



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

TATYANA ALMEIDA UBAL

**MOTIVAÇÕES, OPORTUNIDADES E DESAFIOS: Um estudo sobre a intenção
empreendedora entre estudantes de administração em João Pessoa**

**João Pessoa
2026**

TATYANA ALMEIDA UBAL

MOTIVAÇÕES, OPORTUNIDADES E DESAFIOS: Um estudo sobre a intenção empreendedora entre estudantes de administração em João Pessoa



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientador(a): Dra. Maria de Fátima Silva Oliveira

**JOÃO PESSOA
2026**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP
Biblioteca Nilo Peçanha – IFPB, *Campus* João Pessoa

U12m Ubal, Tatyana Almeida.
 Motivações, oportunidades e desafios : um estudo sobre a
 intenção empreendedora entre estudantes de administração em
 João Pessoa / Tatyana Almeida Ubal. – 2026.
 69 f. : il.

 TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) – Instituto
 Federal da Paraíba – IFPB / Unidade Acadêmica de Gestão - UAG.
 Orientadora: Dra. Maria de Fátima Silva Oliveira.

 1. Empreendedorismo. 2. Motivação. 3. Oportunidades. 4.
 Desafios. 5. João Pessoa - PB. I. Título.

CDU 005.342

Bibliotecário responsável Marx da Silva Medeiros – CRB15/470

 INSTITUTO FEDERAL Paraíba	CAMPUS JOÃO PESSOA COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - CAMPUS JOÃO PESSOA
---	--

AVALIAÇÃO 39/2026 - CCSBA/UA5/UA/DDE/DG/JP/REITORIA/IFPB

Em 11 de março de 2026.

FOLHA DE APROVAÇÃO

Tatiana Almeida Ubal

Matricula 20201460080

MOTIVAÇÕES, OPORTUNIDADES E DESAFIOS: Um estudo sobre a intenção empreendedora entre estudantes de administração em João Pessoa

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em **11/03/2026, às 11:00** no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: APROVADO

João Pessoa, 11 de março de 2026.

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Maria de Fátima Silva Oliveira (IFPB)

Orientador(a)

José Washington de Moraes Medeiros (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Andreia Cavalcanti de Oliveira (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- Ceres Grehs Beck, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/03/2026 12:56:23.
- Andreia Cavalcanti de Oliveira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/03/2026 14:12:37.
- Maria de Fátima Silva Oliveira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/03/2026 15:19:35.
- Jose Washington de Moraes Medeiros, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 12/03/2026 09:29:14.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 11/03/2026. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 848776
Verificador: 9ac901b13d
Código de Autenticação:



NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

AGRADECIMENTOS

À Deus, pela força ao longo dessa caminhada. Nos momentos de cansaço e incerteza, foi a fé que me sustentou.

Ao meu esposo Tiago, meu companheiro de vida, que esteve ao meu lado em todos os momentos e me deu amparo quando precisei me dedicar a este trabalho. Sua parceria foi essencial para que eu chegasse até aqui!

Ao meu filho Guilherme, que transformou minha vida desde o seu nascimento. Quando você chegou, estabeleci como meta concluir minha formação, pois queria que, no futuro, tivesse orgulho de mim. Desejei que soubesse que, mesmo com você pequeno e diante dos desafios da maternidade e da rotina da casa, eu não desisti. Filho, você foi minha maior motivação!

À minha orientadora, professora Maria de Fátima, pela dedicação, paciência e orientação segura na construção deste trabalho.

Aos professores do curso de Administração e ao Instituto Federal da Paraíba (IFPB), campus João Pessoa, pela formação e oportunidades proporcionadas.

À banca examinadora, professores José Washington e Andreia Cavalcanti, pela disponibilidade e correções pertinentes.

Aos estudantes que participaram deste estudo, pela contribuição fundamental para a realização deste estudo.

