



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB  
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**WEMISON DA SILVA NEPOMUCENA**

**FATORES INFLUENCIADORES DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR NA  
CIDADE DE ALAGOA GRANDE-PB**

**Campina Grande – PB  
2013**

**WEMISON DA SILVA NEPOMUCENA**

**FATORES INFLUENCIADORES DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR NA  
CIDADE DE ALAGOA GRANDE-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

**ORIENTADOR (A): Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Waleska Silveira Lira**

**Campina Grande – PB  
2013**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CIA I – UEPB

N441f Nepomucena, Wemison da Silva.

Fatores influenciadores do comportamento empreendedor na cidade de Alagoa Grande - PB. [manuscrito] / Wemison da Silva Nepomucena. – 2013.  
26 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2013.

“Orientação: Profa. Dra. Waleska Silveira Lira, Departamento de Administração”.

1. Empreendedorismo. 2. Comportamento empreendedor. 3. Oportunidade. 4. Necessidade I. Título.

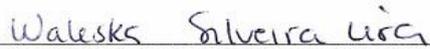
21. ed. CDD 658.1

**WEMISON DA SILVA NEPOMUCENA**

**FATORES INFLUENCIADORES DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR NA  
CIDADE DE ALAGOA GRANDE-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Graduação em Administração da  
Universidade Estadual da Paraíba, em  
cumprimento à exigência para obtenção do grau  
de Bacharel em Administração.

Aprovado em 12/08/2013.



---

Profª. Drª. Waleska Silveira Lira/ UEPB  
Orientadora



---

Profª. Drª. Yêda Silveira Martins Lacerda/ UEPB  
Examinadora



---

Profª. MSc/ Vilza Maria Batista/ UEPB  
Examinadora

# FATORES INFLUENCIADORES DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR NA CIDADE DE ALAGOA GRANDE-PB

Wemison da Silva Nepomucena

## RESUMO

O comportamento empreendedor surge a partir do momento em que uma pessoa toma a decisão de abrir o seu próprio negócio, seja ele de produtos ou serviços, buscando criar e inovar os mesmos na intenção de ganhar espaço no mercado que está cada dia mais competitivo. O empreendedor pode ser motivado pela oportunidade ao detectar oportunidades no mercado ou pela necessidade, como uma única alternativa de sobrevivência. O presente estudo tem o objetivo de determinar os fatores influenciadores do comportamento empreendedor na cidade de Alagoa Grande-PB. O universo do estudo foram os empreendedores da cidade de Alagoa Grande-PB. O instrumento utilizado para coleta de dados foi um questionário composto por seis perguntas fechadas e um quadro de múltipla escolha na qual utilizou-se a escala de Likert, onde relacionou-se aos fatores influenciadores do comportamento empreendedor. Nos resultados, revelou-se os fatores influenciadores que na pesquisa foram identificados como fatores Pessoal, Persistência, Determinação, Estratégia, Responsabilidade, Inovação de produtos e serviços, Criação de novos produtos, Diversidade, Psiso-organizacional, Administração, Recursos, Informação e Busca de resultados. Conclui-se que esses fatores influenciadores são determinantes no processo do comportamento empreendedor com a finalidade de ser um suporte para muitas pessoas, tanto na vida pessoal como na vida profissional.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo. Comportamento empreendedor. Oportunidade. Necessidade.

## ABSTRACT

The entrepreneurial behavior arises from the moment a person decides to open her own business, be it product or service, seeking to create and innovate in the same intention to gain traction in the market that is increasingly competitive. The entrepreneur may be motivated by the opportunity to detect market opportunities or by necessity, as one alternative for survival. This study aims to determine the influencing factors of entrepreneurial behavior in the city of Alagoa Grande-PB. The universe of the study were the entrepreneurs of the city of Alagoa Grande-PB. The instrument used for data collection was a questionnaire consisting of six closed questions and a multiple-choice framework in which we used a Likert scale, which was related to the influencing factors of entrepreneurial behavior. In the results, it was revealed that the factors influencing the research were identified as factors Personal, Persistence, Determination, Strategy, Accountability, Innovation of products and services, creation of new products, Diversity, Psiso-organizacional, Management, Resources, Information and Search results. We conclude that these influencing factors are decisive in the process of entrepreneurial behavior in order to be a support for many people, both in personal life and professional life.

**KEYWORDS:** Entrepreneurship. Entrepreneurial behavior. Opportunity. Necessity.

## 1. INTRODUÇÃO

Atualmente, o empreendedorismo no Brasil tem se tornado uma opção para milhares de pessoas que buscam ter um negócio próprio. Através da inovação que é uma característica fundamental do empreendedorismo, esses empreendedores criam o seu diferencial na intenção de destacar-se no mercado cada vez mais competitivo almejando alcançar o sucesso nos negócios e também na vida pessoal.

Para Dornelas (2003), empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor.

Na década de 90, o termo empreendedorismo era desconhecido para muitos brasileiros. A partir da criação das Entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) o empreendedorismo ganhou seu espaço, na qual assume, nos dias atuais, um papel de grande importância na geração de emprego e renda para muitas famílias. Com isso, o governo e as entidades têm voltado às atenções para o assunto.

O presidente do SEBRAE, Luiz Barreto (2013), ressalta que o empreendedorismo mudou muito no Brasil nos últimos 10 anos e, mesmo com o emprego em alta, o mesmo tornou-se uma opção para milhões de brasileiros.

O empreendedor deve estar sempre atento às oportunidades que surgem, sejam elas na criação de novos produtos ou novos serviços e, para isso acontecer de forma satisfatória, faz-se necessário possuir habilidades, conhecimentos e experiências que são peças fundamentais para transformar as intenções em ações empreendedoras.

Segundo a pesquisa realizada pela GEM (Global Entrepreneurship Monitor 2010), os empreendedores por oportunidade no Brasil são maioria desde o ano de 2003. Em 2010 o Brasil superou-se ainda mais, sendo dois empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade. Nessa mesma pesquisa, observou-se que houve um crescimento da TEA (Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial) na qual esse crescimento é resultado do maior número de empreendedores de negócios novos, mostrando que para cada empreendedor iniciando seu negócio por necessidade, 3,1 iniciavam por oportunidade.

Barreto (2013) salienta que antigamente, abrir um negócio próprio era uma questão de necessidade. Hoje, a cada três pessoas que iniciam um empreendimento, duas o fazem por uma oportunidade de negócios.

Na cidade de Alagoa Grande/PB o número de empreendedores tem aumentado nos últimos anos. Em 2012, a CDL (Câmara dos Dirigentes Lojistas) juntamente com o SEBRAE cadastraram 99 novos empreendedores no programa Microempreendedor Individual (MEI), onde os empreendedores, antes informais, puderam formalizar o seu negócio.

Devido a esse crescimento pode-se observar que há fatores que influenciam fortemente o comportamento empreendedor, pois os empreendedores por oportunidade são impulsionados a fazer algo novo, enxergam as oportunidades e as agarram com vontade. Já os empreendedores por necessidade são aqueles que montam seu próprio negócio como uma única alternativa de sobrevivência, entretanto, por não possuírem vocação acabam encontrando muitas dificuldades.

Alguns estudos foram realizados sobre o tema como, por exemplo, Dornelas (2008) e Moore (1986).

O estudo tem como base teórica os autores: Schumpeter (1949), Gerber (1990), Dolabela (1999), Robbins (2000), Johnson (2001), Souza (2005), Dornelas (2003; 2008).

Diante desse contexto questiona-se: Quais os fatores influenciadores do comportamento empreendedor na cidade de Alagoa Grande – PB?

O presente estudo tem o objetivo de determinar os fatores influenciadores do

comportamento empreendedor na cidade de Alagoa Grande – PB.

O artigo está estruturado da seguinte maneira, inicia-se com a fundamentação teórica sobre o empreendedorismo, empreendedorismo por oportunidade e por necessidade, em seguida a metodologia utilizada, finalizando com os resultados da pesquisa e as considerações finais.

Este estudo contribuirá para uma reflexão sobre os motivos que levam uma pessoa a abrir o seu próprio negócio, seja ele empreendedor por oportunidade ou empreendedor por necessidade.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo

A origem do termo empreendedorismo é francesa, *entrepreneurship*, embora tenha sido conhecida inicialmente na língua inglesa. Para Dolabela (1999) o termo empreendedorismo é definido como um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, que é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil e universo de atuação.

