações de pesquisa, ela pode ser classificada por dois tipos: qualitativa e quantitativa. As pesquisas qualitativas caracterizam-se pelas informações buscadas que permitem compreender a complexidade e os detalhes das informações adquiridas com o intuito de analisar a experiência das pessoas em ambientes sociais. Contudo, para as pesquisas quantitativas são apresentados números e dados que comprovam os objetivos de forma geral da pesquisa que ainda permitem descrever populações e fenômenos, ainda podendo verificar a existência de relação entre as variáveis (Gil, 2019).

### 3.2 ESTUDO QUANTITATIVO

A presente pesquisa possui natureza descritiva e abordagem quantitativa. No entanto, para o autor Gil (2019), as pesquisas descritivas têm como objetivo estudar características de um determinado grupo, ao modo do problema apresentado na atual dissertação. Ainda, pesquisas tanto descritivas, quanto exploratórias, são as mais usadas em Ciências Sociais.

Para os autores Hair, Black, Babin, Anderson e Tatham (2009), as pesquisas descritivas são aquelas que visam mensurar as características descritas em uma questão de pesquisa. Neste caso, por se tratar de uma pesquisa descritiva, a abordagem quantitativa se demonstra a mais adequada para esta natureza, que por sua vez, descreve os significados de maneira mais objetiva.

A pesquisa descritiva expõe características de determinada população e ainda de determinado fenômeno. No entanto, pode estabelecer correlações entre as variáveis e a definição da sua natureza, ao qual não tem compromisso de ficar explicando os fenômenos que são descritos (Vergara, 2016).

O principal objetivo da pesquisa quantitativa é coletar dados de um determinado público com a ideia de tirar conclusões sobre o tema pesquisado. Diante disso, a principal ferramenta para conseguir os dados no método quantitativo é mediante um questionário em que as perguntas são tratadas de maneira indutiva com o objetivo de testar hipóteses. Contudo, esta ferramenta é o método mais usado pelos pesquisadores para a coleta de dados, sendo necessário ser coerente com o tema da pesquisa (Lozada; Nunes, 2019).

### 3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Diante da definição do foco da pesquisa é primordial ajustar o objeto de estudo definindo a amostra e a população que vai estar envolvida na pesquisa com o objetivo da obtenção de dados necessários para a análise e conclusão do estudo. Contudo, para o autor Gil (2019) população é um conjunto de elementos que têm determinadas características e que geralmente são referência no total de habitantes de determinados lugares e o elemento da população é o participante individual da população, constituindo a unidade de estudo da pesquisa por amostragem.

As autoras Lozada e Nunes (2019) já nas suas concepções definem população como um conjunto de elementos que se tem objetivo estudar e a respeito do qual se pretende finalizar

algo. Com isso, muitas vezes é difícil analisar o conjunto como um todo, sendo necessário estabelecer uma fração para ser representada que corresponde à uma amostra. Já para a autora Vergara (2016) população não é o número de habitantes de um determinado local ao qual é conhecido neste conceito, mas sim, é um conjunto de elementos, sendo por exemplo: empresas, produtos e pessoas que possuem as características que são objeto de estudo. No entanto, população amostral ou amostra é uma parte deste universo, população.

Amostra é definida como um conjunto de elementos ou ainda uma classificação da população de onde são retiradas informações de um grupo participante no estudo. Portanto, a amostragem pode ser dividida em dois modelos: amostra probabilística e amostra não probabilística ou por julgamento (Lozada; Nunes, 2019).

As autoras Lozada e Nunes (2019) definem que a amostra probabilística permite a utilização de dados estatísticos que compensam as possíveis falhas amostrais e ainda outros fatores importantes para a significância da amostra e já a amostra não probabilística ou por julgamento não tem fundamentação estatística, pois a escolha dos elementos está relacionada com as características da pesquisa ou ainda de quem faz a amostragem.

Amostra é um subconjunto da população ou ainda do universo ao qual se estabelecem ou se estimam as características dessa população ou universo e amostragem é um processo de seleção de um determinado grupo de pessoas, eventos, comportamentos ou enfim, de outros elementos de uma população a ser pesquisada (Gil, 2019).

Diante dos conceitos apresentados é necessário determinar um público-alvo para a aplicação do método de pesquisa para a obtenção de resultados através da coleta de dados. No método de pesquisa é necessário alcançar um certo número de respostas através de um determinado número de respondentes, portanto, o estudo abrange participantes que são empreendedores, sócio proprietários de mecânicas e elétricas automotivas no município de Farroupilha/RS.

Em contato com a Prefeitura Municipal, identificou-se 315 empresas registradas no município de Farroupilha no segmento de mecânica e elétrica automotiva no mês de junho de 2023, sendo que 19 delas estão com dois CNPJs por estarem atuando nas duas áreas automotivas. A relação encontra-se no ANEXO A - lista de mecânicas e elétricas automotivas em atividade no município de Farroupilha/RS no ano de 2023. No entanto, a população é dada pelas 296 empresas e diante desta lista deve-se definir a amostra. Contudo, vale ressaltar que para esta pesquisa foi usada a amostra probabilística calculada pela calculadora amostral com a população de 296 empresas, erro amostral de 5%, nível de confiança de 90%, sendo

distribuída a população mais homogênea (80/20) resultando em 110 empresas que devem responder à pesquisa.

### 3.4 PROCESSO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados pode ser definida como um processo que é usado para obter informações geradas pelas pessoas e ainda por processos, que, no entanto, servirão de insumos para o planejamento estratégico do negócio. Os dados podem ser coletados através de plataformas que são específicas para coletas, formulários, sites e ainda por outras metodologias (Oliveira, 2022).

Para o autor Olsen (2015) a coleta de dados que é sofisticada permite planejar e executar os melhores tipos de pesquisa e na sua concepção, em algumas áreas de pesquisa as fases de coleta e de geração de dados são difíceis de revelar porque os dados já podem estar fornecidos em jornais e ou em outras publicações.

Já para o autor Martins (2019), a coleta de dados é um processo que tem objetivo reunir os dados para um uso secundário através de técnicas específicas de pesquisa e que são utilizados para tarefas de pesquisa, planejamento, estudos, desenvolvimento e ainda para experimentações com objetivo de fornecer uma melhor análise da pesquisa. Portanto, a pesquisa científica é definida a partir da problematização, dos objetivos e da metodologia.

A coleta de dados desta pesquisa foi realizada através de um questionário com o objetivo de mensurar os constructos que orientaram a pesquisa, gerando os resultados conforme as opiniões dos respondentes, conforme referência pesquisada e utilizada (Krakauer, 2018).

Define-se questionário como um conjunto de perguntas que se tende a fazer para retornar informações com os objetivos do tema. Os questionários possuem variados formatos e modelos, o que vai determinar a escolha é a finalidade que se busca (Conceito.de, 2020).

Com o objetivo de definir melhor os dados para a conclusão da pesquisa, o questionário aplicado baseia-se em pesquisa publicada pela Universidade de São Paulo, cujo autor Décio Krakauer (2018) desenvolveu em sua dissertação de mestrado. O questionário validado encontra-se disponível no ANEXO B. Este questionário utilizado por Krakauer (2018) foi a base para desenvolver o questionário aplicado neste trabalho. O questionário aplicado durante a pesquisa está disponível no APÊNDICE A para consulta.

A coleta de dados para este trabalho ocorreu pelo período de três semanas de coletas presencialmente nas empresas entre as datas 02 a 23 de setembro de 2023, uma vez que não

houve sucesso nos retornos das pesquisas por meio eletrônico através do *google forms* realizado pelo período de uma semana, de 26 de agosto a 02 de setembro de 2023. O link foi enviado para 39 empresas e obteve-se apenas uma resposta, logo, estrategicamente foi alterado o método de coleta.

Neste período, foi seguida a lista de mecânicas e elétricas automotivas em atividades no ano de 2023 no município de Farroupilha/RS, conforme o ANEXO A deste presente trabalho, situadas nos Bairros: Medianeira, Do Parque, Centro, Primeiro de Maio, Volta Grande, Santo Antônio, Pio X, Imigrante, Nova Vicenza, Bela Vista, Centenário, Monte Pasqual, Santa Catarina, Vicentina, São Luiz, Cruzeiro, São Roque e América obtendo um total de 114 respostas.

### 3.4.1 Pré-teste

A elaboração de um anteprojeto, conhecido também por pesquisa-piloto e ainda mais popularmente por pré-teste, tem o objetivo de integrar quadros teóricos e aspectos metodológicos de um modo adequado ao estudo proposto (Lozada; Nunes, 2019).

Para o autor Gil (2019) o questionário após redigido e antes de aplicar definitivamente deverá passar por um teste preliminar com a finalidade designada como pré-teste com o objetivo de evidenciar possíveis falhas no contexto do questionário, por exemplo: complexidade das questões, imprecisão na redação, entre outros.

Já para a autora Lakatos (2021) nem sempre será possível antever todas os contratemplos e problemas decorrentes de uma pesquisa que envolva coleta de dados, pois questionários podem não funcionar devido a inúmeras variáveis, como: perguntas subjetivas, no entanto mal formuladas, ambíguas e com isso os respondentes podem ser equívocos e, portanto, a amostra pode ser inviável. Diante disso, é de suma importância aplicar o pré-teste para evidenciar possíveis erros e garantir a reformulação no questionário em definitivo, para que a amostragem seja viável.

O método de aplicação do questionário, o pré-teste, foi aplicado para dois empreendedores de mecânicas e elétricas automotiva no dia 25 de agosto de 2023 por meio do aplicativo de mensagens *WhatsApp* com o link do formulário eletrônico do *google forms* para facilitar aos respondentes e obter o resultado em curto prazo.

Ao finalizar o preenchimento, os entrevistados retornaram ao autor com um *feedback* que o formulário estava de fácil entendimento, com clareza e agilidade para respondê-lo.

### 3.5 PROCESSO DE ANÁLISE DE DADOS

Análise de dados é o processo de aplicabilidade de técnicas estatísticas e lógicas para aprovar as informações alcançadas a partir de tais processos que consiste em extrair informações úteis através dos dados para que sejam tomadas decisões mais certeiras para os resultados (Silva, 2022).

Mediante a metodologia de análise de dados, consegue-se tomar decisões mais tranquilas e seguras e com isso implementar estratégias mais eficazes nos diferentes negócios existentes, pois, a análise de dados no contexto corporativo, é um processo que visa buscar informações relevantes a partir de dados quantitativos e qualitativos diante do aspecto específico do negócio (Corrêa, 2022).

Para o autor Ferreira (2019) a análise de dados é um trabalho dedicado à aplicação sobre os dados que a organização coleta nas suas principais fontes, sendo um trabalho de entendimento de alto nível de dados desestruturados e que necessitam ser selecionados e resolvidos. Nessa ação, os profissionais conseguem obter resultados sobre as vendas, marketing, relacionamento com o cliente e demais possibilidades de melhorias.

#### 4 DESENVOLVIMENTO E RESULTADOS

O desenvolvimento da pesquisa, a análise e a apresentação dos resultados são de suma importância, pois trata-se do estágio final com a obtenção de respostas e diante disso pode-se tomar decisões baseadas através desse desfecho, compreendendo os elementos para adaptar-se às características e necessidades (Sampieri; Collado; Lucio, 2013).

Para os autores Lozada e Nunes (2019) os resultados são convertidos em informações visadas desde o início da pesquisa. Quanto à análise dos resultados cabe ao pesquisador interpretá-los e desvendar e responder ao problema de pesquisa. O pesquisador, no entanto, deve comentar o motivo dos resultados se apresentarem de tal maneira e ainda avaliar se foram suficientes para alcançar os objetivos do estudo e por fim, os fatores e variáveis que podem influenciar os resultados.

Neste capítulo, serão apresentados os resultados que foram obtidos através da aplicação da pesquisa através do questionário para coleta de dados e contudo, as análises realizadas para as 31 questões. A obtenção dos resultados foram 1 através do formulário online e 113 por formulário físico, totalizando 114 respostas, atingindo a quantidade mínima contabilizada pela calculadora amostral de 110 respondentes devido à população de 296 empresas no município.

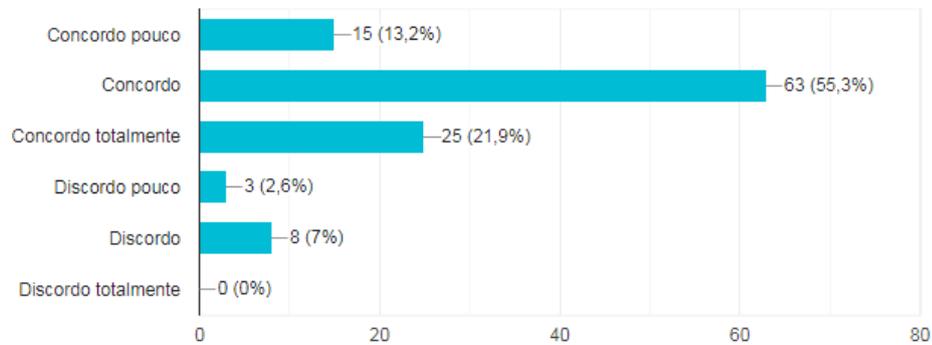
O questionário aplicado é elaborado com 31 questões, dividindo-se em dois blocos, ao qual no primeiro, são apresentadas 26 frases relacionadas ao tema de pesquisa. Já, no segundo bloco é constituído por 5 perguntas com informações sobre o perfil dos respondentes. Em primeiro momento, foram analisadas as questões referentes ao tema de pesquisa, sendo de 1 a 26. Já, no segundo momento, as perguntas 27 a 31 referente ao perfil dos empreendedores respondentes. No decorrer dos próximos parágrafos por meio das figuras, análises e conclusões estarão disponíveis as informações para observação conforme os percentuais obtidos nas respostas na coleta de dados através da pesquisa realizada com os empreendedores da área mecânica e elétrica automotiva no município de Farroupilha/RS.

No primeiro bloco, a pesquisa referente ao comportamento do empreendedor e ao desempenho organizacional foi realizada com base nos constructos de autorrealização, inovação, planejamento, liderança, riscos que podem ser assumidos, sociabilidade, agressividade e desempenho organizacional.

Figura 1 - Frequentemente percebo oportunidades promissoras de negócios no mercado

1- Frequentemente percebo oportunidades promissoras de negócios no mercado.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Na questão 1, os entrevistados foram questionados se com frequência percebem oportunidades promissoras de negócios no mercado atuante. Conforme resultado da pesquisa e com evidência na Figura 1, os 114 empreendedores que responderam 55,3% concordam que percebem de fato as oportunidades, outros 21,9% concordam totalmente e 13,2% concordam pouco. A discordância é mínima, 7% discordam e apenas 2,6% discordam pouco. Nenhum dos entrevistados discorda totalmente.

Ao analisar os resultados observa-se que os empreendedores entrevistados em grande escala percebem as oportunidades promissoras de negócios no mercado, sendo poucos que possuem dificuldades em percebê-las.

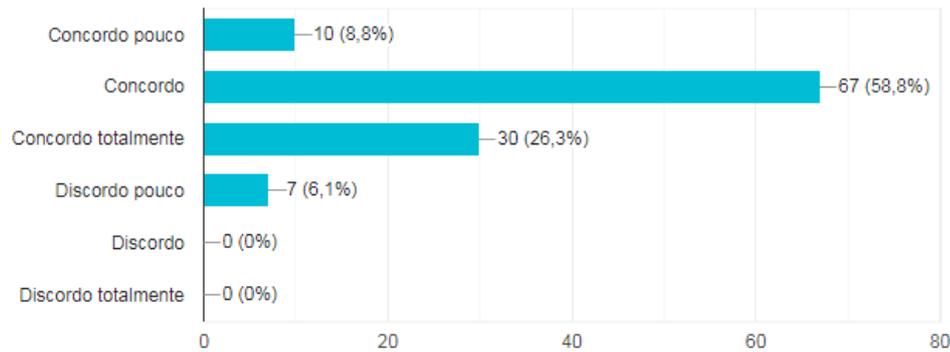
As oportunidades de negócios são uma possibilidade percebida pelo empreendedor de vender seus serviços ou produtos conforme as necessidades de um certo público consumidor alvo. Identificar uma oportunidade de negócio é manter-se atualizado sobre o mercado no geral. Contudo, uma boa ideia é importante, mas saber identificar uma ótima oportunidade de negócio é muito além, ainda podendo ser decisivo para o futuro da organização, pois muitas vezes, ao analisar o que outros nichos de mercado fazem, ideias surgem e se adaptam ao negócio do próprio empreendedor que está visando as oportunidades (Nubank, 2023).

A questão 2 objetiva identificar se os entrevistados tendem a ser habilidosos em encontrar oportunidades de negócio no mercado.

Figura 2 - Acredito que tenho habilidade em encontrar oportunidades de negócio no mercado

2- Acredito que tenho habilidade em encontrar oportunidades de negócio no mercado.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Analisando a questão 2, os entrevistados foram questionados se acreditam em ser habilidosos em encontrar oportunidades de negócio no mercado, sendo que mais da metade dos respondentes, 58,8% divulgado na Figura 2, de fato acreditam terem esse ponto forte, pois concordam. Ainda 26,3% concordam totalmente, não restando dúvidas em ser habilidosos e já 8,8% concordam pouco. Os discordantes foram apenas 6,1% que discordam pouco, sendo que nenhum dos respondentes discordaram totalmente.

Pode-se concluir para esta questão que a maior parte dos empreendedores entrevistados são habilidosos em encontrar oportunidades de negócio no mercado, observando-se que uma pequena escala tem dificuldade em encontrá-las.