RESUMO

A intenção empreendedora entre estudantes universitários destaca-se no cenário acadêmico e econômico, especialmente diante do crescimento do empreendedorismo no Brasil e do papel das instituições de ensino superior na formação de competências para criação de novos negócios. Nesse contexto, esta pesquisa verificou as motivações, oportunidades e desafios percebidos para empreender e a intenção empreendedora dos estudantes do curso de Administração do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), Campus João Pessoa. O objetivo foi descrever os motivos que levariam os estudantes a empreender, assim como as oportunidades e desafios percebidos por estes, considerando sua intenção de empreender. A metodologia adotada apresentou abordagem quantitativa e caráter descritivo, com pesquisa de campo e apoio bibliográfico. A coleta de dados ocorreu por meio de questionário estruturado, com 36 questões, aplicado a 107 estudantes do 5º ao 8º período, utilizando escala Likert de cinco pontos e questões de múltipla escolha, sendo os dados analisados por estatística descritiva. Os resultados destacaram as motivações dos estudantes acerca de necessidade de renda, desenvolvimento profissional, criatividade, autonomia e realização pessoal, além da percepção de preparo acadêmico como fatores pertinentes para empreender. Quanto às oportunidades, as áreas de turismo e hospitalidade, construção civil e mercado imobiliário e gastronomia e alimentação, tiveram predominância, assim como as necessidades não atendidas como tipo de oportunidade mais relevante. Barreiras estruturais e limitações práticas também foram destacados pelos estudantes. Entre os desafios, destacaram-se carga tributária elevada com maior índice de percepção como entrave ao empreendedorismo, seguido da complexidade legal, burocracia, insegurança prática e dificuldade de acesso a crédito. Por fim, os resultados demonstraram que a intenção empreendedora esteve presente, porém em consolidação: 29,9% afirmaram pretender abrir negócio, 49,5% permaneceram indecisos e 20,6% não manifestaram intenção. Para estudos futuros, recomendou-se a ampliação da amostra para outras instituições, assim como a extensão temporal para acompanhamento da evolução da intenção empreendedora ao longo do tempo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Motivação. Oportunidades. Desafios. João Pessoa - PB.

ABSTRACT

Entrepreneurial intention among university students stands out in the academic and economic scenario, especially in view of the growth of entrepreneurship in Brazil and the role of higher education institutions in the formation of competencies for the creation of new businesses. In this context, this research verified the motivations, opportunities, and perceived challenges to undertake and the entrepreneurial intention of students in the Business Administration course at the Federal Institute of Paraíba (IFPB), João Pessoa Campus. The objective was to describe the reasons that would lead students to undertake, as well as the opportunities and challenges perceived by them, considering their intention to undertake. The methodology adopted presented a quantitative approach and descriptive character, with field research and bibliographic support. Data collection occurred through a structured questionnaire, with 36 questions, applied to 107 students from the 5th to the 8th semester, using a five-point Likert scale and multiple-choice questions, the data being analyzed by descriptive statistics. The results highlighted the students' motivations regarding the need for income, professional development, creativity, autonomy, and personal fulfillment, in addition to the perception of academic preparation as relevant factors for undertaking. Regarding opportunities, the areas of tourism and hospitality, construction and real estate market, and gastronomy and food had predominance, as well as unmet needs as the most relevant type of opportunity. Structural barriers and practical limitations were also highlighted by the students. Among the challenges, high tax burden stood out with the highest perception index as an obstacle to entrepreneurship, followed by legal complexity, bureaucracy, practical insecurity, and difficulty in access to credit. Finally, the results demonstrated that entrepreneurial intention was present, however in consolidation: 29.9% stated that they intend to open a business, 49.5% remained undecided, and 20.6% did not express intention. For future studies, the expansion of the sample to other institutions was recommended, as well as the temporal extension to monitor the evolution of entrepreneurial intention over time.

Keywords: Entrepreneurship. Motivation. Opportunities. Challenges. João Pessoa – PB.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Comparativo geral das motivações intrínsecas e extrínsecas dos estudantes para empreender.....	41
GRÁFICO 2: Dimensões da percepção dos estudantes sobre oportunidades empreendedoras.....	44