De acordo com Dolabela (1999) a palavra *entrepreneur* foi usada primeiramente no século XII para se referir a pessoas que iniciavam brigas. Já no século XVII ela passou a ser usada para designar pessoas que conduziam projetos e empreendimentos.

No empreendedorismo existem duas correntes fundamentais, que são: a corrente econômica, na qual os pioneiros economistas associam o empreendedor à inovação e ao desenvolvimento econômico, tendo como Schumpeter (1934) e Casson (1982), como os principais estudiosos da época, e a corrente comportamentalista caracterizada pelos estudos de McClelland (1961) que enfatiza aspectos relacionados às atitudes como criatividade, comportamento e a intuição.

O primeiro teórico a pesquisar a função do empreendedorismo no desenvolvimento econômico foi o economista austríaco Schumpeter (1949) que ficou conhecido após dizer que o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. Isso porque os produtos, os modos de produção e os negócios tornam-se obsoletos e o empreendedor é o indivíduo que possui o papel importante no processo de criação e inovação, onde através da criatividade e introdução de novos produtos e serviços e a abertura de um novo negócio, de alguma forma, ocorrerá movimentação no sistema econômico.

Para Dornelas (2008) o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. Só será possível transformar ideias em oportunidades se as pessoas e todos os processos estiverem envolvidos em busca de um mesmo objetivo, trabalhando da melhor forma possível na busca de resultados. Johnson (2001) afirma que empreendedorismo envolve a captura de ideias, convertendo-as em produtos ou serviços para, em seguida, construir uma empresa e levar o produto para o mercado.

Comparando a afirmativa de Dornelas (2008) e a de Johnson (2001) observa-se que os pensamentos assemelham-se devido à conjuntura de todo processo, desde a idealização até a realização final, que será no caso, abrir o próprio negócio concretizando a comercialização de novos produtos ou serviços.

Impulsionados por comportamentos e atitudes empreendedoras, as pessoas buscam por

meio da inovação e da criatividade, alcançar objetivos, realizações profissionais e pessoais, e competir em um mercado que se torna mais difícil a cada dia.

## **2.2 Empreendedorismo por Oportunidade**

Para Dornelas (2008) o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados.

Enxergar oportunidades no mercado e investir sobre ela, é uma das principais características do empreendedor por oportunidade, onde o mesmo atribui todos os seus esforços em um novo negócio. A habilidade de identificar oportunidades é inerente à capacidade de detectar novas oportunidades de produtos e serviços.

Segundo o SEBRAE (2012) os empreendedores são visionários, dotados de ideias realistas e inovadoras. Na mesma linha de pensamento Gerber (1990) diz que o indivíduo que realiza a atividade de empreender é um visionário, possuidor de uma imaginação que leva à mudança, dotado de uma personalidade capaz de lidar com o desconhecido e de criar novas possibilidades.

Visualizar além, criar algo novo, possuir habilidade para inovação enxergar o que os outros não enxergam são pontos fundamentais desse tipo de empreendedor que fazem com que se diferenciem dos empreendedores por necessidade.

Os empreendedores por oportunidade na maioria das vezes buscam algumas realizações como aponta a pesquisa da GEM (2010), que 43% o fizeram pela busca de maior independência e liberdade na vida profissional; 35,2% pelo aumento da renda pessoal; 18,5% apenas para a manutenção de sua renda pessoal, enquanto 3,3% citaram outros motivos.

Percebe-se que os empreendedores por oportunidade são aqueles que almejam algumas realizações como tornar-se patrão do seu novo negócio, independência financeira, assumir responsabilidades e outros desejos característicos do mesmo.

Souza (2005) afirma que estes indivíduos devem possuir características psicológicas diferenciadas, além de compreender e desenvolver uma gama de habilidades cognitivas e relacionais para lidar como complexo processo de empreender, onde importantes variáveis sociais (cultura, divisão e mobilidade social), econômicas (disponibilidade de crédito, taxas de juros, inflação), políticas, entre outras, influenciam direta ou indiretamente nos resultados.

Alguns empreendedores por oportunidade, mesmo possuindo emprego, buscam abrir o seu próprio negócio devido ao comportamento que o impulsiona a fazer algo novo, aproveitando-se do seu nível de capacitação e escolaridade que para um empreendedor é de uma ajuda formidável tendo-se maiores chances para o sucesso.

## **2.3 Empreendedorismo por Necessidade**

O empreendedor por necessidade é aquele que por falta de alternativas profissionais, montam seu próprio negócio como uma única alternativa de sobrevivência, entretanto, por não possuírem vocação acabam encontrando muitas dificuldades.

Segundo o SEBRAE (2005) o empreendedor por necessidade é definido como o indivíduo que cria um negócio próprio, motivado pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda.

A necessidade faz com que os trabalhadores excluídos do mercado formal busquem meios para geração de renda. Muitos não possuem vocação, mas é a única saída para enfrentar a pobreza, a exclusão e o mais importante, a sobrevivência.

Segundo Relatório do Banco Mundial (2007), as características mais intimamente relacionadas a esse tipo de empreendedor são de proprietários de microempresas com menos de dez empregados, nível de escolaridade abaixo do nível médio, que se vinculam às atividades de construção civil, agricultura, comércio varejista e transporte.

De acordo com a pesquisa GEM Brasil (2010) a ação empreendedora influenciada pela necessidade apresenta péssimas condições de atuações, havendo a necessidade de estimular essa parcela da população com políticas públicas de qualificação, acesso ao crédito, e etc.

Ao ser excluído do mercado formal, esse tipo de empreendedor busca melhores condições no mercado informal na tentativa de gerar renda para sustentar a família, além de não possuírem capacitação o que dificulta no futuro do negócio.

O empreendedor por necessidade encontra maior dificuldade por não possuir vocação para o negócio, ao contrário do empreendedor por oportunidade, que tem essa vocação e a usa de forma criativa e inovadora na execução de um novo negócio.

Para o GEM Brasil (2010), são os empreendedores por necessidades que, em geral, demanda menos recursos e um nível menor de serviços devido a sua baixa sofisticação operacional e tecnológica.

O sofrimento e, até mesmo o fracasso, para executar as tarefas tomam proporções maiores nesse caso devido à falta de experiência, habilidades e o conhecimento exigido para lidar com as mais diversas situações, transformando as intenções em ações empreendedoras.

O empreendedor por necessidade, com o passar do tempo, pode se tornar um empreendedor por oportunidade, mas esse processo não é tão rápido assim. Para que essa transformação ocorra é necessário medidas de caráter estrutural relacionadas à educação, capacitação gerencial, ao desenvolvimento tecnológico, econômico e inovativo, de acordo com a pesquisa GEM Brasil (2010).

## **2.4 Características Empreendedoras**

De acordo com o SEBRAE (2010) o empreendedor deve possuir dez características fundamentais como a busca de oportunidade e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança. Para que o negócio seja bem sucedido é importante que o empreendedor abrace essas características que para Robbins (2000) o espírito empreendedor é definido como sendo uma característica que envolve iniciar um negócio, organizar os recursos necessários e assumir seus respectivos riscos e recompensas.

## **3. METODOLOGIA**

O presente estudo tem o objetivo de determinar os fatores influenciadores do comportamento empreendedor na cidade de Alagoa Grande – PB que está localizada na microrregião do Brejo da Paraíba a 111 km da capital João Pessoa, possui uma população de aproximadamente, segundo o IBGE (2010), 28.479 habitantes com o PIB de R\$ 123.348, sendo o PIB per capita de R\$ 4.330,73. A principal atividade econômica é o comércio.

Para alcançar esse objetivo, utilizou-se uma pesquisa de caráter exploratória que tem como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses (GIL, 2010) e descritiva tendo como objetivo a descrição

das características de determinada população (GIL, 2010).

A pesquisa é do tipo quantitativa na qual GIL (2010) afirma que os dados obtidos podem ser agrupados em tabelas, possibilitando-se a análise estatística onde as variáveis são quantificadas permitindo-se o uso de correlações e outros procedimentos estatísticos. Trata-se de uma pesquisa de campo e bibliográfica elaborada com base em material já publicado (GIL, 2010).