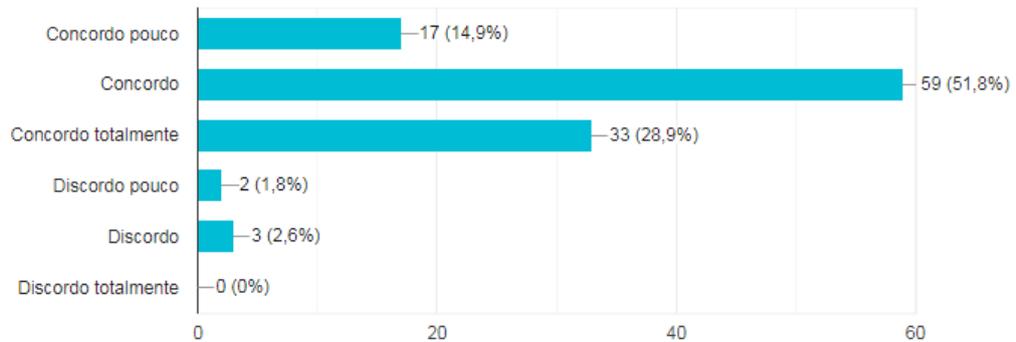
Habilidades são características de uma pessoa hábil, capaz de realizar uma tarefa bem-sucedida, um indivíduo inteligente e ágil. Contudo, habilidades profissionais são as competências desejadas em um ambiente de trabalho saudável para que as atividades possam ser feitas da melhor maneira possível em cada operação, mas por sua vez, muitas vezes, elas são inatas, ou seja, a pessoa já constitui em si, mas que no dia a dia são instigadas, desenvolvidas e aprimoradas diante ao estudo e a prática (PUCPR, 2020).

Na questão 3, o propósito é detectar se os entrevistados possuem controle sobre os fatores críticos diante das suas realizações profissionais.

Figura 3 - Tenho controle sobre os fatores críticos para a minha realização profissional

3- Tenho controle sobre os fatores críticos para a minha realização profissional.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Averiguando a questão 3, os entrevistados foram questionados se possuem controle sobre os fatores críticos para as suas realizações profissionais, ao qual, conforme Figura 3, 51,8% concordam em controlá-los, 28,9% concordam totalmente e os que concordam pouco são 14,9%. No entanto, apenas 2,6% discordam e ainda 1,8% que discordam pouco, sendo que, nenhum dos respondentes discorda totalmente.

Com a obtenção dos resultados para esta questão, conclui-se que os empreendedores entrevistados em grande escala possuem o controle sobre os fatores críticos para as suas realizações profissionais, no entanto, um pequeno número acredita estar com dificuldade para conseguir se realizar profissionalmente.

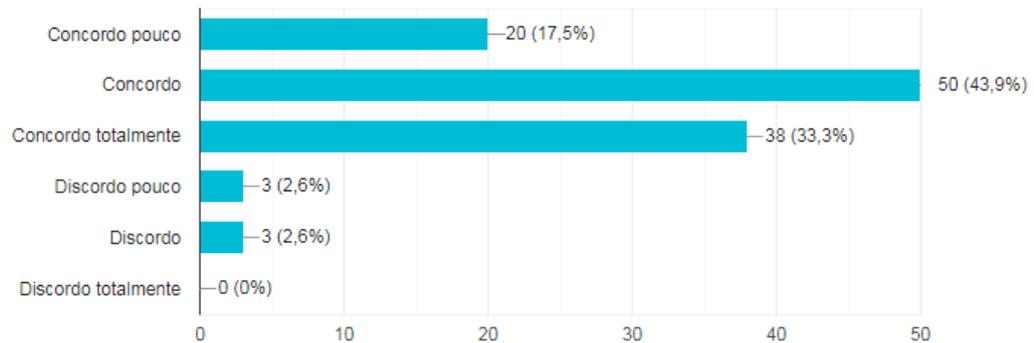
Os fatores críticos do sucesso para uma realização profissional são nada mais que elementos ou ainda condições que possuem um papel primordial na construção do sucesso de um empreendedor que são os fatores mais importantes e que necessitam ser identificados, entendidos e gerenciados para que um projeto, ou seja, empreendimento seja controlado e bem-sucedido para a obtenção do sucesso almejado. No entanto, é importante frisar que não existem fatores críticos universais e absolutos que sirvam para todo e qualquer plano, pois variam de acordo com o contexto. Ainda, esses fatores podem incluir habilidades, conhecimentos, recursos, processos (TSAI, 2023).

A questão 4 objetiva identificar se os entrevistados no quesito profissional se consideram ser mais persistentes que as demais.

Figura 4 - Profissionalmente, me considero uma pessoa mais persistente que as demais

4- Profissionalmente, me considero uma pessoa mais persistente que as demais.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Verificando e analisando a questão 4, os entrevistados foram questionados se profissionalmente se consideram uma pessoa mais persistente que as demais e através da pesquisa e evidenciado na Figura 4, os empreendedores respondentes concordam em 43,9% que se consideram mais persistentes que as demais, 33,3% concordam totalmente e ainda 17,5% concordam pouco. Aos discordantes, houve a mesma porcentagem de 2,6% para discordo e discordo pouco, sendo que nenhum dos 114 respondentes optaram por discordo totalmente.

Com os resultados obtidos através da pesquisa percebe-se que os empreendedores entrevistados por sua vez se consideram mais persistentes no âmbito profissional do que as demais, apenas uma pequena margem que se considera não persistente.

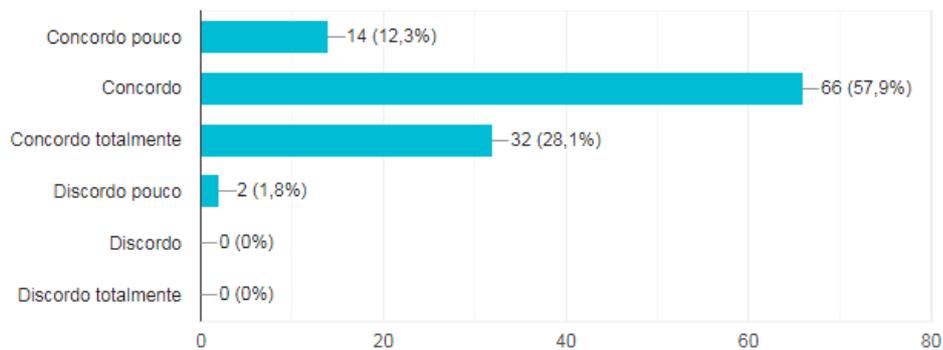
A persistência refere-se a fazer algo de forma focada, mesmo se deparando com dificuldades ao longo do percurso e mesmo assim, essencial para alcançar os objetivos e o sucesso esperado. Ser persistente diz respeito a fortalecer aquilo que você deseja e a atitude em buscar os objetivos. Uma pessoa persistente no âmbito profissional entende que ao longo do caminho existirão obstáculos, sendo necessário aprender com os erros e se aprimorando de forma constante. Contudo, a persistência não tem a ver com arrogância, ao qual vem acompanhada de propósitos, autocrítica, metas, estratégias, discernimento e foco para buscar aquilo que se deseja (Marques, 2023).

Na questão número 5, o intuito é saber se os empreendedores sempre encontram soluções muito criativas para os problemas profissionais com as quais se deparam.

Figura 5 - Sempre encontro soluções muito criativas para os problemas profissionais com os quais me deparo

5- Sempre encontro soluções muito criativas para os problemas profissionais com os quais me deparo.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Na questão 5 os entrevistados foram questionados se eles sempre encontram soluções muito criativas para os problemas profissionais com as quais se deparam. Conforme resultado da pesquisa na Figura 5, 57,9% concordam, 28,1% concordam totalmente, não restando nenhuma dúvida e ainda 12,3% dos 114 respondentes concordam pouco. Os empreendedores discordantes são de pequena escala, pois apenas 2 respondentes, 1,8% afirmam que discordam pouco. Já para as opções discordo e discordo totalmente não foi obtida nenhuma resposta.

Pode-se concluir para esta questão que a maior parte dos empreendedores entrevistados são muito criativos em encontrar soluções para os problemas profissionais que se deparam no dia a dia no trabalho, desta forma facilitando problemas maiores para a organização.

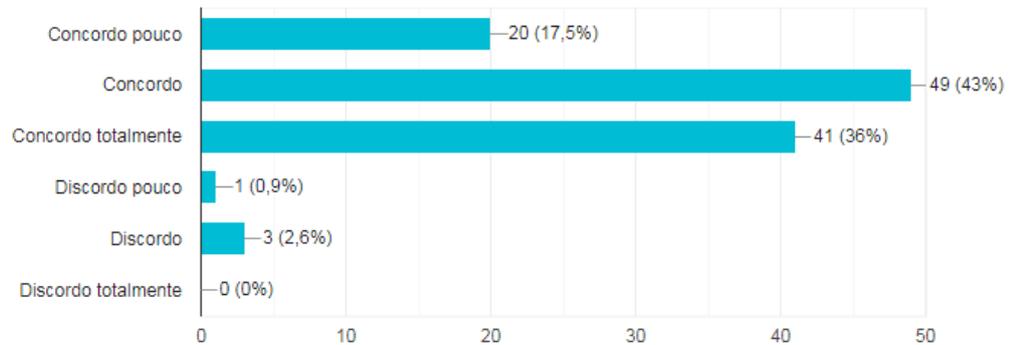
A solução criativa para os problemas, sendo eles, pessoal ou profissional, é o processo mental da busca por uma solução original e desconhecida para um problema, de maneira independente e inovadora tendo o objetivo de amplificar a criatividade que está latente dentro da pessoa para que sejam desenvolvidos pensamentos não convencionais. Entretanto, o momento inicial do pensamento é sempre fundamental para se produzir o máximo de ideias possíveis (SEAD, 2018).

A questão 6 objetiva identificar se os entrevistados preferem um trabalho cheio de novidades em relação a uma atividade rotineira.

Figura 6 - Prefiro um trabalho cheio de novidades em relação a uma atividade rotineira

6- Prefiro um trabalho cheio de novidades em relação a uma atividade rotineira.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao questionar os entrevistados se eles preferem um trabalho cheio de novidades em relação a uma atividade rotineira, conforme questão e Figura 6, os respondentes concordam em 43%. Concordam totalmente 36% em que preferem trabalhos novos e ainda 17,5% concordam pouco. Para os discordantes, apenas 2,6% discordam e 0,9% discordam pouco. Para a opção discordo totalmente, nenhuma resposta foi obtida.

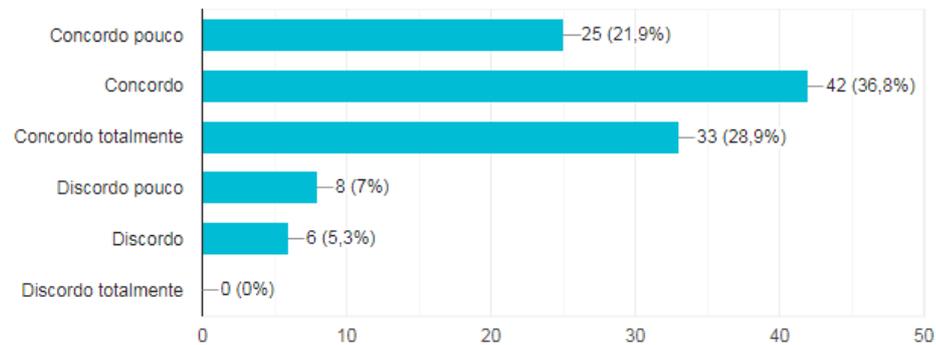
Ao concluir a análise da questão número 6 percebe-se que os empreendedores preferem um trabalho cheio de novidades em relação a uma atividade rotineira, pois não é monótono e instiga o aprender com as novidades, gerando conhecimento e por fim, a qualidade da saúde mental do trabalhador devido a não ter a monotonia.

Desde o princípio dos tempos até os dias de hoje o conceito do trabalho foi sendo transformado e fundido com a história da humanidade e das civilizações no mundo. A questão número 7 tem o propósito de identificar se os 114 empreendedores entrevistados gostam de mudar a sua forma de trabalhar sempre que for possível. Para isso, abaixo, na Figura 7, os gráficos estão em evidência compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 7 - Gosto de mudar minha forma de trabalhar sempre que possível

7- Gosto de mudar minha forma de trabalhar sempre que possível.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Conforme questão número 7, mencionada acima deste trabalho, os respondentes foram abordados se gostam de mudar a sua forma de trabalhar sempre que possível e portanto, na obtenção dos resultados, 36,8% responderam que concordam de fato, 28,9% concordam totalmente de maneira que não resta dúvida nenhuma para eles e já para percentual de 21,9% marca-se a opção concordo pouco. Nesta mesma questão, 7% discordam pouco e 5,3% para a opção discordo. Já a opção de discordar totalmente não foi selecionada por nenhum dos entrevistados.

Através dos resultados obtidos, conclui-se a análise da questão número 7 e percebe-se que os empreendedores gostam de mudar a sua forma de trabalhar sempre que possível, assim, pode-se dizer que estão atentos às mudanças de processos e que necessitam mudar sempre que necessário, caso contrário, a tendência é que os empreendedores não obtenham sucesso se deixarem de mudar as tarefas sempre que possível.

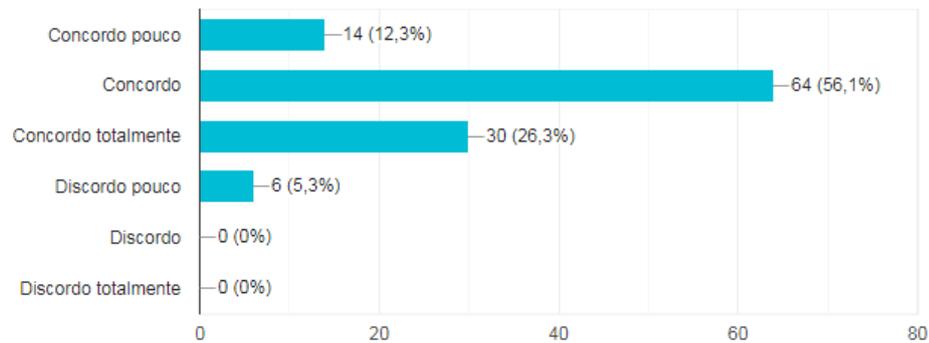
Mudança é a alteração ou modificação do estado normal de algo ou a modificação ou transferência de alguma coisa (Ribeiro, 2019).

A questão abaixo, número 8, tem o propósito de identificar se os 114 empreendedores entrevistados no município de Farroupilha/RS têm um bom plano de vida profissional. Através da pesquisa levantou-se os dados e abaixo, na Figura 8, os gráficos demonstram as evidências compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 8 - Tenho um bom plano de vida profissional

8- Tenho um bom plano de vida profissional.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao questionar os entrevistados se eles têm um bom plano de vida profissional, conforme questão e Figura 8, os respondentes concordam em 56,1%, 26,3% concordam totalmente e 12,3% concordam pouco. Apenas 5,3% discordam pouco. Já para as opções discordo e discordo totalmente, nenhum dos entrevistados escolheram essa opção.

Através dos resultados obtidos, conclui-se a análise da questão número 8 e, no entanto, percebe-se que os empreendedores entrevistados possuem um bom plano de vida profissional, de suma importância para manter-se ativos no mercado.

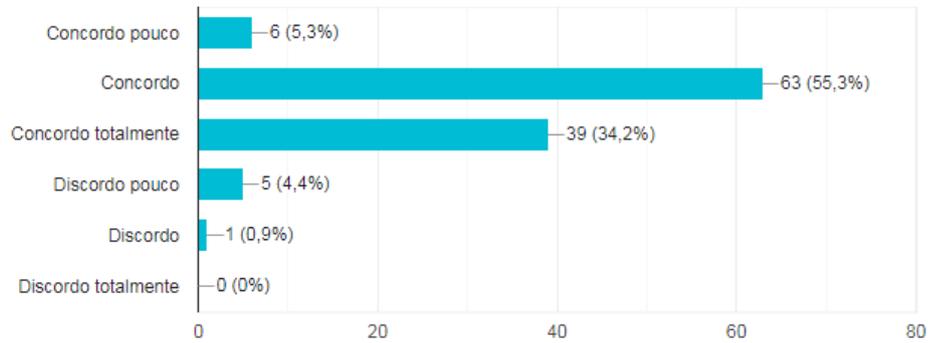
Diariamente almeja-se o sucesso, mas para alcançá-lo é necessário não apenas trabalhar muito, ser disciplinado e ter objetivos definidos, mas também é preciso elaborar um plano de vida e carreira. A aceleração do ritmo de vida dos últimos anos e o aumento da competitividade do mercado de trabalho fazem com que o sucesso de cada um dependa da sua capacidade de promover suas habilidades, ao qual, ter um plano de vida e de carreira ajuda para a definição do caminho certo e na competição do âmbito profissional. Portanto, um plano de vida é um documento de jornada que ajuda a definir suas prioridades, tomar decisões importantes e avançar rumo ao estilo de vida desejado (EBAC, 2023).

A questão abaixo número 9 tem o propósito de identificar se os 114 empreendedores entrevistados no município de Farroupilha/RS sempre planejam da melhor forma o que fazem em seu trabalho. No entanto, através da pesquisa levantou-se os dados e abaixo na Figura 9, os gráficos demonstram com as evidências compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 9 - No meu trabalho, sempre planejo da melhor forma o que eu faço

9- No meu trabalho, sempre planejo da melhor forma o que eu faço.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao responderem a questão número 9, os respondentes foram questionados sobre o planejamento em seus trabalhos, ao qual 55,3% concordam que sempre planejam da melhor forma o que fazem, 34,2% concordam totalmente e 5,3% concordam pouco. No entanto, para a discordância, 4,4% discordam pouco e para o discordo apenas 0,9%. Já para a opção discordo totalmente, não foi obtido nenhum resultado.

Através da obtenção dos resultados, conclui-se a análise da questão número 9 e percebe-se que os empreendedores sempre planejam da melhor forma o que fazer em seus trabalhos, sendo de suma importância no resultado final.

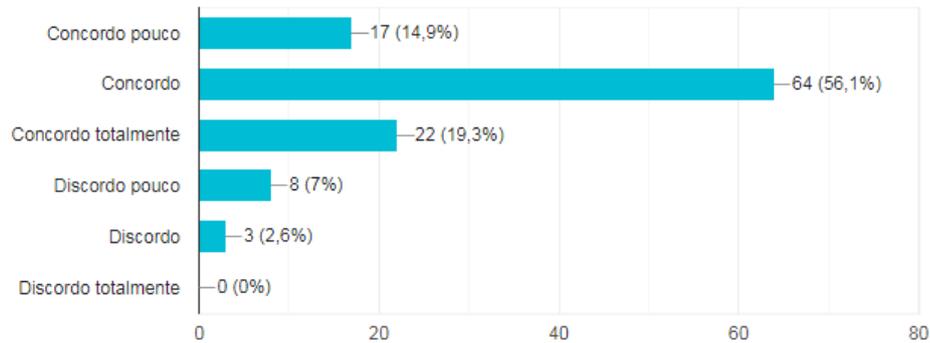
Empresas que obtêm sucesso possuem um fator em comum, o planejamento estratégico bem estruturado, pois ele é o direcionamento necessário para que uma organização seja guiada rumo ao sucesso. Contudo pode-se dizer que a estratégia empresarial é um conjunto de grandes escolhas que orientam o gerenciamento atual e a construção de uma visão de longo prazo através das condições de incertezas. Os fundamentos de um bom planejamento estratégico devem ser analisados e interpretados são os pontos de partida, pois demonstram como a empresa está hoje, o destino que é a visão de longo prazo da empresa e por fim, o trajeto, ou seja, as ações necessárias para o alcance dos resultados (Vieira, 2018).