O estudo tem como base teórica os autores: Schumpeter (1949), Gerber (1990), Dolabela (1999), Robbins (2000), Johnson (2001), Souza (2005), Dornelas (2003; 2008).

O universo da pesquisa são os empreendedores da área do comércio varejista, alimentação (bares e lanchonetes), atividades e serviços (salão de beleza, músicos e *lan houses*) na cidade de Alagoa Grande. A amostra foi por acessibilidade, que segundo Gil (2008) seleciona-se os elementos acessíveis, admitindo-se que esses possam de alguma forma, representar o universo. Nesse estudo, foram um total de 50 empreendedores respondentes na cidade de Alagoa Grande – PB no período de 05 a 08 de Novembro de 2012.

Para coleta de dados utilizou-se um questionário, como instrumento de pesquisa, com 06 perguntas fechadas relacionadas ao perfil dos empreendedores e a escala de Likert que são perguntas que medem a intensidade da opinião e da reação do informante (SANTOS, 2005), composta por uma escala de 1 a 5 pontos, onde 5 - Concordo Plenamente; 4 – Concordo; 3 – Nem Concordo, Nem Discordo; 2 – Discordo; 1 – Discordo Plenamente.

A análise dos dados realizou-se por meio da frequência absoluta, relativa e fatorial (AF) com a utilização dos Softwares Excel, para análise do perfil dos respondentes como sexo, idade, nível de escolaridade e outros, e em seguida o SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), na qual, de forma aleatória, os indicadores/variáveis foram estudados através de análise fatorial - ferramenta que envolve métodos estatísticos multivariados e instrumento efetivo para a correlação de grande número de variáveis. O SPSS enquanto ferramenta e da técnica de análise dos componentes principais (ACP), para reduzir o número de variáveis, com o objetivo de fornecer uma visão ampla dos indicadores menos expressivos e mais expressivos, fez-se a decomposição da matriz de covariância, identificando, segundo Jolliffe (1986), as variáveis mais importantes.

A análise fatorial (AF), utilizando o método dos componentes principais e o critério de VARIMAX, o teste de esfericidade de Bartlett's, matriz de correlação, medida de adequacidade da amostra de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), autovalor e comunalidade foram utilizadas como técnicas estatísticas para análise dos dados.

A análise fatorial teve como objetivo principal explicar a correlação ou covariância, entre um conjunto de variáveis, em termos de um número limitado de variáveis não-observáveis. Essas variáveis não-observáveis ou fatores são calculados pela combinação linear das variáveis originais.

## **4. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **4.1 Contextualização do município**

A cidade de Alagoa Grande, local de realização desta pesquisa, está localizada na microrregião do Brejo da Paraíba a 111 km da capital João Pessoa. De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010) o município tem uma população de aproximadamente 28.479 habitantes.



Figura 1: Alagoa Grande – PB  
 Fonte: Google Maps, 2013.

Dados do IBGE (2011) apontam que em Alagoa Grande – PB atuam 330 empresas. O PIB, segundo o IBGE (2010), é de R\$ 123.348,00, sendo o PIB per capita de R\$ 4.330,73. A principal atividade econômica é o comércio, na qual pode-se comprovar maior índice na tabela abaixo no setor de serviços, onde faz uma comparativa com o Estado da Paraíba e com o Brasil.

Variável	Alagoa Grande	Paraíba	Brasil
Agropecuária	7.376	1.072.171	105.163.000
Indústria	13.574	3.392.154	539.315.998
Serviços	97.395	10.592.779	1.197.774.001

Tabela: PIB de Alagoa Grande – PB.  
 Fonte: IBGE, Produto Interno Bruto (Valor Adicionado), 2013.

#### 4.2 Perfil dos respondentes

Como ilustra o Gráfico 1, os empreendedores do gênero masculino são maioria, totalizando 70% e 30% do sexo feminino, ou seja, os homens somam mais que o dobro das mulheres empreendedoras. Salientando-se que a mulher brasileira é a que mais empreende no mundo.

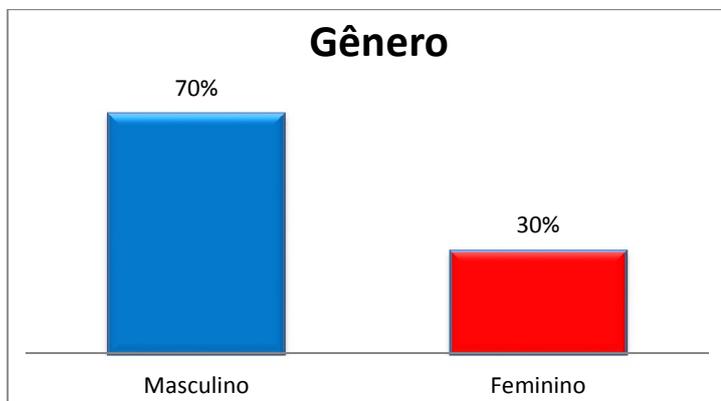


Gráfico 1: Gênero  
 Fonte: Pesquisa direta, 2012.

No gráfico 2, ilustra-se a idade dos empreendedores, mostrando que 32% dos empreendedores são considerados jovens tendo idades entre 20 a 30 anos. 6% têm menos de 20 anos, 22% tem entre 30 a 40 anos, 26% tem entre 40 a 50 anos e 14 % tem mais de 50 anos. No Brasil, segundo a GEM, em 2010 a faixa etária que obteve uma alta taxa compreende aquela que vai dos 25 aos 34 anos com 22,2%.

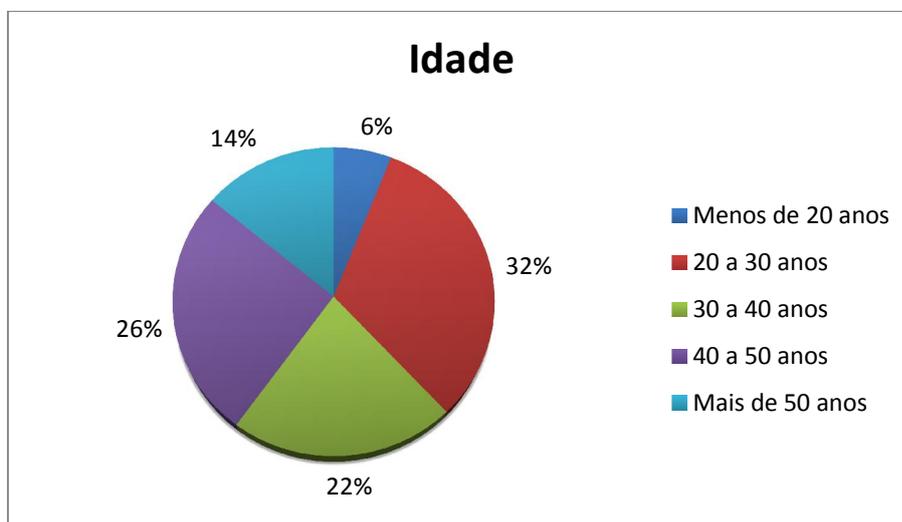


Gráfico 2: Idade  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

Quanto ao nível de escolaridade, observa-se no Gráfico 3 que 40% dos empreendedores possuem o ensino médio completo. 6% não concluíram o ensino fundamental, 10% possuem ensino fundamental completo, 14% não concluíram o ensino médio, 14% não concluíram o ensino superior e 16% possuem o ensino superior completo. Em 1999, os empreendedores apresentavam uma taxa de 64% com pelo menos o ensino médio. No ano de 2010, essa taxa aumentou para 74,5%.

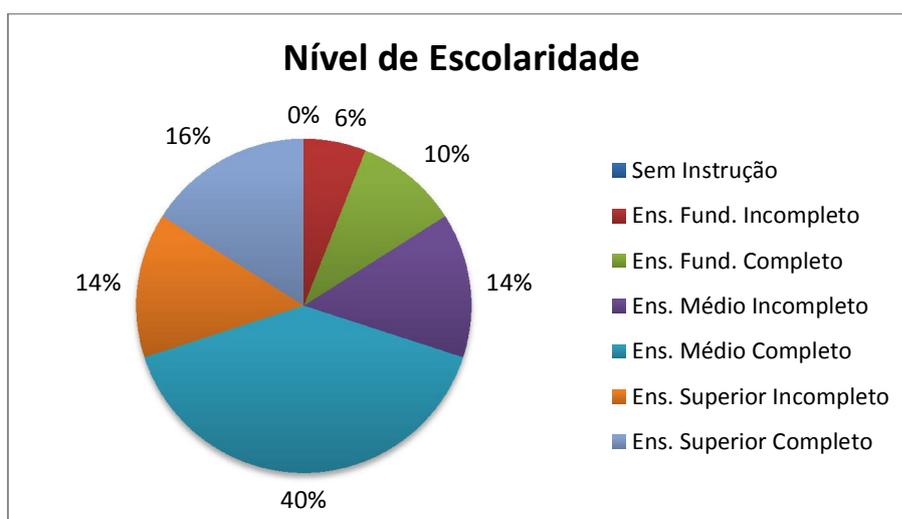


Gráfico 3: Nível de escolaridade  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

A maioria dos empreendedores respondentes, num total de 60%, como mostra o gráfico 4, não exercem outra profissão, pois dedicam-se exclusivamente ao seu negócio. Os outros 40% exercem outra profissão, mas não deixam de estar sempre tomando as decisões e gerenciando seu negócio.



Gráfico 4: Exerce outra profissão  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

O Gráfico 5 ilustra se foi por oportunidade ou necessidade a causa da abertura do negócio e, comprova-se, que a maioria dos empreendedores abriram o seu próprio negócio por oportunidade, com uma porcentagem de 56% confirmando-se que no Brasil a taxa de empreendedorismo por oportunidade é maior. Já os empreendedores por necessidade totalizaram 44%. Algumas respondentes ainda disseram que os dois motivos foram de extrema relevância para decisão de abertura do seu próprio negócio.



Gráfico 5: Oportunidade ou Necessidade  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

No Brasil, 73% das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) sobrevivem após os primeiros dois anos de existência. O Gráfico 6 ilustra o período de abertura do próprio negócio, onde houve um empate de 22% de 1 a 5 anos e 22% de 5 a 10 anos o que demonstra que muitos negócios estão firmes a muitos anos no mercado e confirmando que a TEA (Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial) vem realmente crescendo no Brasil. 16% têm menos de 1 ano como, também, 16% tem de 10 a 15 anos, 12% tem de 15 a 20 anos e 12% tem mais de 20 anos.

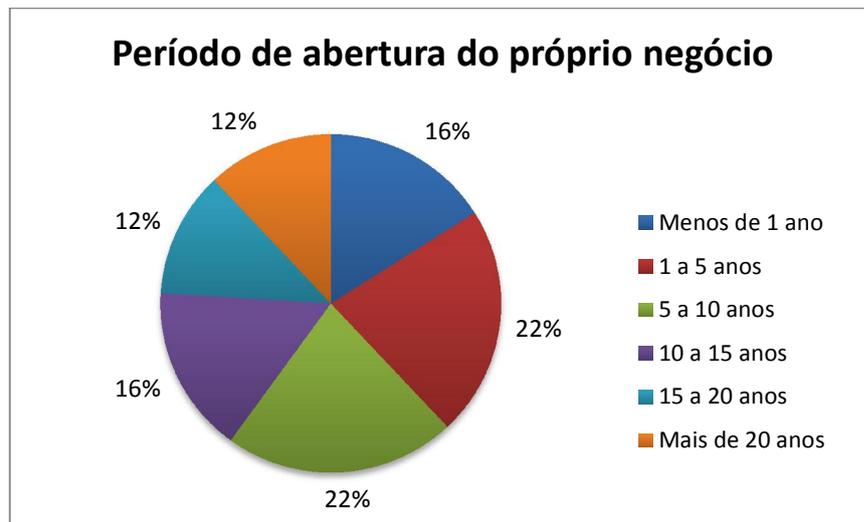


Gráfico 6: Período de abertura do próprio negócio  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

#### 4.3 Determinação dos indicadores I

Usou-se a análise fatorial para a determinação dos fatores influenciadores do comportamento empreendedor na cidade de Alagoa Grande – PB, utilizando-se 35 variáveis, na qual foram divididos em dois grupos para uma melhor análise. Antes da análise fatorial, é necessário constatar a existência de correlações entre as variáveis.

Nesse primeiro grupo, as variáveis que obtiveram correlações significativas, foram elas: Eficiência com Perseverança; Busca de oportunidade com Criatividade; Busca de informações e Independência; e Coragem de assumir risco com criatividade. As variáveis que apresentaram correlações elevadas para essa forma foram:

- Eficiência com Busca de oportunidades 0,558;
- Coragem de assumir risco com Busca de informações 0,556;
- Coragem de assumir risco com Ter metas 0,636.

**Correlation Matrix**

	Criação de novos produtos	Inovação de produtos e serviços	Comprometimento	Busca da qualidade	Eficiência	Perseverança	Busca de oportunidade	Investimento	Coragem de assumir risco	Busca de informação	Ter metas	Criatividade	Planejamento	Autonomia	Autocontrole	Independência
Correlation	1,000	-.128	-.080	-.126	-.185	,137	-.092	-.199	-.068	-.092	-.193	-.064	,043	-.029	,003	,109
Criação de novos produtos																
Inovação de produtos e serviços	-.128	1,000	,162	,005	,003	,072	,011	,147	,045	,040	-.049	-.075	-.005	,083	-.078	,204
Comprometimento	-.080	,162	1,000	,428	,050	,050	,051	-.046	,051	,134	,199	,048	-.024	,107	-.141	,021
Busca da qualidade	-.126	,005	,428	1,000	,307	,255	,163	-.014	,291	,341	,210	,273	,078	,094	,165	,125
Eficiência	-.185	,003	,050	,307	1,000	,529	,558	,206	,264	,294	,239	,332	,047	,380	,206	,287
Perseverança	,137	,072	,050	,255	,529	1,000	,214	,107	,212	,142	-.011	,121	,127	,247	,206	,244
Busca de oportunidade	-.092	,011	,051	,163	,558	,214	1,000	,457	,134	,389	,041	,506	,228	,312	,092	,253
Investimento	-.199	,147	-.046	-.014	,206	,107	,457	1,000	,295	,308	,059	,432	,411	,181	,107	,009
Coragem de assumir risco	-.068	,045	,051	,291	,264	,212	,134	,295	1,000	,556	,636	,547	,270	,447	,378	,284
Busca de informação	-.092	,040	,134	,341	,294	,142	,389	,308	,556	1,000	,266	,392	,197	,415	,308	,528
Ter metas	-.193	-.049	,199	,210	,239	-.011	,041	,059	,636	,266	1,000	,377	,021	,494	,129	,152
Criatividade	-.064	-.075	,048	,273	,332	,121	,506	,432	,547	,392	,377	1,000	,208	,262	,432	,205
Planejamento	,043	-.005	-.024	,078	,047	,127	,228	,411	,270	,197	,021	,208	1,000	,387	,184	,106
Autonomia	-.029	,083	,107	,094	,380	,247	,312	,181	,447	,415	,494	,262	,387	1,000	,181	,214
Autocontrole	,003	-.078	-.141	,165	,206	,206	,092	,107	,378	,308	,129	,432	,184	,181	1,000	,166
Independência	,109	,204	,021	,125	,287	,244	,253	,009	,284	,528	,152	,205	,106	,214	,166	1,000
Sig. (1-tailed)																
Criação de novos produtos		,187	,290	,191	,099	,172	,262	,083	,318	,263	,090	,329	,383	,421	,493	,225
Inovação de produtos e serviços	,187		,130	,485	,491	,309	,470	,153	,377	,391	,368	,301	,486	,284	,295	,077
Comprometimento	,290	,130		,001	,366	,366	,361	,376	,362	,177	,083	,371	,434	,229	,164	,442
Busca da qualidade	,191	,485	,001		,015	,037	,130	,461	,020	,008	,072	,028	,295	,259	,126	,194
Eficiência	,099	,491	,366	,015		,000	,000	,075	,032	,019	,047	,009	,373	,003	,075	,022
Perseverança	,172	,309	,366	,037	,000		,068	,229	,069	,162	,469	,201	,189	,042	,075	,044
Busca de oportunidade	,262	,470	,361	,130	,000	,068		,000	,177	,003	,389	,000	,055	,014	,262	,038
Investimento	,083	,153	,376	,461	,075	,229	,000		,019	,015	,343	,001	,001	,105	,229	,474
Coragem de assumir risco	,318	,377	,362	,020	,032	,069	,177	,019		,000	,000	,000	,029	,001	,003	,023
Busca de informação	,263	,391	,177	,008	,019	,162	,003	,015	,000		,031	,002	,085	,001	,015	,000
Ter metas	,090	,368	,083	,072	,047	,469	,389	,343	,000	,031		,004	,443	,000	,187	,146
Criatividade	,329	,301	,371	,028	,009	,201	,000	,001	,000	,002	,004		,073	,033	,001	,077
Planejamento	,383	,486	,434	,295	,373	,189	,055	,001	,029	,085	,443	,073		,003	,100	,232
Autonomia	,421	,284	,229	,259	,003	,042	,014	,105	,001	,001	,000	,033	,003		,105	,068
Autocontrole	,493	,295	,164	,126	,075	,075	,262	,229	,003	,015	,187	,001	,100	,105		,125
Independência	,225	,077	,442	,194	,022	,044	,038	,474	,023	,000	,146	,077	,232	,068	,125	