A questão número 10 tem por objetivo identificar se os 114 empreendedores de mecânicas e auto elétricas automotivas entrevistados têm os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.

Figura 10 -Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados

10- Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

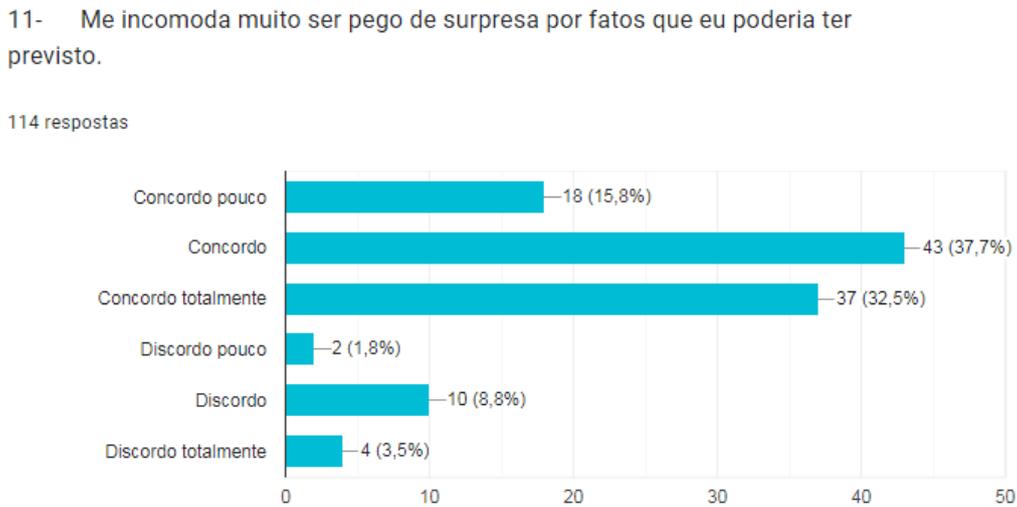
Na questão 10, os entrevistados foram questionados se eles têm os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados. Conforme resultado da pesquisa e com evidência na Figura 10, dos 114 empreendedores que responderam, 56,1% concordam que possuem o planejamento citado, outros 19,3% concordam totalmente e 14,9% concordam pouco. A discordância é mínima, 7% discordam pouco e apenas 2,6% discordam. Nenhum dos entrevistados discorda totalmente.

Ao analisar os resultados, observa-se que os empreendedores entrevistados em grande escala têm os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados, sendo que poucos possuem dificuldades nesse quesito.

Uma das maneiras de otimizar o fluxo de trabalho é conseguir reconhecer os tipos de tarefas que estão na pauta e classificar esses assuntos para ter a gestão de atividades mais eficiente e transparente para todos na empresa, contudo, é fundamental que o empreendedor saiba dividir as atividades mais importantes do dia antes de colocá-las em prática através da lista de execução. A priorização é uma prática habitual, principalmente, no contexto profissional. Com isso, normalmente, a criação de prioridades está interligada aos prazos estipulados para a entrega ou pela seleção da importância, o que de fato, muda a ordem de execução prevista inicialmente no planejamento (Matos, 2022).

A questão número 11, objetiva identificar se os 114 empreendedores entrevistados de mecânicas e auto elétricas automotivas tendem a se incomodar muito, caso sejam pegos de surpresa por fatos que poderiam ter previsto.

Figura 11 - Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Na questão 11, os entrevistados foram questionados se eles se incomodam muito em serem pegos de surpresa por fatos que eles poderiam ter previsto. Conforme resultado da pesquisa e com evidência na Figura 11, dos 114 empreendedores que responderam, 37,7% concordam que se incomodam muito, outros 32,5% concordam totalmente e 15,8% concordam pouco. A discordância é de 8,8% para os que discordam, 3,5% discordam totalmente e apenas 1,8% discordam pouco.

Ao analisar os resultados observa-se que os empreendedores entrevistados em grande escala de fato se incomodam muito em serem pegos de surpresa por fatos que eles poderiam ter previsto, sendo poucos que não se incomodam. Vale ressaltar que nesta questão é importante que os empreendedores tomem conhecimento dos fatos para evitar que sejam pegos por surpresa por algo desagradável, algo indesejável.

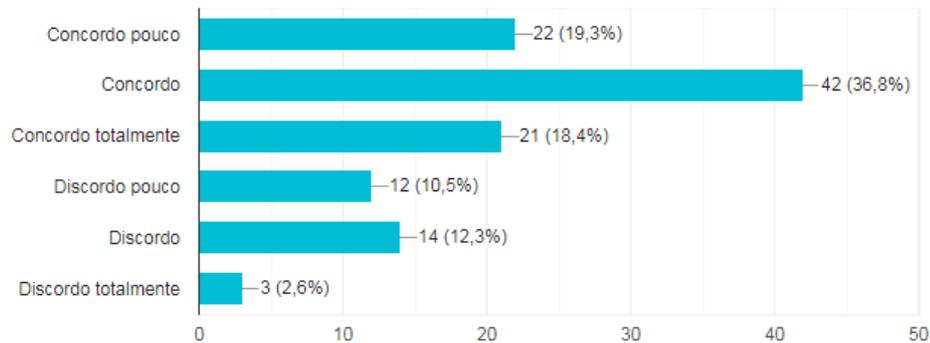
Diante de um cenário de incertezas na economia e equipes mais enxutas nas empresas, os imprevistos serão cada vez mais frequentes. Embora isso aconteça, alguns deles podem ser antecipados com a análise do cenário e a criação de estratégias alternativas para todas as situações, sendo necessário traçar possibilidades, e para cada oferecer solução, que por sua vez, o melhor momento a fazê-la é logo após a resolução de um problema, pois facilita analisar as causas e as consequências, prevendo desta forma situações similares (Lima, 2015).

A questão 12 objetiva identificar se os entrevistados frequentemente são escolhidos como líderes em projetos ou atividades profissionais.

Figura 12 - Frequentemente, sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais

12- Frequentemente, sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

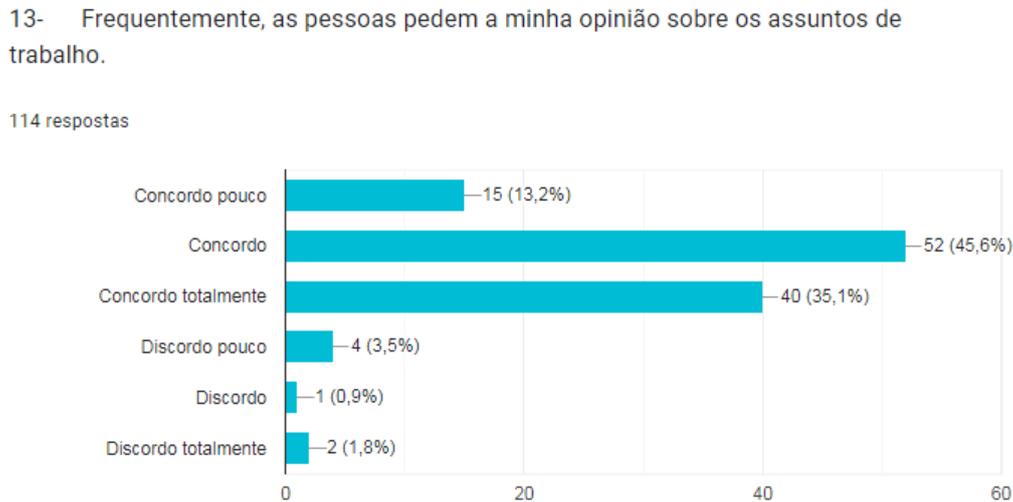
Analisando a questão 12, os entrevistados foram questionados se frequentemente são escolhidos como líderes em projetos ou atividades profissionais, sendo que 36,8% divulgado na Figura 12, de fato, frequentemente são escolhidos, pois concordam. Ainda, 19,3% concordam pouco em ser escolhidos e 18,4% concordam totalmente, não restando dúvidas. Os discordantes foram 12,3% para discordo, 10,5% discordam pouco e por fim, 2,6% discordam totalmente.

Pode-se concluir para esta questão que a maior parte dos empreendedores entrevistados são escolhidos como líderes em projetos ou atividades profissionais, mas de fato possuem ainda uma pequena escala que acreditam que nem sempre são escolhidos como líderes, por muitas vezes, até por delegar as tarefas.

Líder é o profissional que tem a capacidade de atrair e guiar de forma inspiradora todos que estão ao seu redor. No ambiente de trabalho, o líder caminha junto com a equipe para obter resultados, que por sua vez, por decisão própria, está sempre no mesmo barco que o seu time (Pontotel, 2023).

Na questão 13, o propósito é detectar se os entrevistados frequentemente são chamados para compartilhar a opinião sobre os assuntos de trabalho.

Figura 13 - Frequentemente, as pessoas pedem a minha opinião sobre os assuntos de trabalho



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Averiguando a questão 13, os entrevistados foram questionados se frequentemente as pessoas solicitam as suas opiniões sobre os assuntos de trabalho. Conforme Figura 13, 45,6% concordam que as pessoas solicitam, 35,1% concordam totalmente e os que concordam pouco são 13,2%. No entanto, 3,5% discordam pouco, 1,8% discordam totalmente e por fim, apenas 0,9% discordam.

Com a obtenção dos resultados para esta questão, conclui-se que os empreendedores entrevistados em grande escala são chamados para opinar sobre os assuntos de trabalho, no entanto, um pequeno número de empreendedores não são, muitas vezes, responsáveis por delegar as tarefas para seus subordinados ou responsáveis da área.

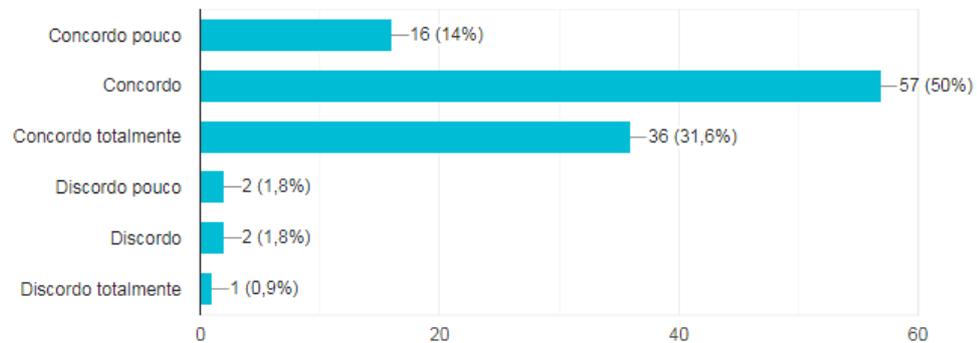
Uma opinião é um juízo de valor que se emite sobre algo que é questionável. A opinião, no entanto, também é aquilo que se acha relativamente a algo ou alguém, é um parecer que se dá que pode ser favorável ou não. Para tanto, na filosofia, a opinião é uma proposição onde não se tem a confiança total sobre a verdade e admite a possibilidade de erro por não haver evidência plena. De qualquer modo, a opinião costuma estar ligada aos juízos subjetivos (Conceito.de, 2022).

A questão número 14 objetiva identificar se os 114 empreendedores entrevistados de mecânicas e auto elétricas automotivas tendem a ter a opinião respeitada pelas demais pessoas.

Figura 14 - As pessoas respeitam a minha opinião

14- As pessoas respeitam a minha opinião.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Verificando e analisando a questão 14, os entrevistados foram questionados se as pessoas respeitam as suas opiniões e através da pesquisa e evidenciado na Figura 14, os empreendedores respondentes concordam em 50% que têm as opiniões respeitadas, 31,6% concordam totalmente e ainda 14% concordam pouco. Aos discordantes, houve a mesma porcentagem de 1,8% para discordo e discordo pouco. Já para a opção discordo totalmente, apenas 0,9%.

Com os resultados obtidos através da pesquisa percebe-se que os empreendedores entrevistados em grande escala têm as suas opiniões respeitadas pelas pessoas no seu dia a dia, pois apenas uma pequena margem que acredita que as pessoas ainda não respeitam suas opiniões.

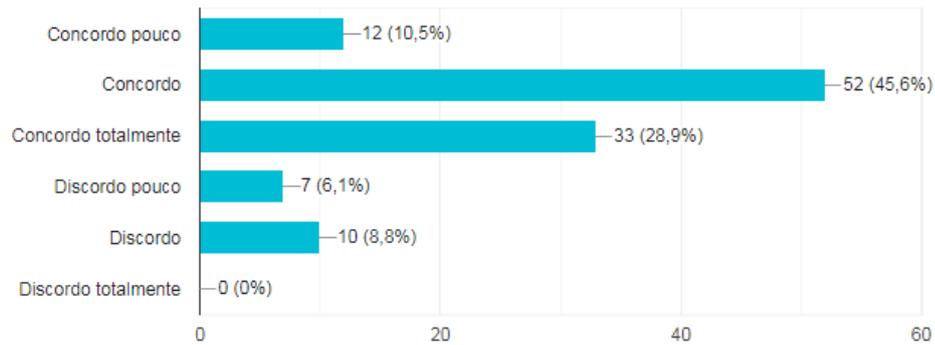
O respeito é muito mais que uma palavra, indica consideração, atenção, deferência, estima pelo que o outro é e pela sua existência. Ainda pode ser um sentimento que impede uma pessoa de tratar alguém mal, de ser malcriada ou de agir com falta de consideração no modo que se comporta com os outros (Dicio, 2023).

A questão abaixo número 15 tem o propósito de identificar se os 114 empreendedores de mecânicas e auto elétricas automotivas entrevistadas no município de Farroupilha/RS sempre procuram estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva riscos. Através da pesquisa levantou-se os dados e abaixo na Figura 15 os gráficos demonstram com as evidências compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 15 - Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva riscos

15- Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva riscos.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Na questão 15, os entrevistados foram questionados se eles sempre procuram estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva riscos. Conforme resultado da pesquisa na Figura 15, 45,6% concordam, 28,9% concordam totalmente, não restando nenhuma dúvida e ainda 10,5% dos 114 respondentes concordam pouco. Os empreendedores discordantes são em pequena escala, pois 8,8% afirmam que discordam e 6,1% discordam pouco. Já para a opção discordo totalmente não foi obtida nenhuma resposta.

Pode-se concluir para esta questão que a maior parte dos empreendedores entrevistados sempre procuram estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolve riscos, pois admitem que muitas vezes os riscos para a organização não são contornáveis, caso não seja estudado o suficiente.

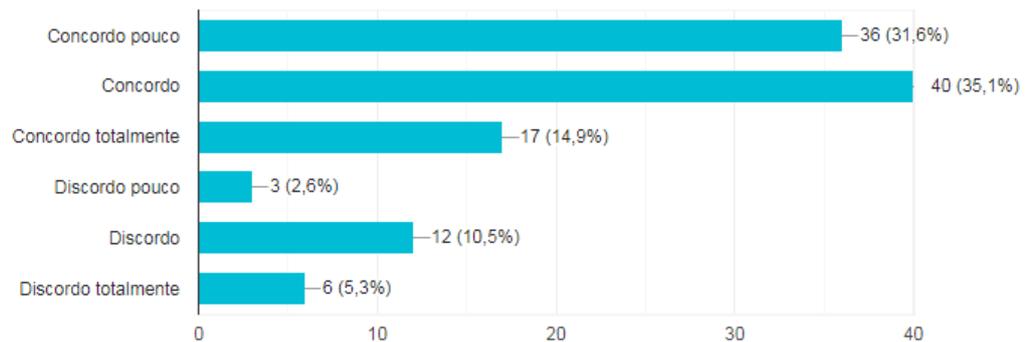
Os riscos inicialmente remetem a alguma incerteza, sobre um acontecimento possível para uma específica situação, ou ainda, risco é uma oportunidade ou possibilidade de uma eventual perda, seja material, financeira ou pessoal (Lima, 2015).

A questão abaixo número 16, tem o propósito de identificar se os 114 empreendedores entrevistados assumiram uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio proporciona em troca. No entanto, através da pesquisa levantou-se os dados e abaixo, na Figura 16, os gráficos demonstram com as evidências compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 16 - Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio proporcionaria em troca

16- Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando em vantagens que uma oportunidade de negócio proporcionaria em troca.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao questionar os entrevistados se eles assumiriam uma dívida de longo prazo, acreditando em vantagens que uma oportunidade de negócio proporcionaria em troca, conforme questão e Figura 16, os respondentes concordam em 35,1%, concordam pouco 31,6% e ainda 14,9% concordam totalmente. Para os discordantes, 10,5% discordam, 5,3% discordam totalmente e ainda para a opção discordo pouco, 2,6%.

Ao concluir a análise da questão número 16, percebe-se que os empreendedores assumiriam uma dívida de longo prazo em prol de acreditar em vantagens que uma determinada oportunidade de negócio proporcionaria em troca, apenas uma pequena escala não correria esse risco.

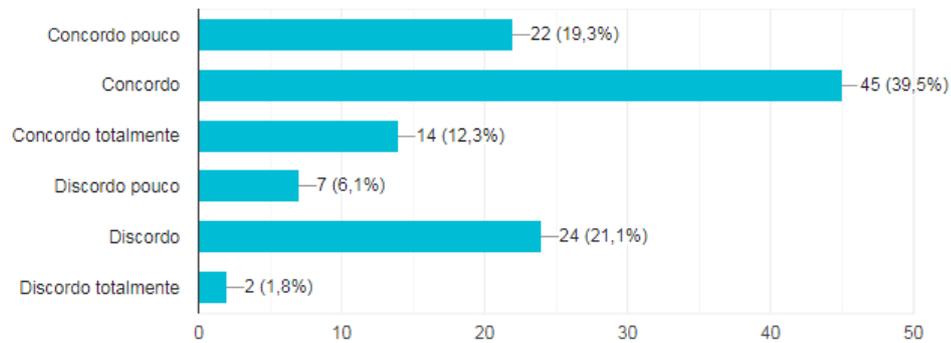
As dívidas de longo prazo são um compromisso muito sério no orçamento, mas muitas vezes podem ser necessárias para o alcance dos objetivos. A vantagem de contratar esse tipo de crédito é que tem muito tempo para pagar, podendo ter parcelas suaves. Por outro lado, é preciso se planejar muito bem, pois assumir uma dívida de longo prazo é uma decisão importante na vida financeira e implica que o empreendedor tenha dinheiro para arcar com as parcelas por um bom período de tempo (Neon, 2022).

A questão número 17 tem o propósito de identificar se os 114 empreendedores entrevistados admitem correr riscos em prol de possíveis benefícios. Para isso, abaixo, na Figura 17, os gráficos estão como evidência compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 17 - Admito correr riscos em prol de possíveis benefícios

17- Admito correr riscos em prol de possíveis benefícios.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Conforme questão número 17, mencionada acima deste proposto trabalho, os respondentes foram abordados se admitem correr riscos em prol de possíveis benefícios, ao qual 39,5% responderam que concordam de fato, 19,3% concordam pouco e já o percentual de 12,3% para a opção concordo totalmente, não restando nenhuma dúvida em prol de correr os riscos. Nesta mesma questão, 21,1% discordam, 6,1% para a opção discordo pouco e para a opção de discordar totalmente, 1,8%.

Através dos resultados obtidos, conclui-se a análise da questão número 17 e, no entanto, percebe-se que os empreendedores em maior percentual concordam em admitir correr riscos em prol de possíveis benefícios, mas mesmo assim, temos também empreendedores mais conservadores.

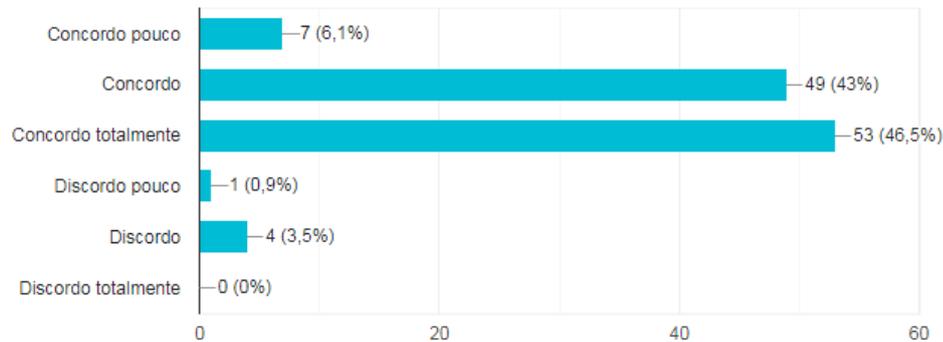
Assumir riscos é uma forma calculada de agir, sabendo que é possível falhar e aceitar a falha como processo para a inovação, para encontrar um caminho novo, para implantar mudanças. Esta inclusive é uma das características de um bom líder, de um empreendedor e de quem busca posições melhores no mundo do trabalho. Contudo, ao se expor a riscos, o empreendedor dá um passo no caminho da inovação (Marques, 2017).

A questão 18 tem o propósito de identificar se os 114 empreendedores entrevistados têm facilidade de se relacionar com outras pessoas. No entanto, através da pesquisa levantou-se os dados e, abaixo, na Figura 18, os gráficos demonstram com as evidências compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 18 - Me relaciono com facilidade com outras pessoas

18- Me relaciono com facilidade com outras pessoas.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao questionar os entrevistados se eles se relacionam com facilidade com outras pessoas, conforme questão e Figura 18, os respondentes concordam totalmente em 46,5%, 43% concordam e 6,1% concordam pouco. Apenas 3,5% discordam e 0,9% discordam pouco. Já para a opção discordo totalmente, nenhum dos entrevistados escolheu essa opção.

Através dos resultados obtidos, conclui-se a análise da questão número 18 e, no entanto, percebe-se que os empreendedores entrevistados possuem facilidade no relacionamento com outras pessoas, pois é de suma importância eles terem esse perfil, pois interfere diretamente na manutenção da empresa.

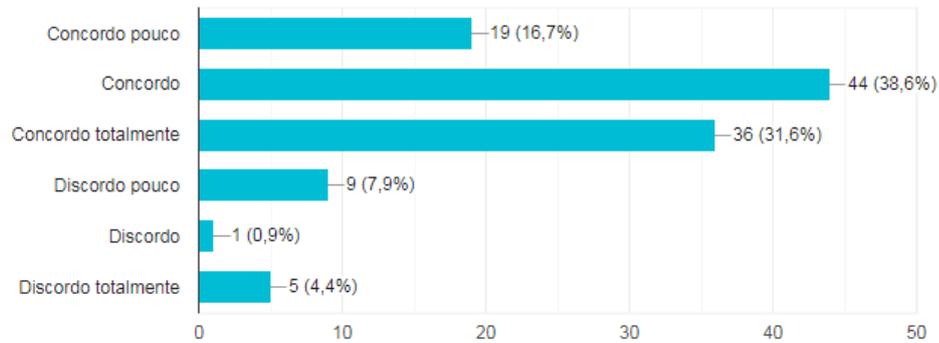
Nem todo o ser humano tem facilidade em se relacionar com outras. Alguns são introvertidos enquanto outros são extrovertidos, uns se expressam com facilidade em situações públicas, enquanto outros são tomados pela timidez. Nem para todos a interação social é algo natural. Vale ressaltar que as personalidades são diferentes e cada pessoa tem a sua forma de agir, entretanto, a dificuldade para se relacionar passa a ser preocupante quando excede os limites (Rangel, 2020).

A questão abaixo número 19 tem o propósito de identificar se os contatos pessoais não influenciam em suas vidas profissionais dos 114 empreendedores entrevistados no município de Farroupilha/RS. No entanto, através da pesquisa levantou-se os dados, e abaixo, na Figura 19, os gráficos demonstram com as evidências compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 19 - Meus contatos pessoais não influenciam na minha vida profissional

19- Meus contatos pessoais não influenciam na minha vida profissional.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao responderem à questão número 19, os respondentes foram questionados sobre seus contatos pessoais, ao qual 38,6% concordam que os contatos pessoais não influenciam em suas vidas profissionais, 31,6% concordam totalmente e 16,7% concordam pouco. No entanto, para a discordância, 7,9% dos entrevistados discordam pouco, discordo totalmente 4,4% e já para a opção discordo, apenas 0,9% dos empreendedores optaram pela mesma.

Através da obtenção dos resultados, conclui-se a análise da questão número 19 e percebe-se que os empreendedores em grande escala não permitem que os contatos pessoais influenciem na vida profissional, pois decisões que possam prejudicar a organização podem ser definidas devido e emoção.

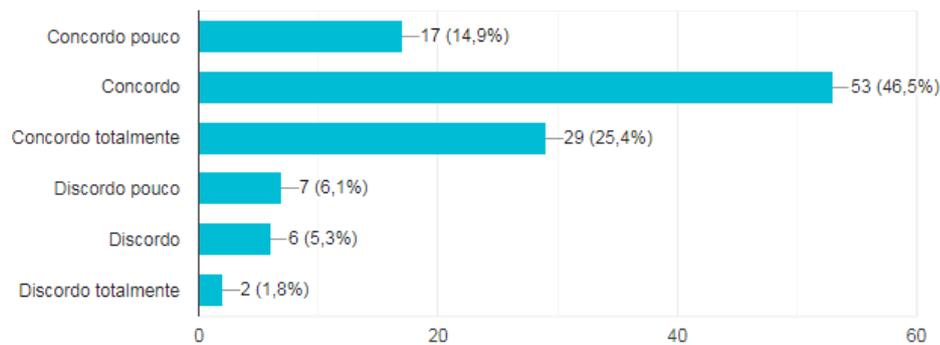
O relacionamento interpessoal no âmbito pessoal diz respeito às conexões que definimos com os familiares, amigos e conhecidos que compartilham interesses semelhantes. Isso significa que esse tipo de relação tem um impacto significativo em todas as áreas da nossa vida, (Souza; Ruffato, 2023).

A questão abaixo número 20 tem o propósito de identificar se os 114 empreendedores de mecânicas e auto elétricas automotivas entrevistadas no município de Farroupilha/RS acreditam que os contatos sociais possam ser de extrema importância para as suas vidas profissionais. Através da pesquisa, levantou-se os dados e, abaixo, na Figura 20 os gráficos demonstram com as evidências compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 20 - Os contatos sociais que tenho são de extrema importância para minha vida profissional

20- Os contatos sociais que tenho são de extrema importância para minha vida profissional.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Na questão 20 os entrevistados foram questionados se os contatos sociais que eles têm são de extrema importância para suas vidas profissionais. Conforme resultado da pesquisa e com evidência na Figura 20, dos 114 empreendedores que responderam, 46,5% concordam que os contatos sociais são de extrema importância, outros 25,4% concordam totalmente, não restando dúvidas, e 14,9% concordam pouco. A discordância é mínima, 6,1% discordam pouco, 5,3% discordam e apenas 1,8% discordam totalmente.

Ao analisar os resultados observa-se que os empreendedores entrevistados em grande escala acreditam que os contatos sociais são de extrema importância para as suas vidas profissionais, uma pequena escala não acredita apenas.

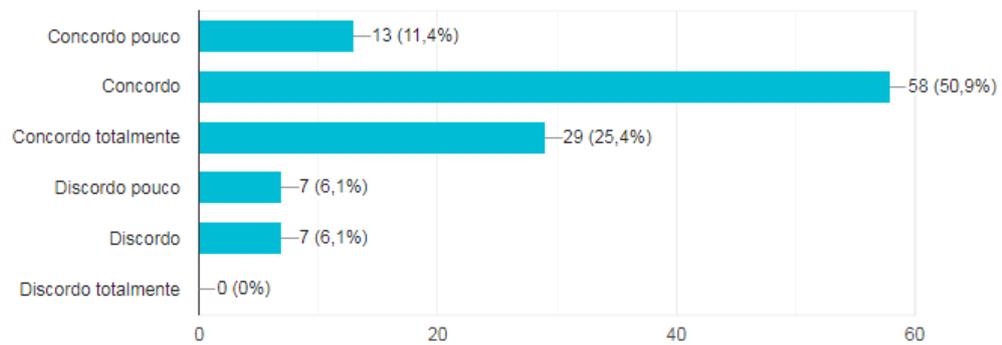
As redes sociais corporativas são importantes para qualquer estratégia de marketing atualmente, pois acelera o negócio e faz a marca ser conhecida por um maior número de pessoas, como também, são excelentes para lançar uma campanha publicitária ou ainda para chegar com mais facilidade ao cliente e por fim, contatos sociais já existentes auxiliam nesse processo (Paiva, 2023).

A próxima questão número 21 tem o propósito de identificar se os 114 empreendedores entrevistados conhecem várias pessoas que poderiam lhe auxiliar profissionalmente, caso tenham necessidade. Através da pesquisa levantou-se os dados e, abaixo, na Figura 21, os gráficos demonstram com as evidências compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 21 - Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso tenha necessidade

21- Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso tenha necessidade.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Na questão 21, os entrevistados foram questionados se eles conhecem várias pessoas que poderiam lhes auxiliar profissionalmente, caso tenham necessidade. Conforme resultado da pesquisa e com evidência na Figura 21, dos 114 empreendedores que responderam 50,9% concordam que conhecem, outros 25,4% concordam totalmente e 11,4% concordam pouco. Aos discordantes, houve a mesma porcentagem de 6,1% para discordo e discordo pouco. Já para a opção discordo totalmente não foi obtido nenhum resultado.

Ao analisar os resultados observa-se que os empreendedores entrevistados em grande escala de fato possuem contatos, conhecem várias pessoas que poderiam lhes auxiliar profissionalmente, caso tenham necessidade. No entanto, há poucos que não conhecem.

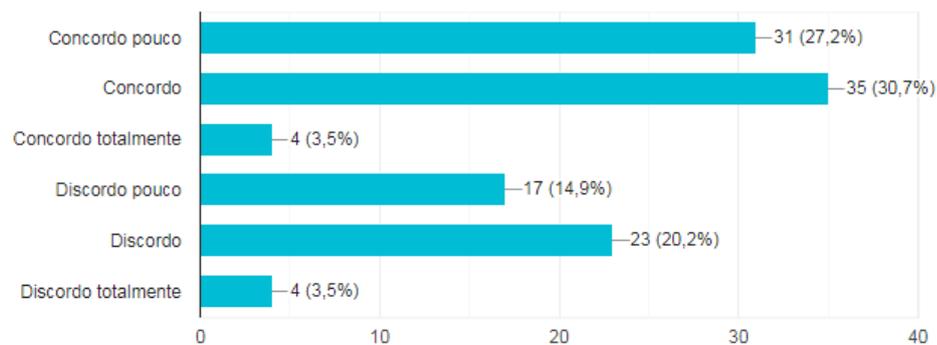
Conhecer várias pessoas, ter contato profissional diz respeito à criação de um vínculo com profissionais que atuam na mesma área ou em setores correlacionados. Geralmente esse contato disponibiliza diversas oportunidades para a troca de experiências, aprendizado prático e ainda para aprofundamento de técnicas e conhecimentos. Ter contatos, além de ajudar nos momentos difíceis, contribui para o acesso a novas informações, aumenta as chances de boas oportunidades fortalecendo os relacionamentos (Estácio, 2022).

A questão número 22 objetiva identificar se a agressividade comercial nos serviços das empresas dos 114 empreendedores entrevistados de mecânicas e auto elétricas automotivas é maior do que a das concorrentes.

Figura 22 - A agressividade comercial nos serviços da minha empresa é maior do que a das concorrentes

22- A agressividade comercial nos serviços da minha empresa é maior do que das concorrentes.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Analisando a questão 22, os entrevistados foram questionados se a agressividade comercial nos serviços das suas empresas é maior do que a das concorrentes, sendo que 30,7% conforme divulgado na Figura 22, de fato concordam que a agressividade comercial nos serviços é maior que a concorrência. Ainda 27,2% concordam pouco e apenas 3,5% concordam totalmente. Os discordantes foram 20,2% para discordo, 14,9% discordam pouco e por fim, 3,5% discordam totalmente.

Pode-se concluir para esta questão, que os empreendedores entrevistados estão divididos, embora o percentual de concordar é maior na empresa que é mais agressiva comercialmente nos serviços em comparação aos concorrentes, pode-se analisar também que o percentual de discordo também está elevado.

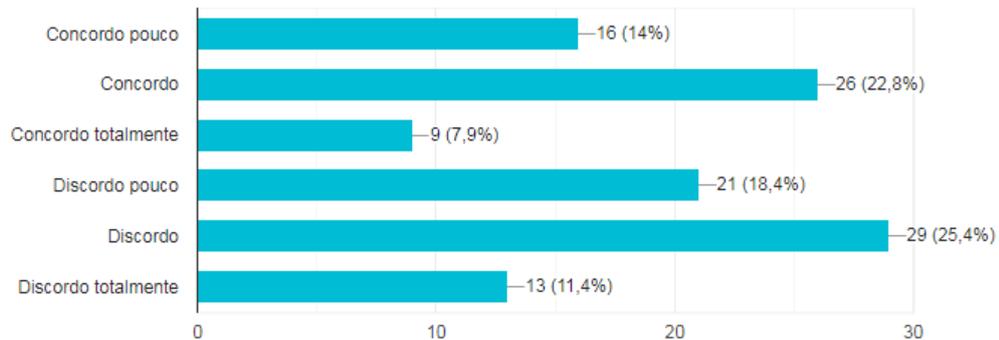
A agressividade competitiva apresenta uma forte e ousada atuação competitiva de uma determinada empresa diante da concorrência, pois ela descreve empresas que respondem a tendências já existentes no mercado e se movimentam de maneira agressiva em função de ações da concorrência (Medeiros, 2023).

Na questão 23, o propósito é detectar se a agressividade de divulgação das empresas dos empreendedores entrevistados é maior do que das concorrentes.

Figura 23 - A agressividade de divulgação da minha empresa é maior do que das concorrentes

23- A agressividade de divulgação da minha empresa é maior do que das concorrentes.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Averiguando a questão 23, os entrevistados foram questionados se a agressividade de divulgação das suas empresas é maior do que das concorrentes. Conforme Figura 23, 22,8% concordam que a agressividade de divulgação é maior, 14% concordam pouco e os que concordam totalmente são 7,9%. No entanto, 25,4% discordam, 18,4% discordam pouco e por fim, 11,4% discordam totalmente.

Com a obtenção dos resultados para esta questão, conclui-se que os empreendedores entrevistados estão divididos em concordar ou discordar, apenas uma pequena margem em acréscimo no percentual escolheu discordo. Contudo, percebe-se que os empreendedores necessitam rever esse conceito e repensar em como agir, como se comportar diante da agressividade de divulgação da empresa, pois, caso contrário, a concorrência sempre será lembrada e procurada antes para a realização dos serviços, desta forma, prejudicando a empresa.

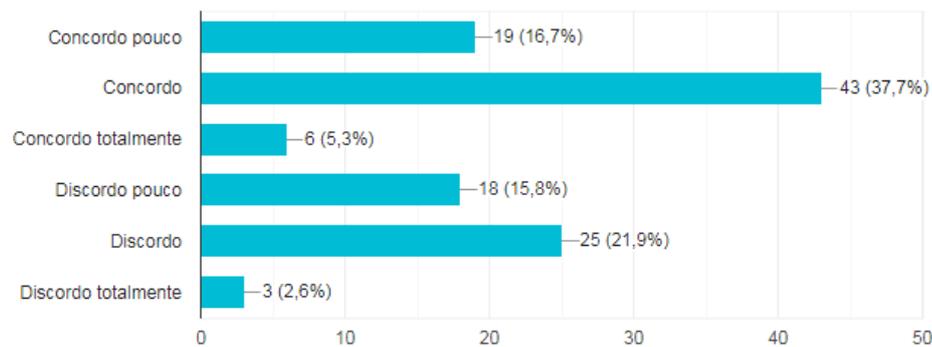
A divulgação é essencial para qualquer negócio e é através dela que os clientes conhecem e buscam a marca e o serviço. Divulgar a empresa é algo estratégico e uma das ações mais importantes que deve ser incorporada ao dia a dia de uma organização. Porém, muitas vezes, a divulgação fica em segundo plano, mas o ideal é realizá-la constantemente por um planejamento de comunicação que tenha objetivos e ações (Andrade, 2018).