a.Determinant = ,002

Quadro 1: Matriz de correlação: Fatores influenciadores do comportamento empreendedor I  
 Fonte: Pesquisa direta, 2012.

A escala utilizada demonstra confiabilidade devido o resultado do (KMO) de 0,574, o teste de esfericidade de Bartlett's com um qui-quadrado de aproximadamente de 263,614, grau de liberdade de 120 e com significância 0,000 ( $p < 0,01$ ). Segundo Hair et al. (2003), valores de KMO acima de 0,50 individualmente para cada variável ou para a matriz completa indicam serem apropriadas para aplicação da análise fatorial.

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,574
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	263,614
	df	120
	Sig.	,000

Quadro 2: Medida de adequação da amostra: Fatores influenciadores do comportamento empreendedor I  
 Fonte: Pesquisa direta, 2012.

A Matriz de Comunalidades expressa, em termos percentuais, o quanto a variabilidade de cada variável é explicada.

No quadro a seguir, observa-se que das 16 variáveis, 15 possuem números percentuais maiores que 60% e 01 variável com mais de 50%, provando-se que grande parte das variáveis atende ao critério de explicação suficiente da variância e assim considerada na carga fatorial.

**Communalities**

	Initial	Extraction
Criação de novos produtos	1,000	,702
Inovação de produtos e serviços	1,000	,698
Comprometimento	1,000	,796
Busca da qualidade	1,000	,790
Eficiência	1,000	,872
Perseverança	1,000	,710
Busca de oportunidade	1,000	,720
Investimento	1,000	,779
Coragem de assumir risco	1,000	,784
Busca de informação	1,000	,688
Ter metas	1,000	,866
Criatividade	1,000	,718
Planejamento	1,000	,784
Autonomia	1,000	,801
Autocontrole	1,000	,581
Independência	1,000	,774

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Quadro 3: Comunalidades: Fatores influenciadores do comportamento empreendedor I  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

No quadro de Variância total foram extraídos 07 componentes que explicam cerca de 75,38% da variância total encontrando-se expostos de forma decrescente. Estão configurados da seguinte maneira: Estão configurados da seguinte maneira: Componente 1 tem uma variância de 4,303 com variância total de 26,9%; Componente 2 tem uma variância de 1,606 com variância total de 10,0%; Componente 3 tem uma variância de 1,479 com variância total de 9,2%; Componente 4 tem uma variância de 1,393 com variância total de 8,7%; Componente 5 tem uma variância de 1,212 com variância total de 7,6%; Componente 6 tem uma variância de 1,045 com variância total de 6,6%; e o Componente 7 tem uma variância de 1,023 com variância total de 6,4%.

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,303	26,891	26,891	4,303	26,891	26,891	2,216	13,851	13,851
2	1,606	10,039	36,930	1,606	10,039	36,930	1,973	12,333	26,183
3	1,479	9,245	46,175	1,479	9,245	46,175	1,951	12,192	38,375
4	1,393	8,705	54,880	1,393	8,705	54,880	1,753	10,956	49,331
5	1,212	7,577	62,457	1,212	7,577	62,457	1,495	9,344	58,675
6	1,045	6,533	68,989	1,045	6,533	68,989	1,353	8,455	67,130
7	1,023	6,391	75,380	1,023	6,391	75,380	1,320	8,250	75,380
8	,913	5,704	81,084						
9	,728	4,549	85,633						
10	,585	3,654	89,287						
11	,469	2,934	92,221						
12	,423	2,645	94,866						
13	,277	1,730	96,596						
14	,232	1,450	98,047						
15	,191	1,192	99,239						
16	,122	,761	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Quadro 4: Variância Total: Fatores influenciadores do comportamento empreendedor I  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

Rotacionou-se os fatores como meio de torna-los interpretáveis sem, no entanto, alterar as considerações matemáticas da solução dada, tendo como o método de rotação mais

usado o processo Varimax, que se trata de um método de rotação que minimiza o número de variáveis, com altas cargas sobre um fator. Através da rotação de Varimax, obteve-se a seguinte configuração:

**Rotated Component Matrix <sup>a</sup>**

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Criação de novos produtos			-,113				,825
Inovação de produtos e serviços	-,246			,116		,770	-,148
Comprometimento	-,174		,120		,856	,119	
Busca da qualidade	,315	,221			,798		
Eficiência	,169	,869	,194				-,215
Perseverança		,757			,118		,333
Busca de oportunidade	,248	,593		,463			-,273
Investimento	,204	,109		,779			-,323
Coragem de assumir risco	,560		,646	,154	,111	,125	
Busca de informação	,597	,142	,241	,183	,192	,426	
Ter metas	,217		,854	-,114	,139		-,235
Criatividade	,694	,178	,179	,324	,107		-,220
Planejamento			,209	,795			,318
Autonomia		,322	,758	,309		,126	,103
Autocontrole	,729						,143
Independência	,394	,258	,104	-,107		,699	,201

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

**Quadro 5: Método de extração: Análise dos componentes principais**  
**Fatores influenciadores do comportamento empreendedor I**  
 Fonte: Pesquisa direta, 2012.

A partir dos dados pode-se determinar os fatores e indicadores. Verifica-se que o Fator Pessoal agrupa as seguintes variáveis Coragem de assumir risco, Busca de informação, Criatividade e Autocontrole. No fator Persistência estão agrupados Eficiência, Perseverança e Busca de oportunidade. No Fator Determinação estão agrupados Coragem de assumir risco, Ter metas e Autonomia. No Fator Estratégia estão agrupados Investimento e Planejamento. No fator Responsabilidade estão agrupados Comprometimento e Busca da qualidade. E no Fator Inovação de produtos e serviços está agrupado Inovação de produtos e serviços e, por fim, no Fator Criação de novos produtos está agrupado Criação de novos produtos.

<b>Componentes</b>	<b>Definição do fator</b>	<b>Variáveis</b>
1	Fator Pessoal	Coragem de assumir risco Busca de informação Criatividade Autocontrole
2	Fator Persistência	Eficiência Perseverança Busca de oportunidade
3	Fator Determinação	Coragem de assumir risco Ter metas Autonomia
4	Fator Estratégia	Investimento Planejamento

5	Fator Responsabilidade	Comprometimento Busca da qualidade
6	Fator Inovação de produtos e serviços	Inovação de produtos e serviços
7	Fator Criação de novos produtos	Criação de novos produtos

Quadro 6: Fatores influenciadores do comportamento empreendedor I

Fonte: Pesquisa direta, 2012.