A questão número 24 objetiva identificar se a agressividade técnica na preparação e capacitação dos profissionais nos serviços prestados nas empresas dos 114 empreendedores entrevistados é maior do que a das concorrentes.

Figura 24 - A agressividade técnica na preparação e capacitação dos profissionais nos serviços prestados na minha empresa é maior do que das concorrentes

24- A agressividade técnica na preparação e capacitação dos profissionais nos serviços prestados na minha empresa é maior do que das concorrentes.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Verificando e analisando a questão 24, os entrevistados foram questionados se a agressividade técnica na preparação e capacitação dos profissionais nos serviços prestados em suas empresas é maior do que das concorrentes e através da pesquisa e evidenciado na Figura 24, os empreendedores respondentes concordam em 37,7% que tem maior agressividade técnica dos seus profissionais em relação à concorrência, 16,7% concordam pouco e ainda 5,3% concordam totalmente. Dos discordantes, 21,9% discordam, 15,8% discordam pouco e por fim, 2,6% discordam totalmente.

Com os resultados obtidos através da pesquisa percebe-se que os empreendedores entrevistados por sua vez têm um percentual mais elevado na opção de concordo, pois acreditam que sim que a agressividade técnica é um ponto forte da empresa, mas por sua vez, também se obteve resultado elevado para a opção de discordo, pois tem empreendedores que acreditam que necessitam se aperfeiçoar em relação à concorrência para ser mais agressivos.

A capacitação de profissionais é um conjunto de práticas de uma empresa que visa preparar seu quadro de funcionários para realizar as atividades com eficiência e autonomia, desta maneira, estando preparados tecnicamente (Silva, 2020).

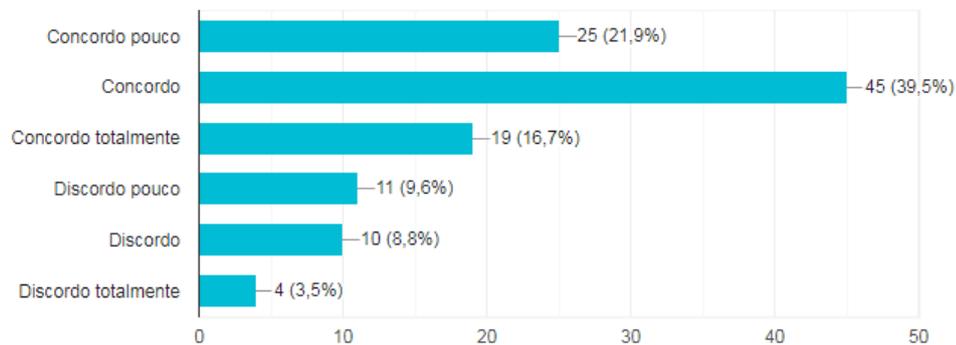
A questão abaixo, número 25, tem o propósito de identificar se o desempenho financeiro das empresas dos 114 empreendedores de mecânicas e auto elétricas automotivas entrevistados no município de Farroupilha/RS melhorou nos últimos doze meses. Através da pesquisa

levantou-se os dados e, abaixo, na Figura 25, os gráficos demonstram com as evidências compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 25 -Na minha análise, o desempenho financeiro da minha empresa melhorou nos últimos doze meses

25- Na minha análise, o desempenho financeiro da minha empresa melhorou nos últimos doze meses.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Na questão 25, os entrevistados foram questionados se através de suas análises, o desempenho financeiro de suas empresas melhorou nos últimos doze meses. Conforme resultado da pesquisa na Figura 25, 39,5% concordam, 21,9% concordam pouco e ainda 16,7% dos 114 respondentes concordam totalmente. Os empreendedores discordantes são em pequena escala, pois 9,6% afirmam que discordam pouco, 8,8% discordam e por fim, 3,5% discordam totalmente.

Pode-se concluir para esta questão que a maior parte dos empreendedores entrevistados acreditam através de suas análises, que financeiramente suas empresas melhoraram seu desempenho nos últimos doze meses.

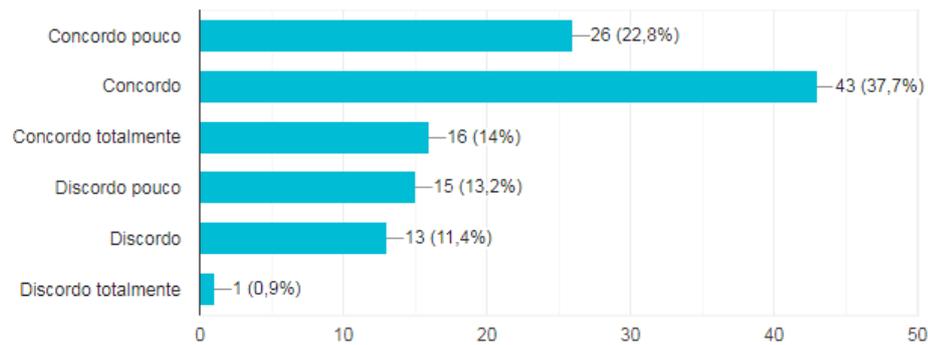
O desempenho financeiro de uma organização pode ser analisado como um ótimo termômetro com finalidade de medir o quanto as ações estão traduzidas em lucro para a empresa (Tecnologia, 2021).

A questão abaixo, número 26, tem o propósito de identificar se as vendas das empresas dos 114 empreendedores de mecânicas e auto elétricas automotivas entrevistados no município de Farroupilha/RS aumentaram nos últimos doze meses. Através da pesquisa levantou-se os dados e na Figura 26 a seguir, os gráficos demonstram com as evidências compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 26 - Na minha análise, as vendas da minha empresa aumentaram nos últimos doze meses

26- Na minha análise, as vendas da minha empresa aumentaram nos últimos doze meses.

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Na questão 26, os entrevistados foram questionados se através de suas análises, as vendas de suas empresas aumentaram nos últimos doze meses. Conforme resultado da pesquisa na Figura 26, 37,7% concordam, 22,8% concordam pouco e 14% dos 114 respondentes concordam totalmente. Os empreendedores discordantes são em pequena escala, pois 13,2% afirmam que discordam pouco, 11,4% discordam e por fim, 0,9% discordam totalmente.

Pode-se concluir para esta questão que a maior parte dos empreendedores entrevistados acreditam através de suas análises, que as vendas de suas empresas melhoraram nos últimos doze meses.

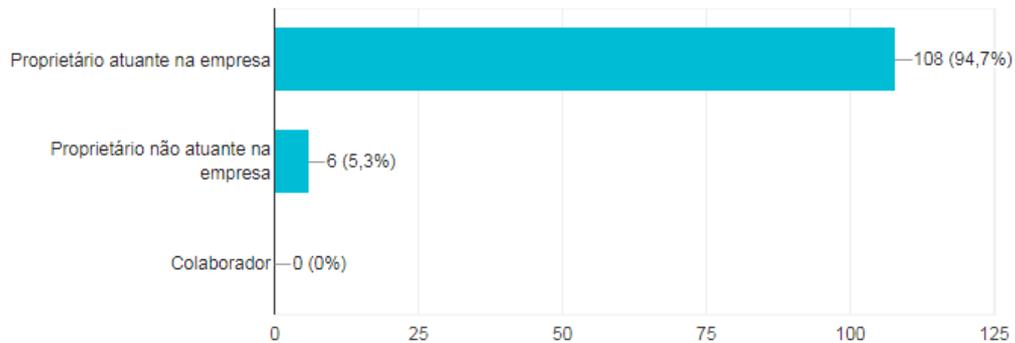
O processo de venda de um produto ou serviço em uma empresa pode se diferenciar da concorrência porque não existe um padrão pré-estabelecido a ser seguido, pois o processo precisa se basear com as necessidades de cada organização devido aos seus objetivos e ainda também através das necessidades do seu cliente (Vendas, 2023).

A questão 27 visa identificar qual é a função na empresa dos 114 entrevistados. Para isso, abaixo, na Figura 27, os gráficos estão como evidência compondo o resultado desta pergunta.

Figura 27 - Qual é a sua função na empresa?

27- Qual é a sua função na empresa?

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

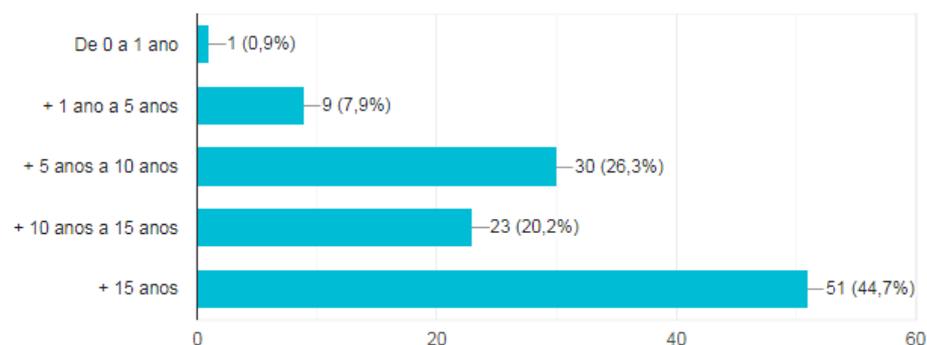
A análise da Figura 27 demonstra que a ampla maioria dos entrevistados são proprietários atuantes nas empresas, com 94,7%. Os proprietários não atuantes obtiveram 5,3% das escolhas. Já para a opção colaborador não houve nenhum resultado, pois somente empreendedores foram os respondentes da pesquisa.

A questão abaixo, número 28, tem o propósito de identificar o tempo que os 114 entrevistados trabalham na empresa de mecânicas e/ou auto elétricas automotivas no município de Farroupilha/RS. Através da pesquisa levantou-se os dados e a seguir, na Figura 28, o gráfico demonstra com a evidência compondo os resultados para a conclusão da análise.

Figura 28 - Há quanto tempo você trabalha na empresa?

28- Há quanto tempo você trabalha na empresa?

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

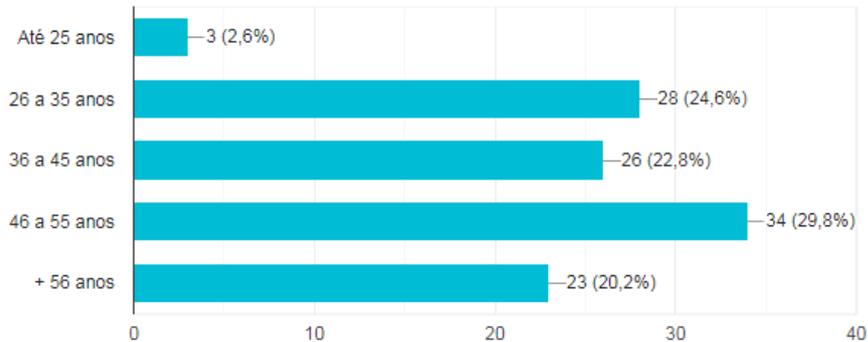
A análise da Figura 28 demonstra que a ampla maioria dos respondentes estão a tempo trabalhando na empresa, pois 44,7% estão a mais de 15 anos, 26,3% a mais de 5 a 10 anos, 20,2% a mais de 10 anos a 15 anos, 7,9% a mais de 1 ano a 5 anos e para opção de 0 a 1 ano, apenas 0,9% dos entrevistados. Pode-se concluir que os empreendedores entrevistados possuem empresas consolidadas no mercado, pois já são empresas de anos na atividade.

A questão 29 visa identificar qual é a idade dos entrevistados.

Figura 29 - Idade

29- Idade

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Por meio da Figura 29, observa-se que a idade dos respondentes está concentrada na faixa etária dos 46 a 55 anos, com 29,8%. Em seguida, os respondentes na faixa de 26 a 35 anos e de 36 a 45 anos, com 24,6% e 22,8% respectivamente. Os respondentes com mais de 56 anos representam 20,2% dos empreendedores e já para a opção de até 25 anos, apenas 2,6% dos entrevistados são empreendedores.

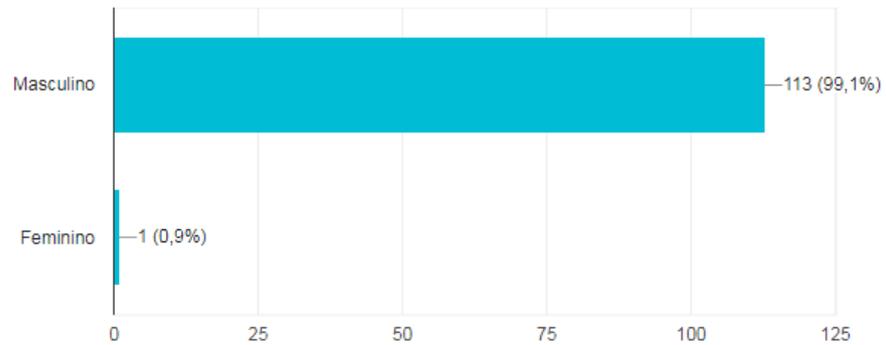
Pode-se concluir para esta questão que a maior parte dos empreendedores entrevistados possuem a idade acima de 25 anos, sendo o percentual mais elevado para os empreendedores que possuem entre 46 a 55 anos, por sua vez, com maior experiência.

A questão 30 visa identificar qual é o gênero dos entrevistados.

Figura 30 - Gênero

30- Gênero

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

A análise da Figura 30 demonstra que a ampla maioria dos entrevistados são empreendedores com gênero masculino, com 99,1%. Já para a opção de gênero feminino obteve-se o resultado de 0,9%, ao qual chama atenção, pois de fato existe sim espaço para o público feminino empreender, neste caso por se tratar de uma empreendedora sócia do seu marido.

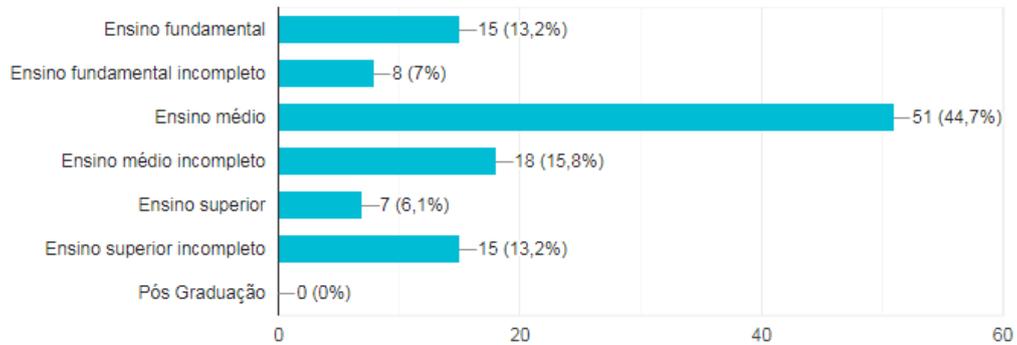
Finalizando as análises desta pesquisa, a questão abaixo, número 31, tem o propósito de identificar a escolaridade dos 114 empreendedores de mecânicas e auto elétricas automotivas no município de Farroupilha/RS. No entanto, através da pesquisa levantou-se os dados e, abaixo, na Figura 31, o gráfico demonstra com a evidência compondo os resultados para a conclusão da análise.

A análise da Figura 31 demonstra que quase a metade dos respondentes atingiram o ensino médio, pois 44,7% dos respondentes escolheram esta alternativa. Dando sequência na análise, 15,8% atingiram o ensino médio incompleto, 13,2% atingiram o ensino fundamental e o ensino superior incompleto, 7% atingiram apenas o ensino fundamental incompleto e 6,1% buscaram conhecimento, pois atingiram o ensino superior. Nenhum dos respondentes atingiu a pós-graduação.

Figura 31 - Qual a escolaridade você atingiu?

31- Qual a escolaridade você atingiu?

114 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Pode-se concluir para esta questão que a maior parte dos empreendedores entrevistados não atingiram e/ou não buscaram conhecimento através de estudos, pois o gráfico demonstra essa deficiência. Entende-se por sua vez o que colabora com esse índice é pelo fato da maior parte dos empreendedores já possuírem uma boa bagagem de conhecimento prático e estarem com a idade de pessoas experientes, mas não justifica a necessidade de não buscar esses conhecimentos através de estudos, pois a alta tecnologia dos veículos está cada vez mais acirrada e exigindo mais dos empreendedores e o grande destaque num futuro próximo é para aqueles que possuem a visão desta mudança no mercado de tecnologias no mundo.

O estudo é o desenvolvimento de atitudes e habilidades diante da incorporação de novos conhecimentos, que por sua vez, é um processo geralmente efetuado através da leitura (Silva, 2020).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Decorrente da conclusão do estudo efetuado sobre o comportamento do empreendedor diante da era tecnológica nos meios automotivos, chega-se a algumas considerações que definem e justificam percepções referentes ao comportamento que os empreendedores possuem diante desse cenário atual. Para a realização da pesquisa foram propostos objetivos que orientaram o estudo que foram atingidos através das combinações entre referencial teórico e métodos de pesquisa.

O primeiro objetivo foi o desenvolvimento de um referencial teórico em que se utiliza argumentos fundamentais para descrever assuntos relacionados ao tema de pesquisa, como por exemplo, tecnologias que desafiam os empreendedores atuais a buscar inovação, ou seja, ter esse comportamento inovador para conquistar um bom desempenho buscando ações a todo momento através de um bom planejamento.

O comportamento dos empreendedores diante do atual mercado tem diversas percepções e variáveis que definem e interferem tanto no posicionamento do empreendedor como na influência do cliente na hora de escolher o local para o serviço do seu veículo, fatores esses impactados por muitas questões na sociedade.

Na sequência do trabalho foram definidos métodos relacionados ao instrumento de pesquisa tendo como objetivo a coleta de dados e amostras com o intuito de encontrar uma solução para o problema em específico. Desta maneira, a pesquisa foi definida como método quantitativo com o objetivo de aplicar um questionário e abranger na totalidade o assunto proposto.

A fim de validar o objetivo principal do estudo foi fundamental delimitar um público-alvo e aplicar um questionário que foi necessário para analisar e entender o atual comportamento do empreendedor de mecânica e auto elétrica automotiva. A técnica utilizada para a coleta de dados foi um questionário elaborado através do *Google Forms*, o que de fato facilitaria o envio do questionário para o público-alvo escolhido, mas, neste caso, os empreendedores não estavam participando. Com o objetivo de coletar os dados, foi necessário se reinventar e imprimir os questionários e dirigir-se até os locais dos empreendimentos de forma presencial devido a não haver sucesso nos retornos, pois, apenas uma resposta foi enviada por meio eletrônico. Neste estudo, os participantes entrevistados foram uma parcela de empreendedores de mecânicas e auto elétricas do município de Farroupilha/RS. O questionário composto por 31 questões foi respondido por 114 pessoas, através do qual foi possível analisar as opiniões dos respondentes acerca do assunto.

Por fim, a análise dos dados obtidos no questionário demonstrou muitas variáveis que apontam o comportamento do empreendedor diante dos construtos citados no questionário. Com base nas respostas, foram analisadas contribuições de empreendedores bem ativos, que estão administrando bem suas empresas, mas que de fato, sim, têm oportunidades de melhorias em seus locais de trabalho, mas principalmente em seus comportamentos, por exemplo, no constructo planejamento. Nesse observa-se que os empreendedores se incomodam muito serem pegos de surpresa por fatores que poderiam ter previsto e no constructo agressividade também avaliou-se através dos resultados que a agressividade de divulgação através do marketing de suas empresas que está abaixo dos concorrentes, um ponto a ser melhorado e ainda o nível de escolaridade também foi um fator que chamou a atenção, pois com a demanda de novas tecnologias, os empreendedores irão precisar especializar-se mais para conseguir se destacar no mercado, num futuro próximo.

O estudo sobre o comportamento do atual empreendedor é de extrema importância não só para o entendimento do pesquisador, mas também válido para os empreendedores que almejam ou que já trabalham nesta área. Este público, por sua vez, tem a oportunidade de entender o seu comportamento, o que demonstra em alguns aspectos criar estratégias e planejamento para fidelizar e se aproximar cada vez mais de seus clientes, garantindo um melhor desempenho organizacional. Um desafio que está frente a esta área é a inclusão das mulheres, pois ainda elas não possuem espaço neste ramo empreendedor, conforme amostragem nesta pesquisa, pois obteve apenas 1 entre 114 respondentes. A presença das mulheres nas oficinas mecânicas contribui sem dúvidas para um ambiente mais acolhedor e inclusivo, quebrando paradigmas e inspirando outras mulheres a seguirem seus sonhos no mundo da mecânica.

Quanto aos meus objetivos neste estudo, foram atingidos através de uma relação entre a fundamentação teórica e a aplicação da pesquisa quantitativa.

Por fim, o presente estudo para o autor é reconhecido em nível pessoal e acadêmico ao participar de uma pesquisa acadêmica de relevância e pouco abordado e por estar utilizando os conhecimentos incorporados ao longo do estudo para o desenvolvimento deste estudo.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Fabrício. **Planeje ações de divulgação para sua empresa**. Sebrae, 2018.
- BAÑOLAS, Rogério Garcia. **Mudança: uma crônica sobre transformação e logística lean**. Porto Alegre: Bookman, 2013. E-book. ISBN 9788565837910. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565837910/>. Acesso em: 15 abr. 2023.
- BERNARDI, Luiz Antonio. **Empreendedorismo e Armadilhas Comportamentais: Causalidades, Emoções e Complexidade**. São Paulo: Atlas, 2015. E-book. ISBN 9788522497171. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522497171/>. Acesso em: 15 abr. 2023.
- BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2019. E-book. ISBN 9788582605189. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582605189/>. Acesso em: 08 abr. 2023.
- BIRD, B. (1988), Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention, **Academy of Management Review**, 13(3), 442-453.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo - Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. São Paulo: Atlas, 2021. E-book. ISBN 9788597028089. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597028089/>. Acesso em: 15 abr. 2023.
- CODA, R. **Competências Comportamentais**. São Paulo: Atlas, 2016.
- CONCEITO.DE, Equipe Editorial de. **Conceito de Questionário**. 2014. Atualizado em 14 de maio de 2020. Disponível em: <https://conceito.de/questionario>. Acesso em: 03 jun. 2023.
- CONCEITO.DE, Equipe Editorial de. **Conceito de tema**. 2012. Atualizado
- CONCEITO.DE, Equipe Editorial de. **Opinião – O que é, conceito e definição**, 2012. Atualizado em 01 de abril de 2022. Disponível em: <https://conceito.de/opiniao>. Acesso em: 14 out. 2023.
- CORRÊA, Tayrane. **Metodologia de análise de dados: um guia completo sobre o tema**. Ploomes, 2022.
- DIANZI, Motors. **Como empreender no setor automotivo**. Strike, 2022.
- DICIO, Dicionário Online de Português. **Respeito**. Blog Dicio, 2023.
- DORNELAS, José. **Dicas Essenciais de Empreendedorismo: sugestões práticas para quem quer empreender**. Barueri [SP]: Atlas, 2023. E-book. ISBN 9786559773688. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559773688/>. Acesso em: 18 mar. 2023.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo na Prática: Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso**. Barueri [SP]: Atlas, 2023. E-book. ISBN 9786559773725. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559773725/>. Acesso em: 15 abr. 2023.

- DORNELAS, José. **Empreendedorismo para visionários, desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. São Paulo: Empreende, 2019. E-book. ISBN 9788566103212. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788566103212/>. Acesso em: 25 mar. 2023.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. São Paulo: Empreende, 2021. E-book. ISBN 9786587052083. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587052083/>. Acesso em: 08 abr. 2023.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e Princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- EBAC, Equipe. **O que é um plano de vida e carreira e como posso criar um?** São Paulo, 2023.
- EMPREENDEDEDOR, Serasa. **Afinal, você tem a mentalidade empreendedora?** São Paulo: Serasa Experian, 2023. Disponível em: <https://empresas.serasaexperian.com.br/blog/mentalidade-empreendedora-principais-caracteristicas-do-empreendedor/>. Acesso em: 25 mar. 2023.
- ESTÁCIO, Equipe. **Contatos Profissionais: Aprenda a fazê-los com estas 8 dicas**. Estácio, 2022.
- FERREIRA, Kellison. **Análise de dados: o que é e dicas fundamentais para obter sucesso na sua análise**. Rockcontent, 2019.
- FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares**. Revista de Administração de Empresas, 40(3), 8-17. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/262497255\\_Empreendedorismo\\_e\\_gerenciamento\\_processos\\_distintos\\_porem\\_complementares](https://www.researchgate.net/publication/262497255_Empreendedorismo_e_gerenciamento_processos_distintos_porem_complementares). Acesso em: 13 mai. 2023.
- FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários de pequenos negócios**. Revista de Administração, 34(2), 05-28. Disponível em: <http://rausp.usp.br/wp-content/uploads/files/3402005.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2023.
- FLEXÍVEIS, Trabalhos. **O novo conceito de trabalho e carreira**. Trabalho Flexíveis Conecta, 2018.
- GALLI, Adriana Velho; GIACOMELLI, Giancarlo. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Sagah, 2017. E-book. ISBN 9788595022492. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595022492/>. Acesso em: 25 mar. 2023.
- GEM, Coordenação do. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório executivo, 2022. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2023.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2019. E-book. ISBN 9788597020991. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020991/>. Acesso em: 20 mai. 2023.
- HAIR, J. F.; BLACK, B.; BABIN, B.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise Multivariada de Dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HENGEMÜHLE, Adelar. **Desafios educacionais na formação de empreendedores**. Porto Alegre: Penso, 2013. E-book. ISBN 9788565848800. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565848800/>. Acesso em: 15 abr. 2023.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: AMGH, 2014. E-book. ISBN 9788580553338. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553338/>. Acesso em: 01 abr. 2023.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. Petrópolis [RJ]: Vozes, 2011. Disponível em: [http://www.adm.ufrpe.br/sites/ww4.deinfo.ufrpe.br/files/Fundamentos\\_de\\_Metodologia\\_Cienti%CC%81fica.pdf](http://www.adm.ufrpe.br/sites/ww4.deinfo.ufrpe.br/files/Fundamentos_de_Metodologia_Cienti%CC%81fica.pdf). Acesso em: 01 abr. 2023.

KRAKAUER, Décio. **Comportamento empreendedor e sua relação com o desempenho organizacional em empresas de software**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2018.

KUAZAQUI, Edmir. **Liderança e Criatividade em Negócios**. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2012. E-book. ISBN 9788522108435. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522108435/>. Acesso em: 13 mai. 2023.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. ISBN 9788597026580. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026580/>. Acesso em: 01 abr. 2023.

LIMA, Luciana. **5 dicas para não se desesperar diante de imprevistos**. Exame, 2015.

LOPES, Rose Mary Almeida. **Ensino de empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017. E-book. ISBN 9788550806419. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550806419/>. Acesso em: 25 mar. 2023.

LOZADA, Gisele; NUNES, Karina da Silva. **Metodologia científica**. Porto Alegre: Sagah, 2019. E-book. ISBN 9788595029576. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595029576/>. Acesso em: 20 mai. 2023.

MAÇÃES, Manuel Alberto R. **Empreendedorismo, Inovação e Mudança Organizacional - Vol III**. Lisboa [Portugal]: Actual, 2017. E-book. ISBN 9789896942236. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9789896942236/>. Acesso em: 08 abr. 2023.

MACHADO, Amália. **Referencial teórico: Como organizar e escrever?** Acadêmica. 2020. Disponível em: <https://www.academica.com.br/post/referencial-te%C3%B3rico-como-organizar-e-escrever>. Acesso em: 25 mar. 2023.

MADRUGA, Roberto. **Gestão do Relacionamento e Experiência do Cliente - A Revolução na Experiência do Cliente**. Barueri [SP]: Atlas, 2021. E-book. ISBN 9786559770083. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770083/>. Acesso em: 22 abr. 2023.

MARIOTTI, Humberto de Oliveira. **Pensando diferente: como lidar com a complexidade, a incerteza e a ilusão**. São Paulo: Atlas, 2010. E-book. ISBN 9788522470426. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522470426/>. Acesso em: 15 abr. 2023.

MARQUES, José Roberto. **Persistência é o diferencial para seu sucesso em qualquer área.** Instituto Brasileiro de Coaching, 2023.

MARQUES, Simone. **Por que assumir riscos e inovar é importante para sua vida?** Garibaldi: Fisul, 2017.

MARTINS, Everton. **Coleta de dados: o que é, metodologias e procedimentos.** Mettzer, 2019.

MATOS, Évilin. **Tipos de tarefas: como organizar seu trabalho da melhor forma.** Runrun.it Blog, 2022.

MEDEIROS, Fabricio. **Em tempos de crise você precisa ser agressivo.** VendaMais, 2023.

NEON, Time. **Dívida de longo prazo: 6 cuidados a se tomar antes de assumir uma.** São Paulo, 2022.

NUBANK, Redação. **Oportunidade de negócio: como identificar?** São Paulo, 2023.

OLIVEIRA, Aline. **Coleta de Dados: Quais são os métodos e como fazer?** Mindminers, 2022.

OLSEN, Wendy. **Coleta de dados.** Porto Alegre: Penso, 2015. E-book. ISBN 9788584290543. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788584290543/>. Acesso em: 03 jun. 2023.

PAIVA, Julio. **Marketing Social: A importância das Redes Sociais pro seu negócio.** QuestionPro, 2023.

PEREIRA, José Matias. **Manual de metodologia da pesquisa científica.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

PONTOTEL, Redator. **Liderança: tudo sobre, tipos, importância e principais dúvidas!** Pontotel, 2023.

POSER, Denise Von. **Marketing de relacionamento: maior lucratividade para empresas vencedoras.** Barueri [SP]: Manole, 2005. E-book. ISBN 9788520442555. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520442555/>. Acesso em: 22 abr. 2023.

PUCPR, Ead. **Habilidades profissionais: o que são, tipos e como desenvolver?** Paraná, 2020.

RANGEL, Aline. **Dificuldade em se relacionar: quando devo me preocupar?** São Paulo, 2020.

RIBEIRO, Débora. **Mudança.** Dicio, 2019.

SAMPIERI, Roberto H.; COLLADO, Carlos F.; LUCIO, Maria D. P. B. **Metodologia de pesquisa.** Porto Alegre: Penso, 2013. E-book. ISBN 9788565848367. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565848367/>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SANTOS, P. C. F. **Uma Escala para Identificar Potencial Empreendedor.** Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis-SC, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/91191/247610.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2023.

SCHERER, Felipe O.; CARLOMAGNO, Maximiliano S. **Gestão da inovação na prática:** como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. São Paulo: Atlas, 2016. E-book. ISBN 9788597007121. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597007121/>. Acesso em: 13 mai. 2023.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. **Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional.** RAC, Curitiba, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, 2009.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico:** uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEAD, Secretaria de Administração e Gestão. **Como Usar a Criatividade para Resolver Problemas.** Amazonas, 2018.

SERAFIM, Luiz. **O poder da inovação:** como alavancar a inovação na sua empresa. Pinheiros: Saraiva, 2011. E-book. ISBN 9788502148017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502148017/>. Acesso em: 13 mai. 2023.

SERRA, Fernando R.; SANTO, João C.; FERREIRA, Manuel P. **Ser Empreendedor.** Pinheiros: Saraiva, 2012. E-book. ISBN 9788502121966. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502121966/>. Acesso em: 01 abr. 2023.

SILVA, Douglas da. **Conheça os 4 tipos de análise de dados para criar estratégias certas.** Blog da Zendesk, 2022.

SILVA, Fábio Gomes da; ZAMBON, Marcelo S. **Gestão de Relacionamento com o Cliente.** 3. ed. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2015. E-book. ISBN 9788522119349. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522119349/>. Acesso em: 22 abr. 2023.

SILVA, Gabriele. **Capacitação profissional:** o que é, importância e principais desafios. Educa + Brasil, 2020.

SILVA, Paulo Cesar da. **Empreendedorismo e Capacidade Inovadora no Setor Público.** Curitiba: Contentus, 2020. E-book. ISBN 9786557459935. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/188313/pdf/0?code=CEzHzeReYyzYLSIvy7e9C/BvjU/JtR8X+rc+DnOovE1Ffy2nxV9h6xiiIdEH8f5eFS3SZb2KoXu3oEWTPHRdYQ==>. Acesso em: 22 abr. 2023.

SILVA, Ricardo S.; LESSA, Bruno S.; FERREIRA, Adriana G.; e outros **Empreendedorismo social.** Porto Alegre: Sagah, 2019. E-book. ISBN 9788533500204. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788533500204/>. Acesso em: 14 mai. 2023.

SOUZA, Ana C. A. Alves de; LESSA, Bruno de S.; VEILLARD, Bruno P.; e outros. **Identificação e Análise de Oportunidades Nacionais e Internacionais**. Porto Alegre: Sagah, 2020. E-book. ISBN 9786556900926. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900926/>. Acesso em: 13 mai. 2023.

SOUZA, Andressa Lamb de; RUFFATO, Rogér. **Relacionamento interpessoal e sua influência no trabalho**. Blog do RH, 2023.

TECNOLOGIA, Equipe Fortes. **Desempenho financeiro: 5 dicas para melhorar sua performance financeira**. Blog Fortes Tecnologia, 2021.

TIDD, Joe; BESSANT, Joe. **Gestão da inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2015. E-book. ISBN 9788582603079. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582603079/>. Acesso em: 13 mai. 2023.

TRAVASSOS, Patrícia; KONICHI, Ana C. **Os desafios do empreendedorismo materno**. São Paulo: Saraiva, 2021. E-book. ISBN 9786558100560. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786558100560/>. Acesso em: 29 abr. 2023.

TSAI, Bruno. **Fatores Críticos de Sucesso: O que são e como defini-los?** Cloud Coaching, 2023.

VALENTIM, Isabella Christina Dantas. **Comportamento Empreendedor**. Curitiba: Inter Saberes, 2021. E-book. ISBN 9786555179057. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/187021/pdf/0?code=2S88EuHOF14rxGbyc9tEgKtXyycqAaQU2Vtqpivm/Wo15CUef54yihdnNxi++/Uf/XAwia4Kh8RGcWx6ovkTQ==>. Acesso em: 22 abr. 2023.

VENDAS, Etiquetas. **Vendas**. Blog Palestra para Professores, 2023.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016. E-book. ISBN 9788597007480. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597007480/>. Acesso em: 01 abr. 2023.

VIEIRA, Camila. **Planejamento Estratégico Empresarial: Como Criar um Plano Estratégico de Sucesso**. UFMG Consultoria Júnior, 2018.

WILIANS, Anne. **Empreendedorismo Social Feminino**. São Paulo: Saraiva, 2021. E-book. ISBN 9786558100751. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786558100751/>. Acesso em: 14 mai. 2023.

## APÊNDICE A: QUESTIONÁRIO APLICADO NO TCC II

Meu nome é Fábio André De Momi, acadêmico do curso de Administração de Empresas na Universidade de Caxias do Sul, Campus Farroupilha. Esta pesquisa faz parte do meu trabalho de conclusão de curso que estou desenvolvendo e tem o objetivo de estudar o comportamento do empreendedor atual na área mecânica e elétrica automotiva. A participação nesta pesquisa é anônima, não expondo a sua resposta vinculada ao seu CPF ou CNPJ, sendo que os dados obtidos são de suma importância e serão utilizados para fins acadêmicos e científicos. Gostaria de poder contar com sua colaboração respondendo o questionário abaixo.

No primeiro bloco da pesquisa, são apresentadas vinte e seis frases, ao qual você pode discordar ou concordar, selecionando a opção que mais se enquadra com a sua convicção. Já o segundo bloco da pesquisa possui apenas cinco perguntas que visam buscar mais informações sobre o respondente, mas jamais será solicitada a sua identificação.

Favor, não desista, a pesquisa não vai demorar mais que cinco minutos. Agradeço sua participação!