#### 4.4 Determinação dos indicadores II

No segundo grupo, as variáveis que obtiveram correlações significativas, foram elas: Ser capaz de identificar oportunidades com Gênero; Motivação com Vocação; Vocação com Liderança; e Experiência com Disponibilizar créditos. As variáveis que obtiveram correlações elevadas nessa forma foram:

- Otimismo e Gênero 0,596
- Ser capaz de identificar oportunidades e Vocação 0,632;
- Vocação e Tecnologia 0,583;

Correlation Matrix

	Capital	Atitude	Otimismo	Busca de resultados	Ser capaz de identificar oportunidades	Introdução de novos produtos e serviços	Independência	Motivação	Vocação	Tecnologia	Gênero	Experiência	Liderança	Conhecimento da área	Cultura	Disponibilizar crédito	Capacitação gerencial	Profissional qualificado	Superar desafios	
Correlação	1,000	,270	,282	,162	,302	,489	,068	,217	,334	,368	-,028	,118	,101	,109	,082	,158	,111	,337	-,019	
Capital		1,000	,358	,298	,296	,408	,294	,180	,414	,282	,295	,299	,295	,047	,231	,457	,223	,368	-,022	
Atitude			1,000	,432	,582	,411	,433	,468	,433	,596	,219	,335	,245	,403	,405	,247	,380	,323		
Otimismo				1,000	,334	,215	,044	,083	,376	,344	,302	,403	,400	,060	,102	,166	,205	-,011	,170	
Busca de resultados					1,000	,289	,415	,483	,632	,488	,516	,270	,207	,221	,347	,289	,172	,192	,252	
Ser capaz de identificar oportunidades						1,000	,179	,145	,261	,299	,342	,113	,199	,220	,243	,164	,061	,270	-,060	
Introdução de novos produtos e serviços							1,000	,356	,422	,458	,266	,182	,166	,154	,088	,258	,012	,362	,131	
Independência								1,000	,534	,395	,497	,017	,346	,121	,294	,208	,466	,481	,315	
Motivação									1,000	,583	,442	,287	,549	,220	,184	,271	,228	,335	,154	
Vocação										1,000	,361	,339	,363	,150	,185	,218	,199	,302	,026	
Tecnologia											1,000	,116	,361	,251	,264	,194	,403	,312	,421	
Gênero												1,000	,120	,168	,277	,502	,042	,125	,016	
Experiência													1,000	,149	,255	,224	,384	,293	,085	
Liderança														1,000	,494	,094	,141	,146	,184	
Conhecimento da área															1,000	,490	,408	,210	,157	
Cultura																1,000	,206	,067	,204	
Disponibilizar crédito																	1,000	,346	1,000	
Capacitação gerencial																		1,000	,301	
Profissional qualificado																			1,000	
Superar desafios																				1,000
Sig. (1-tail)		,029	,024	,131	,016	,000	,319	,065	,009	,004	,424	,207	,243	,226	,287	,136	,221	,008	,449	
Capital			,005	,018	,018	,002	,019	,105	,001	,023	,019	,017	,019	,373	,053	,000	,060	,004	,438	
Atitude				,001	,000	,002	,001	,000	,001	,001	,000	,063	,009	,043	,002	,002	,042	,003	,011	
Otimismo					,009	,067	,382	,283	,004	,007	,017	,002	,002	,340	,240	,125	,077	,470	,119	
Busca de resultados						,021	,001	,000	,000	,000	,000	,029	,075	,062	,007	,021	,116	,091	,038	
Ser capaz de identificar oportunidades							,107	,158	,034	,018	,007	,216	,083	,062	,044	,127	,336	,029	,340	
Introdução de novos produtos e serviços							,006	,001	,000	,031	,103	,124	,142	,272	,035	,466	,005	,182		
Independência							,000	,002	,000	,454	,007	,201	,019	,074	,000	,000	,013			
Motivação							,000	,000	,000	,022	,000	,062	,100	,028	,056	,009	,143			
Vocação							,000	,000	,000	,005	,005	,211	,005	,040	,032	,089	,002	,014		
Tecnologia							,000	,000	,000	,005	,008	,005	,149	,099	,064	,082	,016	,429		
Gênero							,000	,000	,000	,000	,211	,005	,040	,032	,089	,002	,014	,001		
Experiência							,000	,000	,000	,005	,005	,204	,152	,037	,059	,003	,020	,279		
Liderança							,000	,000	,000	,005	,005	,204	,152	,037	,059	,003	,020	,279		
Conhecimento da área							,000	,000	,000	,005	,005	,204	,152	,037	,059	,003	,020	,279		
Cultura							,000	,000	,000	,005	,005	,204	,152	,037	,059	,003	,020	,279		
Disponibilizar crédito							,000	,000	,000	,005	,005	,204	,152	,037	,059	,003	,020	,279		
Capacitação gerencial							,000	,000	,000	,005	,005	,204	,152	,037	,059	,003	,020	,279		
Profissional qualificado							,000	,000	,000	,005	,005	,204	,152	,037	,059	,003	,020	,279		
Superar desafios							,000	,000	,000	,005	,005	,204	,152	,037	,059	,003	,020	,279		

• Determinant = 9,44E-005

Quadro 7: Matrix de correlação: Fatores influenciadores do comportamento empreendedor II

Fonte: Pesquisa direta, 2012.

A escala utilizada demonstra confiabilidade devido o resultado do (KMO) de 0,681, o teste de esfericidade de Bartlett's com um qui-quadrado de aproximadamente de 387,715, grau de liberdade de 171 e com significância 0,000 ( $p < 0,01$ ). Segundo Hair et al. (2003), valores de KMO acima de 0,50 individualmente para cada variável ou para a matriz completa indicam serem apropriadas para aplicação da análise fatorial.

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,681
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	387,715
	df	171
	Sig.	,000

Quadro 8: Medida de adequação da amostra: Fatores influenciadores do comportamento empreendedor II  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

A Matriz de Comunalidades expressa, em termos percentuais, o quanto a variabilidade de cada variável é explicada.

No quadro a seguir, onde se encontra a matriz de comunalidades, observa-se que das 19 variáveis, 16 possuem números percentuais maiores que 60% e 03 variáveis possuem mais de 50%, provando-se que grande parte das variáveis atende ao critério de explicação suficiente da variância e assim considerada na carga fatorial.

#### Communalities

	Initial	Extraction
Capital	1,000	,625
Atitude	1,000	,581
Otimismo	1,000	,658
Busca de resultados	1,000	,821
Ser capaz de identificar oportunidades	1,000	,696
Introdução de novos produtos e serviços	1,000	,713
Independência	1,000	,752
Motivação	1,000	,732
Vocação	1,000	,692
Tecnologia	1,000	,597
Gênero	1,000	,666
Experiência	1,000	,687
Liderança	1,000	,618
Conhecimento da área	1,000	,593
Cultura	1,000	,788
Disponibilizar crédito	1,000	,752
Capacitação gerencial	1,000	,758
Profissional qualificado	1,000	,717
Superar desafios	1,000	,606

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Quadro 9: Comunalidades: Fatores influenciadores do comportamento empreendedor II  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

No quadro de Variância total foram extraídos 06 componentes que explicam cerca de 68,71% da variância total encontrando-se expostos de forma decrescente. Estão configurados da seguinte maneira: Componente 1 tem uma variância de 6,033 com variância total de 31,75%; Componente 2 tem uma variância de 1,751 com variância total de 9,22%; Componente 3 tem uma variância de 1,566 com variância total de 8,25%; Componente 4 tem

uma variância de 1,348 com variância total de 7,10%; Componente 5 tem uma variância de 1,229 com variância total de 6,47%; e o Componente 6 tem uma variância de 1,127 com variância total de 5,93%.