Questionário - Bloco 1:

Comportamento Empreendedor quanto ao Desempenho Organizacional perante ao Constructo Autorrealização:

- 1- Frequentemente percebo oportunidades promissoras de negócios no mercado.
  - ( ) Concordo pouco
  - ( ) Concordo
  - ( ) Concordo totalmente
  - ( ) Discordo pouco
  - ( ) Discordo
  - ( ) Discordo totalmente
- 2- Acredito que tenho habilidade em encontrar oportunidades de negócio no mercado.
  - ( ) Concordo pouco
  - ( ) Concordo
  - ( ) Concordo totalmente
  - ( ) Discordo pouco
  - ( ) Discordo
  - ( ) Discordo totalmente

3- Tenho controle sobre os fatores críticos para a minha realização profissional.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

4- Profissionalmente, me considero uma pessoa mais persistente que as demais.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

Comportamento Empreendedor quanto ao Desempenho Organizacional perante ao Constructo Inovador:

5- Sempre encontro soluções muito criativas para os problemas profissionais com os quais me deparo.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

6- Prefiro um trabalho cheio de novidades em relação a uma atividade rotineira.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

7- Gosto de mudar minha forma de trabalhar sempre que possível.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

Comportamento Empreendedor quanto ao Desempenho Organizacional perante ao Constructo Planejamento:

8- Tenho um bom plano de vida profissional.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

9- No meu trabalho, sempre planejo da melhor forma o que eu faço.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

10- Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

11- Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

Comportamento Empreendedor quanto ao Desempenho Organizacional perante ao Constructo Líder:

12- Frequentemente, sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

13- Frequentemente, as pessoas pedem a minha opinião sobre os assuntos de trabalho.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

14- As pessoas respeitam a minha opinião.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

Comportamento Empreendedor quanto ao Desempenho Organizacional perante ao Constructo Assume Riscos:

15- Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva riscos.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

16- Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio proporcionaria em troca.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

17- Admito correr riscos em prol de possíveis benefícios.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

Comportamento Empreendedor quanto ao Desempenho Organizacional perante ao Constructo Sociável:

18- Me relaciono com facilidade com outras pessoas.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente

- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

19- Meus contatos pessoais não influenciam na minha vida profissional.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

20- Os contatos sociais que tenho são de extrema importância para minha vida profissional.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

21- Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso tenha necessidade.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

Comportamento Empreendedor quanto ao Desempenho Organizacional perante ao Constructo Agressividade:

22- A agressividade comercial nos serviços da minha empresa é maior do que a das concorrentes.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

23- A agressividade de divulgação da minha empresa é maior do que das concorrentes.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

24- A agressividade técnica na preparação e capacitação dos profissionais nos serviços prestados na minha empresa é maior do que das concorrentes.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

Comportamento Empreendedor quanto ao Desempenho Organizacional perante ao Constructo Desempenho Organizacional:

25- Na minha análise, o desempenho financeiro da minha empresa melhorou nos últimos doze meses.

- Concordo pouco
- Concordo

- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

26- Na minha análise, as vendas da minha empresa aumentaram nos últimos doze meses.

- Concordo pouco
- Concordo
- Concordo totalmente
- Discordo pouco
- Discordo
- Discordo totalmente

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de Décio Krakauer (2018) que pesquisou o tema através dos autores: Schmidt e Bohnenberger (2009), de Covin e Slevin (1990), Venkatamaran e Ramanujam (1987), para medir o desempenho da empresa em estudo.

### **Questionário - Bloco 2: Informações sociodemográficas sobre o Empreendedor**

27- Qual é a sua função na empresa?

- Proprietário atuante na empresa
- Proprietário não atuante na empresa
- Colaborador

28- Há quanto tempo você trabalha na empresa?

- De 0 a 1 ano
- + 1 ano a 5 anos
- + 5 anos a 10 anos
- + 10 anos a 15 anos
- + 15 anos

29- Idade

- Até 25 anos
- 26 a 35 anos
- 36 a 45 anos

46 a 55 anos

+ 56 anos

30- Gênero

Masculino

Feminino

31- Qual a escolaridade você atingiu?

Ensino fundamental

Ensino fundamental incompleto

Ensino médio

Ensino médio incompleto

Ensino superior

Ensino superior incompleto

Pós Graduação

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de Décio Krakauer (2018).

**ANEXO A: LISTA DE MECÂNICAS E ELÉTRICAS AUTOMOTIVAS EM  
ATIVIDADES NO MUNICÍPIO DE FARROUPILHA/RS NO ANO DE 2023**

<b>Quant.</b>	<b>Nome</b>	<b>Serviço</b>	<b>Bairro</b>
1	MECÂNICA LUVISON LTDA EPP	Mecânica	Medianeira
2	PAGNO & CIA LTDA	Mecânica	Do Parque
3	SORRETO DISTRIB.VEICULOS LTDA	Mecânica	RST 453
4	AUTO ELETRICA FAISCA LTDA ME	Elétrica	Do Parque
5	EDEGAR GALVES - ME	Mecânica	Linha Sertorina
6	MECÂNICA LUVAZIO LTDA	Mecânica	Planalto
7	OFICINA MECÂNICA MENZEN LTDA	Mecânica	São Roque
8	JAIR JORGE FALKOWSKI	Mecânica	Vicentina
9	COFASA-COMERCIAL FARROUPILHA DE VEICULOS	Mecânica	Linha Julieta
10	TRANSPORTALUPPI TRANSPORTES LTDA	Mecânica	Nova Sardenha
11	MECÂNICA PAULO S LTDA	Mecânica	Cruzeiro
12	MECÂNICA FRAMBEL LTDA EPP	Mecânica	Bela Vista
13	CLAUDIOMIRO ORLANDIN E CIA LTDA- ME	Mecânica	São Luiz
14	DELCI ZANANDREA DA LUZ	Mecânica	Bela Vista
15	MECÂNICA GELSONCAR LTDA	Mecânica	Planalto
16	OFICINA MECÂNICA RSV LTDA	Mecânica	Rodovia RST 453
17	DIVAN JOSE PINHEIRO GOMES ME	Mecânica	Bela Vista
18	JOAO CAMPOS - COMPETIÇÕES E DIVULGAÇÕES	Mecânica	Industrial
19	ELETROMECÂNICA XISPINHA LTDA	Mecânica	1° de Maio
20	SALVATORE AR COND. E TRANS AUT. LTDA	Mecânica	Planalto
21	RUFATTO ELETRO CENTER LTDA	Elétrica	Volta Grande
22	MANDELLI SERVICOS LTDA	Mecânica	Pio x
23	JC BORRACHARIA CHAPEACAO E MECANICA LTDA	Mecânica	América
24	GENI LAVANDOSKI	Mecânica	Linha Sertorina
25	BM CAR VEICULOS E AUTO PECAS LTDA	Mecânica	Medianeira
26	JC AUTO SERVIC. LTDA	Mecânica	Imigrante
27	AUTO MECÂNICA LM LTDA	Mecânica	Bela Vista
28	AUTO MECÂNICA CHICO DE CEZARO LTDA	Mecânica	Pio x
29	AUTO RENOVADORA ELITE LTDA	Mecânica	Nova Vicenza
30	GEOGAS COMÉRCIO DE EQUIPAMENTOS PARA GÁS VEICULAR LTDA	Mecânica	Pio x
31	FARROUPILHA ELETROCENTER LTDA.	Elétrica	Do Parque
32	MECÂNICA E MALHAS KAIED LTDA	Mecânica	Santa Catarina
33	MM MECÂNICA MARQUES LTDA	Mecânica	Pio x
34	AUTO ELÉTRICA FORÇA EXTRA LTDA	Mecânica	Bela Vista
35	MECÂNICA RODRIROSSI LTDA - ME	Mecânica	Centro
36	MECÂNICA CONSTANTE LTDA - ME	Elétrica	São Luiz
37	ACESSORIOS PARA VEICULOS TESSARO LTDA	Elétrica	Do Parque
38	LABATUT SUSPENSHP COM. DE PECAS E SERV.	Mecânica	Centro
39	MAURICIO LUIZ ARRUDA	Mecânica	Centro

<b>Quant.</b>	<b>Nome</b>	<b>Serviço</b>	<b>Bairro</b>
40	PRATTICA LOGISTICA COMERCIAL LTDA	Mecânica	Área Rural de Farroupilha
41	MAURICIO GUINCHOS LTDA	Mecânica	Área Rural de Farroupilha
42	RODOLUPPI TRANSPORTES LTDA.	Mecânica	Nova Sardenha
43	MECÂNICA R.R.B. DIESEL MULTI MARCAS LTDA	Mecânica	Nova Milano
44	DAVI AIRTON POERSCH	Mecânica	1° de Maio
45	MEC E POSTOS DE MOLAS UNIAO DA SERRA LTD	Mecânica	Linha Sertorina
46	VIP LOCADORA DE VEÍCULOS e GUINCHOS LTDA	Mecânica	Centro
47	AUTO ELÉTRICA BIGODE LTDA	Elétrica	Rio Burati
48	VANESSA CAMPOS DA SILVA	Mecânica	Imigrante
49	RECUPERADORA DE VEÍCULOS PAVONI E PICOLLO	Elétrica	Medianeira
50	RECUPERADORA DE VEÍCULOS PAVONI E PICOLLO	Mecânica	Medianeira
51	H3M PECAS E SERVICOS LTDA	Elétrica	Parque
52	H3M PECAS E SERVICOS LTDA	Mecânica	Parque
53	TURBO DIESEL MECÂNICA DE CAMINHÕES LTDA	Mecânica	Do Parque
54	AUTO RENOVADORA MANOS CAR LTDA	Mecânica	Santa Catarina
55	MAX MOTORS OFICINA MECÂNICA LTDA	Mecânica	Do Parque
56	MECÂNICA ROMAR LTDA	Mecânica	América
57	BSFAR COMERCIO DE ACESSORIOS AUTOMOTIVOS	Elétrica	Imigrante
58	ROBERT RONI PICOLI	Elétrica	Santo Antônio
59	RETIFAR - RETIFICADORA DE MOTORES LTDA.	Mecânica	Do Parque
60	TECNOAUFAS MOTORS SERV AUTOMOTIVOS LTDA	Mecânica	Planalto
61	CARGA PESADA AUTO ELETRICA LTDA	Elétrica	Do Parque
62	ALCEMAR VELHO SHINEIDER	Mecânica	América
63	MECANICA E SERVICOS DE TRANSPORTE Z & M	Mecânica	Monte Pasqual
64	AVS AUTO ELETRICA LTDA	Elétrica	Centro
65	OFICINA MECÂNICA BARP LTDA. ME	Mecânica	São Luiz
66	RM ELETROMECAÂNICA DIESEL LTDA - ME	Elétrica	Nova Milano
67	JONAS A. M. LENZ - ME	Mecânica	Volta Grande
68	MARCUS CRISTIANO ARNHOLD	Elétrica	Imigrante
69	MARCUS CRISTIANO ARNHOLD	Mecânica	Imigrante
70	SPEEDYBOXER COM DE PECAS E ACES PARA VEI	Mecânica	Centro
71	R B R MECANICA AUTOMOTIVA LTDA	Mecânica	Santa Catarina
72	CAF CENTRO AUTOMOTIVO LTDA	Mecânica	Monte Pasqual
73	MECÂNICA CARÇAÇA LTDA	Mecânica	Medianeira
74	RUI DOBNER -ME	Elétrica	Pio x
75	SARTORI & SANDRIN COMÉRCIO DE PECAS E AU	Elétrica	Linha Vicentina
76	PRISCILA AUTO CENTER REPARO DE VEÍCULOS	Mecânica	Nova Vicenza

<b>Quant.</b>	<b>Nome</b>	<b>Serviço</b>	<b>Bairro</b>
77	DGSUL VEICULOS E SERVICOS LTDA	Mecânica	Ipanema
78	AUTO ELÉTRICA ZANELLA LTDA	Elétrica	Volta Grande
79	ADM AUTOSOM COMERCIO DE PECAS LTDA - ME	Elétrica	Centro
80	MECÂNICA SOMAR LTDA	Mecânica	Nova Vicenza
81	AUTO ELÉTRICA BENTAQUI LTDA ME	Elétrica	Do Parque
82	SUSPENFAR COM. PEÇAS E SER. MEC. AUTOM	Mecânica	Vicentina
83	FERNANDA COSTA 78077575072	Mecânica	São José
84	MARAJO SUL COMERCIAL DE VEICULOS LTDA	Mecânica	Vicentina
85	DL LTDA	Mecânica	São Roque
86	LR DOS REIS OFICINA MECANICA LTDA	Mecânica	Do Parque
87	DAL PIZZOL AUTO RENOVADORA LTDA	Mecânica	Belvedere
88	OTAVIO MORAES 40508897068	Mecânica	Santo Antônio
89	12.460.880 VANDO CATAFESTA	Mecânica	Volta Grande
90	TONIN RECUPERADORA DE VEICULOS LTDA ME	Mecânica	Medianeira
91	AUTOELÉTRICA FARCAR LTDA	Elétrica	Vicentina
92	NEW CAR MECANICA MULTIMARCAS LTDA	Mecânica	Pio x
93	ELZA TEREZINHA GONCALVES DOMINGUES 00586	Mecânica	Centenário
94	COM. PEÇAS PREST. SERV. ELETROMECC. SAUL	Elétrica	Nova Milano
95	COM. PEÇAS PREST. SERV. ELETROMECC. SAUL	Mecânica	Nova Milano
96	REPARADORA VEICULAR FRATELLI BREDA LTDA.	Mecânica	Nova Vicenza
97	LR - CAR MANUTENCAO DE VEICULOS LTDA	Mecânica	Imigrante
98	CLEMIR DE LIMA BARBOSA - ME	Mecânica	Linha Vicentina
99	ELIZANDER MOCELLIN 82189706068	Mecânica	1° de Maio
100	MECÂNICA AUTOFLEX LTDA	Mecânica	São Roque
101	DINO CESAR MARIANO DE LIMA 97245844020	Mecânica	Do Parque
102	MARCOS ANTONIO MELOTTO 77666143087	Mecânica	Nova Milano
103	SANDRO RITTER	Mecânica	Cruzeiro
104	OLIVIO ROSSI 48988260082	Mecânica	Vicentina
105	AUTOELÉTRICA 122 LTDA	Elétrica	Nova Milano
106	AUTOELÉTRICA 122 LTDA	Mecânica	Nova Milano
107	15.571.653 MAURICIO LUIZ ARRUDA	Elétrica	São Luiz
108	15.571.653 MAURICIO LUIZ ARRUDA	Mecânica	São Luiz
109	ALCEU PANSERA 66047374034	Mecânica	1° de Maio
110	ESP. LUCIANO ANGELO COLOMBO 59683872034	Mecânica	Bela Vista
111	LEANDRO A. DOS SANTOS	Mecânica	Belvedere
112	RODRIGO FRANDOLOSO 01517903025	Elétrica	Vicentina
113	RODRIGO FRANDOLOSO 01517903025	Mecânica	Vicentina
114	EVERTON SACHET - ME	Mecânica	Linha Vicentina
115	ELEANDRO WAWRZYNIAC 70516570030	Mecânica	Bela Vista
116	OFICINA MECÂNICA BIFF LTDA	Mecânica	1° de Maio
117	ALF - COMERCIO DE VEICULOS	Mecânica	Vicentina

Quant.	Nome	Serviço	Bairro
	LTDA		
118	CRIS CAR MECANICA AUTOMOTIVA LTDA ME	Mecânica	Pio x
119	FLV MECANICA DIESEL LTDA	Mecânica	São Valentim
120	OTAVIO MORAES 40508897068	Mecânica	Santo Antônio
121	LUCIANE ADELINA M CERIOLI 69239797068	Elétrica	Segundo Distrito
122	LEOCIR GIACOMEL 33733902068	Elétrica	Centenário
123	AUTO ELETRICA BURATI LTDA - ME	Mecânica	Rio Burati
124	GRACIELE GRENZEL	Mecânica	Santo Antônio
125	FRANQUE ANTONIO FORTES ME	Mecânica	Volta Grande
126	ALDOCIR DORNELLES DA SILVA	Mecânica	Parque
127	EBER JEAN QUADROS SILVA 01787636089	Mecânica	1° de Maio
128	NESTOR HUGO DALL O 66048362072	Mecânica	São Roque
129	JOSIMAR FRANCISCONI 05435662931	Mecânica	Do Parque
130	RENAN DA LUZ 01382219016	Mecânica	Bela Vista
131	ANDREIA SCOTTA 83136053087	Elétrica	Vicentina
132	TAYSE POLONI DO AMARANTE-ME	Elétrica	Vicentina
133	MARCIO PRAMIO 97553280097	Mecânica	Nova Vicenza
134	CENTRO DE MANUTENCAO E REPARACAO MECANICA TOP TRUCK LTDA	Elétrica	Nova Milano
135	CENTRO DE MANUTENCAO E REPARACAO MECANICA TOP TRUCK LTDA	Mecânica	Nova Milano
136	AUTO SERVICOS PJC LTDA - ME	Mecânica	Linha Vicentina
137	SILVERIO VALENTE ZAMBONI 68164734004	Elétrica	Caravaggio
138	GOOD TRUCK LTDA	Mecânica	Medianeira
139	GEFERSON JUSTINO ZAMBONI	Mecânica	Pio x
140	ADRIANO REGALIN 01035022036	Mecânica	Santo Antônio
141	CESAR AUGUSTO FOCHESTATTO 41797833049	Mecânica	Centro
142	ADRIANO DAL PIZZOL 00463900065	Elétrica	Ipanema
143	ROSIMAR ANTONIO REGALIN 37167804053	Mecânica	São Luiz
144	VINI MOTORS MECANICA LTDA - ME	Mecânica	São José
145	MALIBU OFICINA MECANICA E RETIFICA LTDA	Elétrica	Do Parque
146	MALIBU OFICINA MECANICA E RETIFICA LTDA	Mecânica	Do Parque
147	DAGOBERTO PIEROSAN 71361189053	Mecânica	São Roque
148	S8 DISTRIBUIDORA DE LUBRIFICANTES E AUTO	Mecânica	Centro
149	EVERALDO ANTONIO ZAMPIERI 73674842904	Mecânica	Alvorada
150	BENHUR CONSTRUCOES E SERVICOS ELETRICOS	Elétrica	1° de Maio
151	JOAO CARLOS DE OLIVEIRA 36794104091	Mecânica	Centenário
152	ADRIANO MAURILIO MARTINELLO 67877796072	Mecânica	Quarto Distrito
153	TIARLES CARLOS ESTERYS 01071880071	Mecânica	Bela Vista
154	EVALDO RAVADELLE CATARINA 89362756072	Mecânica	Alvorada
155	ARY HELD 20215673034	Mecânica	Santa Catarina
156	EVANDRO MATHEUS DE VARGAS 03290517098	Elétrica	Industrial

<b>Quant.</b>	<b>Nome</b>	<b>Serviço</b>	<b>Bairro</b>
157	ANA JULIA LARA GULDEN 03541963085	Mecânica	Santa Rita
158	ADM AUTOSOM COMERCIO DE PECAS AUTOMOTIVAS	Elétrica	Centro
159	MULT OIL OFICINA MECANICA LTDA - ME	Mecânica	Volta Grande
160	IVONETE WAWRZYNIAK 99749750004	Mecânica	Centenário
161	RAFAEL CAMPEOL 03000490051	Mecânica	São Luiz
162	JARLENE MARTINS MOREIRA 02140572084	Mecânica	Centro
163	REGIS SOSNOSKI 02682241090	Mecânica	Pio x
164	ORIDES KRASNIEVIZ 54433606049	Mecânica	Bela Vista
165	JOSE CARLOS COAN 41220617091	Mecânica	São Luiz
166	EDERSON ANASTÁCIO DE PAULA	Mecânica	Medianeira
167	JANETE CASTANHA SCHNEIDER 62783467020	Elétrica	América
168	JANETE CASTANHA SCHNEIDER 62783467020	Mecânica	América
169	ROBSON GILNEI RODRIGUES 01487586060	Mecânica	Cruzeiro
170	TARCISO ALEXANDRE COFFERRI 90251245004	Mecânica	Terceiro Distrito
171	SUPER TROCA FARROUPILHA COMERCIO DE LUBRIFICANTES LTDA	Mecânica	Imigrante
172	CAMILA ELENA PERRONI 00315364092	Mecânica	Imigrante
173	ANDERSON VINICIUS PACHECO MORAIS 01586969056	Elétrica	América
174	ALZENI PACHECO DE QUEVEDO 44634072068	Elétrica	América
175	EVANILDO RAVADELLE CATARINA 81098391004	Mecânica	1° de Maio
176	MARCELO CHIELE 81865732087	Mecânica	São Luiz – 3° Distrito
177	ASA RETIFICA DE MOTORES LTDA	Mecânica	Imigrante
178	G.S. COMERCIO DE AUTOPECAS LTDA	Mecânica	Bela Vista
179	JENIFFER VALENTINI	Elétrica	Industrial
180	COMERCIO E SERVICOS DE MANUTENCAO ELETRICA AUTOMOTIVA RODRIGUES LTDA	Elétrica	Belvedere
181	FARROUPILHA SERVICOS, PNEUS, PECAS E ACESSORIOS AUTOMOTIVOS LTDA	Mecânica	Vicentina
182	CARLOS ALEXANDRE MODESTO PEREIRA	Elétrica	América
183	ZELINDO SANTA CATHARINA 58348174087	Mecânica	Bela Vista
184	CLEMERSON RODRIGUES 09053132910	Elétrica	América
185	CLEMERSON RODRIGUES 09053132910	Mecânica	América
186	ERICK DE BARROS 03505557021	Mecânica	Santa Catarina
187	MARCELO PAIM DE MELOS 78145252091	Mecânica	América
188	ELAINE SIQUEIRA DOS SANTOS 05767340986	Mecânica	Monte Pasqual
189	VALDECIR DA SILVA 74571818068	Elétrica	Pio x
190	PEDRITO CHAVES 60334878004	Mecânica	1° de Maio
191	EDSON LIMA SANTOS 93897480034	Mecânica	Industrial
192	CLERIO JOSE MIRI 94559988072	Mecânica	Centenário
193	H.S. SERVICOS HIDRAULICOS LTDA	Mecânica	Parque
194	GENILSON DOS SANTOS COSTA 00341018023	Mecânica	São José
195	EITOR SOMACAL 52446891004	Mecânica	São Roque
196	LAIR ROQUE PUNTEL 40376761091	Mecânica	Nova Vicenza
197	ALDAIR FIORIO 14045770097	Mecânica	Nova Milano
198	JEFERSON FELIPE RIBEIRO 02512251004	Mecânica	Terceiro Distrito

<b>Quant.</b>	<b>Nome</b>	<b>Serviço</b>	<b>Bairro</b>
199	33.265.325 WILLIAM DE ALENCASTRO ALLMER	Elétrica	Centro
200	MECÂNICA ROSSIBRUM EIRELI	Mecânica	Cruzeiro
201	DIEGO BELLINI BINDA 02460818050	Elétrica	América
202	FELIPE PANSERA	Elétrica	São Luiz
203	ANDERSON BELUSSO 71225862000	Mecânica	Santo Antônio
204	MODELO OIL COMERCIO DE LUBRIFICANTES LTDA	Mecânica	Imigrante
205	INJETECH MECANICA AUTOMOTIVA LTDA	Elétrica	Santo Antônio
206	INJETECH MECANICA AUTOMOTIVA LTDA	Mecânica	Santo Antônio
207	THIAGO HENRIQUE DURAND 81652429034	Elétrica	São Luiz
208	CRISTIANO DOS SANTOS PINTO 01600682073	Elétrica	Industrial
209	CRISTIANO DOS SANTOS PINTO 01600682073	Mecânica	Industrial
210	DANIEL LUIZ CECATO 00513508074	Mecânica	Belvedere
211	OFICINA MECANICA SANTO ANTONIO LTDA	Elétrica	Medianeira
212	OFICINA MECANICA SANTO ANTONIO LTDA	Mecânica	Medianeira
213	DARLAN GONDOREK 01740432010	Elétrica	Monte Verde
214	36.985.365 RAFAEL BONILHA NEVES	Elétrica	Área Rural de Farroupilha
215	ORILDO ANTONIO FERRO 50377043087	Mecânica	Cruzeiro
216	CLAUDIO LUIZ MASSIGNAN 01319768008	Mecânica	Área Rural de Farroupilha
217	JULIANA MASSIGNAN 03820549030	Mecânica	1° de Maio
218	ANGELICA DE GASPERI 01258115000	Mecânica	1° de Maio
219	IGOR RIBEIRO DA LUZ 02272994008	Mecânica	Pio X
220	MECÂNICA SOMBRIO LTDA	Elétrica	São Francisco
221	MECÂNICA SOMBRIO LTDA	Mecânica	São Francisco
222	MONICA VICARI 01720560048	Mecânica	América
223	MOLAS PÉ DE BORRACHA LTDA	Mecânica	Vicentina
224	REGIS SOSNOSKI 02672241090	Elétrica	Alvorada
225	VALDIR ONZI 39822117000	Mecânica	América
226	MAIKEL DE OLIVEIRA GOMES DA SILVA 02387907035	Mecânica	Industrial
227	ARI FIORESE 45965544049	Mecânica	Pio x
228	CLAUDIO ALEXANDRE BURATI 57927111000	Mecânica	Centenário
229	ALBERI BOTEGA 65066561072	Elétrica	Vicentina
230	ROBERTO PIMENTEL DA SILVA 43363539053	Elétrica	Cruzeiro
231	LUCAS ANDRADE DO AMARAL 03907939069	Mecânica	Nova Vicenza
232	GIOVANI PIROLA 01565100069	Mecânica	Área Rural de Farroupilha
233	ALCEMAR VELHO SCHNEIDER 69223149053	Mecânica	América
234	NEREU BORGUESAN 00424103044	Mecânica	Cinquentenário
235	JOÃO CARLOS SMANIOTTO 31276385072	Mecânica	Santa Catarina
236	EVANDRO JESKE 94439389015	Elétrica	Área Rural de Farroupilha
237	EVANDRO JESKE 94439389015	Mecânica	Área Rural de Farroupilha
238	KEVIN MIGUEL MEIRELLES CAVALHEIRO 02883125031	Mecânica	Vicentina
239	ROSELAINÉ FATIMA AROZZI DAL PIZZOL 02888721007	Elétrica	Área Rural de Farroupilha
240	JEFERSON MOLON BOESSIO 00495631060	Mecânica	Nova Vicenza

<b>Quant.</b>	<b>Nome</b>	<b>Serviço</b>	<b>Bairro</b>
241	GIOVANI REINALDO 02763322026	Mecânica	Nova Vicenza
242	MARLON FRANCISCO ZOTTI	Mecânica	São Luiz
243	43.889.200 LIVINO MARTINS RODRIGUES	Mecânica	Monte Pasqual
244	SANDRO ZAMBONI 01916878040	Mecânica	Monte Pasqual
245	ANDRIGO TREVISAN 82604487004	Mecânica	São Francisco
246	ROBERTO CARLOS FERREIRA MARTINS 04166250027	Mecânica	Industrial
247	LEVIS CAR SERVICOS AUTOMOTIVOS LTDA	Mecânica	Centro
248	CLEONICE GOMES DA SILVA GREINER 02704869090	Mecânica	Monte Pasqual
249	ALEX AUGUSTO PICCOLI 05176244004	Mecânica	Nova Vicenza
250	CRISTIAN KURMANN 03335389000	Mecânica	1° de Maio
251	JOSE RENATO UGHI MARTINS 39656420063	Mecânica	São Roque
252	LEANDRO CAMPEOL 00696109085	Mecânica	Centenário
253	SILVANA MAGDALENA FABRO COAN 43454950082	Mecânica	São Luiz
254	EDSON TORRES 02235070086	Mecânica	Industrial
255	MARCIO DE CHAVES MARTINS 74133454049	Elétrica	Centenário
256	MOISES SILVA DA FONTOURA 01155119037	Elétrica	Área Rural de Farroupilha
257	MOISES SILVA DA FONTOURA 01155119037	Mecânica	Área Rural de Farroupilha
258	GILMAR LUCCHESI 40431193053	Elétrica	Nova Vicenza
259	CRISTIAN DE CEZERO 01416169032	Mecânica	Área Rural de Farroupilha
260	ROSAURO DE PAULA 01521498059	Mecânica	São José
261	LUCAS PRATES RIBEIRO 02972531078	Mecânica	Santa Catarina
262	MAICO DIOGO ALVES DA SILVA 00893360031	Elétrica	Área Rural de Farroupilha
263	JORGE LEONARDO VENES DA SILVA 01440890099	Elétrica	1° de Maio
264	JULIO SPECHT ROSSI	Elétrica	Bela Vista
265	JULIO SPECHT ROSSI	Mecânica	Bela Vista
266	49.443.528 DOUGLAS MADRUGA	Mecânica	São Roque
267	49.538.252 MARCELO HELD	Mecânica	Vicentina
268	49.722.453 JOEL CORREA DA ROSA	Elétrica	Vicentina
269	50.019.627 KENNEDI JUNIOR DOS SANTOS ARCARO	Mecânica	Industrial
270	50.052.168 ALAOR BOSEKI	Elétrica	1° de Maio
271	JOÃO MARCOS CHAPEACAO E COMERCIO LTDA	Mecânica	Nova Milano
272	JOÃO MARCOS CHAPEACAO E COMERCIO LTDA	Elétrica	Nova Milano
273	50.854.572 JOAO VITOR SILVEIRA NOGUEIRA	Elétrica	Bela Vista
274	TRANSPORTES E MECANICA JOVAL LTDA	Mecânica	São Roque
275	AUTO MECANICA WEIRICH LTDA	Mecânica	Imigrante
276	SURDINAS KIKO LTDA-ME	Mecânica	Do Parque
277	ELETRO DIESEL FARROUPILHA LTDA	Mecânica	Distrito Industrial
278	MECANICA O PORAO LTDA	Mecânica	Parque
279	ELETROMECAÂNICA RUFATTO LTDA	Mecânica	Pio x
280	MECÂNICA SOBERANA LTDA	Mecânica	RS 122
281	AUTO MECÂNICA RENOVACAO LTDA ME	Mecânica	Imigrante

<b>Quant.</b>	<b>Nome</b>	<b>Serviço</b>	<b>Bairro</b>
282	EDIMILSON MICHEL NAZARIO	Elétrica	Cinquentenário
283	SERGIO LUIZ MARCON - ME	Mecânica	Centro
284	MECÂNICA FARROUPILHA LTDA	Mecânica	Centro
285	AUTO MECÂNICA BARBIERI LTDA	Mecânica	Centro
286	CHAPEACAO E PINTURA CAMPEOL LTDA	Mecânica	Vicentina
287	AUTO WAGEN LTDA	Elétrica	Parque
288	AUTO WAGEN LTDA	Mecânica	Parque
289	OFICINA MECÂNICA ROTH LTDA ME	Mecânica	RS 122
290	BIGGER - MAQUINAS E SERVICOS LTDA - ME	Mecânica	São Roque
291	CLAUDIO J GASPERIN ME	Mecânica	Pio x
292	AUTO MECÂNICA NOVA MILANO LTDA	Mecânica	Do Parque
293	HELDCAR SERVICOS E VEICULOS LTDA ME	Mecânica	Do Parque
294	COLOMBO AUTOPEÇAS LTDA ME	Elétrica	Imigrante
295	AUTO RENOVADORA RITTI LTDA -ME	Mecânica	Cruzeiro
296	MECÂNICA PASQUAL LTDA	Mecânica	Primeiro Distrito
297	MECÂNICA VALMORBIDA LTDA	Mecânica	Centro
298	OFICINA MECÂNICA REGALIN LTDA ME	Mecânica	Pio x
299	FURGOBENTO LOCAÇAO DE IMOVEIS E IMPLEMENTOS RODOVIÁRIOS LTDA	Mecânica	Rio Burati
300	CIPAL COMERCIO DE PECAS LTDA	Mecânica	Vicentina
301	AUTO MECÂNICA VENEZA LTDA	Mecânica	Medianeira
302	AUTO ELÉTRICA SAPO-NACIO LTDA ME	Elétrica	Nova Vicenza
303	CAUDURO AUTO-ELETRICA LTDA - ME	Elétrica	Parque dos Pinheiros
304	EMECAL MECÂNICA LTDA	Mecânica	Segundo Distrito
305	MONICAR CHAPEACAO E PINT DE VEÍCULOS LTD	Elétrica	São Roque
306	MONICAR CHAPEACA E PINT DE VEÍCULOS LTD	Mecânica	São Roque
307	BROILO - AUTOPEÇAS LTDA ME	Mecânica	Do Parque
308	POSTO DE MOLAS FARROUPILHA LTDA ME	Mecânica	Medianeira
309	MECANICA ALTO RIO BURATTI LTDA ME	Mecânica	Rio Buratti
310	RUSCHEL COM. VEICULOS E ACESSORIOS LTDA	Mecânica	Centro
311	TCL TRANSPORTES COLETIVOS LTDA	Mecânica	Área Rural de Farroupilha
312	MECÂNICA DIRCEU LTDA ME	Mecânica	Imigrante
313	AUTO ELETRICA SERRANA LTDA ME Elétrica RS 122	Elétrica	RS 122
314	MANZINI COMPETIÇÕES E DIVULGAÇÕES LTDA	Mecânica	Centro
315	AUTOMECÂNICA MONTANA LTDA - ME	Mecânica	1° de Maio

## ANEXO B: QUESTIONÁRIO BASE VALIDADO

Questionário – Bloco 1:

	Comportamento Empreendedor e Desempenho Organizacional	Construto	Disordo			Concordo		
			Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente
1	Frequentemente detecto oportunidades promissoras de negócios no mercado.	Autorrealização						
2	Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.							
3	Tenho controle sobre os fatores críticos para a minha plena realização profissional.							
4	Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.							
5	Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.	Inovador						
6	Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.							
7	Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.							
8	Tenho um bom plano da minha vida profissional.	Planejamento						
9	Nº meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que eu faço.							
10	Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.							
11	Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.	Lider						
12	Frequentemente, sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.							
13	Frequentemente, as pessoas pedem a minha opinião sobre os assuntos de trabalho.							
14	As pessoas respeitam a minha opinião.							
15	Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco.	Assume Riscos						
16	Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.							
17	Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.							
18	Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.	Sociável						
19	Meus contatos pessoais influenciam muito pouco a minha vida profissional.							
20	Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida profissional.							

	Comportamento Empreendedor e Desempenho Organizacional	Construto	Discordo			Concordo	
			Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito
21	Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	Agressividade					
22	A agressividade comercial nas vendas e produtos e serviços de ERP de minha empresa é maior que de outras empresas do mesmo segmento e porte.						
23	A agressividade de <i>marketing</i> na geração de demanda de minha empresa é maior que de outras empresas do mesmo segmento e porte.						
24	Agressividade técnica na preparação e capacitação dos profissionais em vendas e implantação da solução de ERP de minha empresa é maior que de outras empresas do mesmo segmento e porte.	Desempenho Organizacional					
25	Na minha percepção, o desempenho financeiro da minha empresa melhorou nos últimos 12 meses.						
26	Na minha percepção, as vendas da minha empresa aumentaram nos últimos 12 meses.						

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de Schmidt e Hohenberger (2009), de Covin e Slevin (1990), Venkatamaran e Ramanuam (1987), para medir o desempenho da empresa em estudo.

#### Bloco 2: Informações sociodemográficas sobre o Empreendedor

27 - Qual é a sua função na empresa?	Proprietário atuante na empresa	Proprietário não atuante na empresa	Colaborador (e não sócio da empresa)			
28 - Há quanto tempo você trabalha na empresa?	De 0 a 1 ano	+1 ano a 5 anos	+5 anos a 10 anos	+10 a 15 anos	+15 anos	
29 - Idade (em anos):	Até 25 anos	26 a 35 anos	36 a 45 anos	46 a 55 anos	+56 anos	
30 - Sexo	Masculino	Feminino				
31 - Qual escolaridade você atingiu?	Até ensino fundamental	Até ensino médio	Ensino superior incompleto	Ensino superior completo	Pós-graduação	
32 - Qual a sua região de atuação do Brasil?	Estado de São Paulo	Sudeste (exceto SP)	Sul	Nordeste	Centro-Oeste	Norte
33 - Qual o relacionamento da sua empresa com a estudada?	Unidade de Negócio (UN)	Parceiro de Negócio (EBM)	Indicador de Negócio (FINDER)			

Fonte: Elaborado pelo autor.