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,033	31,754	31,754	6,033	31,754	31,754	3,394	17,863	17,863
2	1,751	9,215	40,969	1,751	9,215	40,969	2,269	11,940	29,803
3	1,566	8,245	49,214	1,566	8,245	49,214	2,031	10,689	40,492
4	1,348	7,097	56,310	1,348	7,097	56,310	1,959	10,313	50,804
5	1,229	6,469	62,779	1,229	6,469	62,779	1,883	9,911	60,715
6	1,127	5,930	68,709	1,127	5,930	68,709	1,519	7,994	68,709
7	,969	5,100	73,808						
8	,872	4,590	78,399						
9	,681	3,585	81,983						
10	,620	3,263	85,246						
11	,552	2,905	88,152						
12	,489	2,573	90,724						
13	,455	2,393	93,117						
14	,325	1,708	94,825						
15	,290	1,526	96,351						
16	,265	1,394	97,745						
17	,170	,895	98,640						
18	,144	,758	99,398						
19	,114	,602	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Quadro 10: Variância Total: Fatores influenciadores do comportamento empreendedor II**  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

Rotacionou-se os fatores como meio de torna-los interpretáveis sem, no entanto, alterar as considerações matemáticas da solução dada, tendo como o método de rotação mais usado o processo Varimax, que se trata de um método de rotação que minimiza o número de variáveis, com altas cargas sobre um fator. Através da rotação de Varimax, obteve-se a seguinte configuração:

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Capital	,172			,767		
Atitude	,221	,300	,534	,380		
Otimismo	,579	,207	,184	,209	,393	,219
Busca de resultados	,169	,131	,227	,132		,841
Ser capaz de identificar oportunidades	,708		,140	,151	,309	,236
Introdução de novos produtos e serviços	,161			,769	,271	,134
Independência	,791		,230			-,267
Motivação	,605	,564			,170	-,119
Vocação	,667	,291	,180	,230		,276
Tecnologia	,627	,132	,202	,316		,205
Gênero	,522	,392			,393	,285
Experiência	,160	-,104	,766			,245
Liderança	,197	,632	,157	,131		,366
Conhecimento da área				,202	,734	
Cultura		,314	,461	,102	,676	
Disponibilizar crédito	,170	,135	,808		,225	
Capacitação gerencial		,828			,244	
Profissional qualificado	,358	,541		,392		-,371
Superar desafios	,303	,179	-,113	-,412	,499	,225

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 10 iterations.

**Quadro 11: Método de extração: Análise dos componentes principais**  
Fatores influenciadores do comportamento empreendedor II  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

A partir dos dados pode-se determinar os fatores e indicadores. Verifica-se que o Fator Diversidade agrupa as seguintes variáveis: Otimismo, Ser capaz de identificar oportunidades, Independência, Motivação, Vocação, Tecnologia, Gênero. No Fator Psico-organizacional estão agrupadas as variáveis Motivação, Liderança, Capacitação gerencial, Profissional qualificado. No Fator Administração estão agrupadas as variáveis Atitude, Experiência e Disponibilizar crédito. No Fator Recursos estão agrupadas as variáveis Capital e Introdução de novos produtos e serviços. No Fator Informação estão agrupadas as variáveis Conhecimento da área e Cultura e, por fim, o Fator Busca de resultados com a variável Busca de resultados.

<b>Componentes</b>	<b>Definição do fator</b>	<b>Variáveis</b>
1	Fator Diversidade	Otimismo Ser capaz de identificar oportunidades Independência Motivação Vocação Tecnologia Gênero
2	Fator Psico-organizacional	Motivação Liderança Capacitação gerencial Profissional qualificado
3	Fator Administração	Atitude Experiência Disponibilizar crédito
4	Fator Recursos	Capital Introdução de novos produtos e serviços
5	Fator Informação	Conhecimento da área Cultura
6	Fator Busca de resultados	Busca de resultados

Quadro 12: Fatores influenciadores do comportamento empreendedor II  
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

#### 4.5 Fatores influenciadores determinados

De acordo com os fatores determinados neste estudo, segue uma tabela na qual estão expostos todos os fatores influenciadores e as variáveis as quais foram subdivididas de acordo com o fator definido.

<b>Componentes</b>	<b>Definição do Fator</b>	<b>Variáveis</b>
1	Pessoal	Coragem de assumir risco Busca de informação Criatividade Autocontrole
2	Persistência	Eficiência Perseverança Busca de oportunidade
3	Determinação	Coragem de assumir risco Ter metas Autonomia
4	Estratégia	Investimento Planejamento
5	Responsabilidade	Comprometimento Busca da qualidade
6	Inovação de produtos e serviços	Inovação de produtos e serviços
7	Criação de novos produtos	Criação de novos produtos
8	Diversidade	Otimismo Ser capaz de identificar oportunidades Independência Motivação Vocação Tecnologia Gênero
9	Psico-organizacional	Motivação Liderança Capacitação gerencial Profissional qualificado
10	Administração	Atitude Experiência Disponibilizar crédito
11	Recursos	Capital Introdução de novos produtos e serviços
12	Informação	Conhecimento da área Cultura
13	Busca de resultados	Busca de resultados

Quadro13: Fatores influenciadores determinados

Fonte: Pesquisa direta, 2012.

Nos estudos sobre empreendedorismo, os autores mostram que existem fatores que podem influenciar o comportamento empreendedor, como Dornelas (2008) que faz uma adaptação de Moore (1986), no qual determina o Fator Pessoal que neste estudo também se determinou.

Este estudo avança com relação aos demais devido à determinação de mais 12 novos fatores influenciadores como: Persistência, Determinação, Estratégia, Responsabilidade, Inovação de produtos e serviços, Criação de novos produtos, Diversidade, Psico-

organizacional, Administração, Recursos, Informação e Busca de resultados, que servirão de suporte para novos estudos que venham ser realizados.

Pode-se definir as variáveis da seguinte maneira:

- Coragem de assumir risco – Ser audacioso. Se necessário, será preciso sair do planejamento e arriscar nos negócios, principalmente, tratando-se das finanças.
- Busca de informação – O empreendedor deve estar sempre bem informado dos assuntos que são do seu total interesse através de entidades como, por exemplo, o SEBRAE.
- Criatividade – É ter a capacidade de criar sobre algo já existente. O empreendedor deve ser criativo.
- Autocontrole - Manter o controle nas situações inesperadas.
- Eficiência – Fazer a coisa certa para se atingir bons resultados.
- Perseverança – Não desistir nas dificuldades. A vida empreendedora é feita por obstáculos, por isso o empreendedor deve saber dar a volta por cima não desistindo, e sim, lutando.
- Busca de oportunidades – Buscar novas oportunidades de negócios e investir sobre elas. Ter a capacidade de enxergar o que ninguém consegue ver.
- Ter metas – Deve-se ter um ponto aonde se pretende chegar e o que quer alcançar.
- Autonomia – Ser independente, com a finalidade de tomar as decisões nos negócios.
- Investimento – Investir sobre o negócio no tocante a tecnologia, pessoas, produtos e etc.
- Planejamento – Pensar antes de tomar decisões. Elaborar um plano de negócios é fundamental para o processo empreendedor, pois através dele será possível planejar as ações e as estratégias a serem tomadas.
- Comprometimento – Empenhar-se nos negócios. Ser dedicado e cumprir com as responsabilidades.
- Busca da qualidade – É a atitude de informar-se para oferecer produtos e serviços com a melhor qualidade possível.
- Inovação de produtos e serviços – Produtos ou serviços novos que seja um diferencial no negócio.
- Independência – Está relacionado à independência financeira, ser dono do próprio negócio, ser o próprio patrão e não empregado.
- Criação de novos produtos – Criar produtos que possam atender as necessidades e desejos do consumidor.
- Otimismo – Gostar do trabalho que realizam. O otimismo é o que faz com que o empreendedor enxergue o sucesso.
- Ser capaz de identificar oportunidades – Estar atento às oportunidades que aparecem e agarrá-las com vontade.
- Motivação – É uma das principais características de um empreendedor. A motivação é o que faz com que a pessoa esteja todo dia no seu negócio trabalhando com satisfação.
- Vocação – Para alguns estudiosos ser empreendedor é uma vocação, é nato a uma pessoa. Já para outros não, o empreendedorismo é adquirido com o passar do tempo.
- Tecnologia – Usar as inovações tecnológicas como, por exemplo, aparelhos sofisticados, as redes sociais para divulgação que hoje é um diferencial em qualquer empresa.
- Gênero – Se há mais chances do homem alcançar mais sucesso do que a mulher nos negócios ou vice-versa.
- Liderança – Ser líder, com o papel de motivar os colaboradores a buscar as metas desejadas, os objetivos e as estratégias para o seu negócio.
- Capacitação gerencial- Buscar capacitação para gerenciar o próprio negócio é essencial para o empreendedor. Ele deve ter conhecimentos que possam ajuda-lo a tomar decisões importantes.

- Profissional qualificado – O empreendedor deve qualificar-se através de cursos, palestras, workshop's e outros meios que o ajudem a administrar o empreendimento.
- Atitude – É ter o pulso firme para tomar decisões em ocasiões até mesmo indesejadas. Ter coragem.
- Experiência – A experiência nesta área muitas vezes pode fazer a diferença nos negócios, mas uma pessoa sem experiência também pode se dar bem.
- Disponibilizar crédito – Para conquistar os consumidores é necessário disponibilizar créditos. Assim, os consumidores terão mais facilidade para adquirir produtos ou serviços.
- Capital - São os recursos disponíveis para a construção do negócio, ou seja, a criação do negócio.
- Introdução de novos produtos e serviços- Faz com que se torne competitivo no mercado. Os consumidores sempre estão procurando novidades.
- Conhecimento da área - Conhecer a área onde está atuando como, por exemplo, seus direitos e deveres como empreendedor.
- Cultura – Está ligada ao comportamento das pessoas. Se o empreendedor tem parentes que seguem esse caminho como se fosse uma tradição familiar.
- Busca de resultados – Trabalhar da melhor maneira para alcançar bons resultados. Se não conseguir, não desanimar. Erguesse e tenta novamente.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreendedorismo significa criar algo novo, buscar novas oportunidades de negócio. O empreendedor às vezes é movido pela oportunidade, quando enxerga o que ninguém enxerga como, também, pode ser movido pela necessidade quando empreende como única alternativa de sobreviver. Diante desses fatos, vários fatores influenciam o comportamento empreendedor.

O objetivo do presente artigo foi determinar os fatores influenciadores do comportamento empreendedor na cidade de Alagoa Grande-PB.

No tocante ao perfil dos empreendedores respondentes, pode-se verificar que a maioria é do sexo masculino, com idades entre 20 a 30 anos, possuindo ensino médio completo. A maior parte não exerce outra profissão, dedicando-se exclusivamente ao seu negócio, são empreendedores por oportunidade por serem visionários e com tempo de abertura do seu negócio de 1 a 10 anos.

Quanto aos fatores que influenciam o comportamento empreendedor, pode-se concluir que o Fator Pessoal, formado pelas variáveis Coragem de assumir risco, Busca de informação, Criatividade e Autocontrole são de grande importância para os empreendedores, visto que os mesmos buscam sempre melhores condições para si, no intuito de desenvolver o seu negócio proporcionando satisfação aos seus clientes.

O Fator Persistência envolve as variáveis Eficiência, Perseverança e Busca de oportunidade, na qual nota-se que os empreendedores procuram fazer as tarefas de maneira certa não desistindo nos problemas e aproveitando as oportunidades que aparecem no mercado.

No Fator Determinação estão inclusos as variáveis Coragem de assumir risco, Ter metas e Autonomia, onde de acordo com os empreendedores respondentes, não se deve desistir na primeira dificuldade. Deve-se sempre ter esperança e acreditar no negócio arriscando quando necessário. Ser determinado.

O Fator Estratégia está composto pelas variáveis Investimento e Planejamento, na qual certifica-se que o empreendedor planeja suas ações e estratégias, após isso, investe nas decisões tomadas.

Quanto ao Fator Responsabilidade encontra-se as variáveis Comprometimento e Busca da qualidade, pode-se afirmar que estão comprometidos com o empreendimento, almejando a qualidade para seus produtos ou serviços.

Com relação ao Fator Inovação de produtos e serviços que confere a variável Inovação de produtos e serviços, mostra que o empreendedor está inovando seus produtos e serviços na intenção de atrair a clientela.

O Fator Criação de novos produtos está composto pela variável Criação de novos produtos, comprovando-se que criar novos produtos é fundamental, contribuindo para que haja variedades no negócio.

No Fator Diversidade encontra-se as variáveis Otimismo, Ser capaz de identificar oportunidades, Independência, Motivação, Vocação, Tecnologia, Gênero, na qual as variáveis citadas neste fator alteram conforme o indivíduo.

No tocante ao Fator Psico-organizacional, as variáveis Motivação, Liderança, Capacitação gerencial, Profissional qualificado, conclui-se que há uma junção de fatores emocionais com fatores organizacionais.

Quanto o Fator Administração encontra-se as variáveis Atitude, Experiência e Disponibilizar crédito, onde é preciso ter pulso firme para saber administrar as atitudes e a forma como o irá controlar os créditos disponibilizados, ou seja, as formas de pagamento adotadas.

O Fator Recursos contempla as variáveis Capital e Introdução de novos produtos e serviços, focando-se que é necessário ter capital para poder construir o negócio e poder ter condições de introduzir os produtos e serviços no mercado.

Com relação ao Fator Informação, com as variáveis Conhecimento da área e Cultura, contemplam-se o conhecimento da área onde se está atuando como suas regras, normas, direitos, deveres e as diferentes culturas existentes.

O Fator Busca de resultados, com a variável Busca de resultados, determina que o empreendedor busca os resultados de todo suor derramado com o trabalho exercido no seu negócio.

No quadro exposto pode-se visualizar os fatores definidos, ao qual permite aos empreendedores terem uma noção do que realmente um empreendedor deve buscar para melhoria do seu negócio ajudando a si e satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores.

Conclui-se que esses fatores são determinantes no processo do comportamento empreendedor demonstrando que o empreendedorismo cresce a cada dia e as pessoas que pretendem abrir o seu próprio negócio devem estar atentas a esses fatores que são muito importantes para se alcançar o sucesso, tanto na vida pessoal, como na vida profissional, de um pretense empreendedor.

## **6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BARRETO, Luiz. Revista Pequenas Empresas E Grandes Negócios. n. 288. Jan. 2013.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo - como ser empreendedor, inovar se diferenciar na sua empresa**. 4ªed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo – Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

GEM - Empreendedorismo no Brasil: 2010 / Simara Maria de Souza Silveira Greco. Curitiba : IBQP, 2010.

GERBER, M. **O mito do empreendedor: Como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido**. São Paulo: Saraiva, 1990.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

JOHNSON, D. “**What is innovation and entrepreneurship? Lessons for large organizations**”, Industrial and Commercial Training, 2001. In: Medeiros, Tiago Cesar de Paiva. Empreendedorismo e Inovação: um estudo de caso múltiplo na indústria de software do Rio Grande do Norte, 2012.

ROBBINS, Stephen Paul. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

SANTOS, Izequias Estevam dos. **Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica**. 5. ed. Ver. Atual. e ampl. – Niteroi, RJ: Impetus, 2005.

SCHUMPETER, J. The theory of economic development. Harvard University Press, 1949. Revista Pequenas Empresas E Grandes Negócios n. 274. Nov. 2011.

SEBRAE. *Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil*. Relatório Executivo – 2004. Curitiba: SEBRAE, 2005.

SOUZA, C. F. **Competência empreendedora dos gestores de negócios de moda**. In: ENANPAD, XXIX. *Anais do Enanpad*. CD-ROM. Brasília, 2005.

Disponível em <<http://siteresources.worldbank.org/INTLACBRAZILINPOR/Resources/InformalidadeResumo.pf.2007>> Acesso em 17 de Novembro de 2012.

Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>> Acesso em: 25 de Março de 2013.

Disponível em <<http://empretec.sebrae.com.br/2010/05/05/as-dez-caracteristicas-do-empendedor/>> Acesso em 10 de Junho de 2013.

Disponível em <[http://maps.google.com.br/maps?gs\\_rn=17&gs\\_ri=psy-ab&c p=15&gsid=1m&xhr=t&q=alagoa+grande+pb&bav=on.2,or.r.qf.&bvm=bv.48340889,d.dmQ&biw=1366&bih=643&um=1&ie=UTF-8&hl=pt-BR&sa=N&tab=w1](http://maps.google.com.br/maps?gs_rn=17&gs_ri=psy-ab&c p=15&gsid=1m&xhr=t&q=alagoa+grande+pb&bav=on.2,or.r.qf.&bvm=bv.48340889,d.dmQ&biw=1366&bih=643&um=1&ie=UTF-8&hl=pt-BR&sa=N&tab=w1)> Acesso em 26 de Junho de 2013.

Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/temas.php?codmun=250030&idtema=115&search=paraiba|alagoa-grande|estatisticas-do-cadastro-central-de-empresas-2011>> Acesso em 13 de Agosto de 2013.

Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=250030&search=paraiba|alagoa-grande>> Acesso em 14 de Agosto de 2013.