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Faixa etária e gênero dos respondentes.....	35
TABELA 2: Caracterização acadêmica, profissional e renda familiar dos respondentes.....	36
TABELA 3: Motivações intrínsecas dos estudantes para empreender.....	38
TABELA 4: Motivações extrínsecas dos estudantes para empreender.....	38
TABELA 5: Setores com maior potencial de empreender percebidos pelos estudantes.....	42
TABELA 6: Tipos de oportunidades percebidas pelos estudantes.....	43
TABELA 7: Desafios e obstáculos para empreender percebidos pelos estudantes.....	46
TABELA 8: Papel das instituições e da formação acadêmica no apoio ao empreendedorismo.....	47
TABELA 9: Intenção de empreender e projeções futuras.....	49

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNPJ:	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
EE:	Educação Empreendedora
EPP:	Empresas de Pequeno Porte
FAPESQ:	Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba
GEM:	Global Entrepreneurship Monitor
Hubine:	Hub de Inovação do Banco do Nordeste
IES:	Instituições de Ensino Superior
IFPB:	Instituto Federal da Paraíba
INOVA:	Agência UFPB de Inovação Tecnológica
IE:	Intenção Empreendedora
JUCEP:	Junta Comercial do Estado da Paraíba
ME:	Microempresas
MEI:	Microempreendedores Individuais
NEO:	Núcleo de Empreendedorismo e Oportunidades
SEBRAE:	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Sedest:	Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Trabalho
SENAI:	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SINERGIA:	Parque Científico e Tecnológico
TEE:	Taxa de Empreendimentos Estabelecidos
TET:	Taxa de Empreendedorismo Total
TCP:	Teoria do Comportamento Planejado
UFPB:	Universidade Federal da Paraíba

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	OBJETIVOS	15
1.1.1	Objetivo Geral	15
1.1.2	Objetivos Específicos	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1	EMPREENDEDORISMO: CONCEITOS E CENÁRIO ATUAL	16
2.1.1	Conceitos de empreendedorismo	16
2.1.2	Empreendedorismo no Brasil e em João Pessoa	17
2.2	FATORES DE INTENÇÃO E MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER	19
2.2.1	Intenção empreendedora entre estudantes universitários	19
2.2.2	Motivações intrínsecas e extrínsecas	22
2.2.3	Empreendedorismo por oportunidade x por necessidade	24
2.3	OPORTUNIDADES DE MERCADO E AMBIENTES EMPREENDEDORES	25
2.3.1	Oportunidade empreendedora e inovação	25
2.3.2	Tendências de negócios em João Pessoa	26
2.4	DESAFIOS E BARREIRAS AO EMPREENDEDORISMO	27
2.4.1	Burocracia, legislação e acesso a crédito	27
2.4.2	Competitividade e educação empreendedora	28
2.5	ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR: CONCEITOS E APLICAÇÕES	30
3	METODOLOGIA DA PESQUISA	33
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	33
3.2	UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA	33
3.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	34
3.4	PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS	34
4	INTERPRETAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	35
4.1	PERFIL DOS RESPONDENTES	35
4.2	FATORES DE MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER EM JOÃO PESSOA	38
4.3	OPORTUNIDADES E SETORES PROMISSORES EM JOÃO PESSOA	42
4.4	DESAFIOS E OBSTÁCULOS PARA O EMPREENDEDORISMO	45
4.5	ECOSSISTEMA E FORMAÇÃO ACADÊMICA COMO SUPORTE	47
4.6	INTENÇÃO DE EMPREENDER EM ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO	49
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
	APÊNDICES	63

1 INTRODUÇÃO

Empreender pode ser compreendido como o processo de transformar ideias em oportunidades de negócio, por meio da identificação de demandas e da criação de soluções que contribuem para o desenvolvimento econômico e social (Zarpellon, 2010). Nesse sentido, o empreendedor atua como agente de transformação, promovendo inovação em um contexto econômico dinâmico. (Schumpeter, 1982). A atuação empreendedora envolve a busca contínua por oportunidades e aperfeiçoamento, gerando impactos econômicos e sociais, além de representar, para muitos indivíduos, uma alternativa de autonomia profissional e superação de desafios.

No processo de criação de uma empresa, o empreendedor precisa demonstrar dedicação, perseverança e capacidade de lidar com desafios, orientando sua atuação para a inovação e a geração de diferencial competitivo. Para Filion (1999, p. 19), o empreendedor é:

“uma pessoa com habilidades criativas; sendo uma complexa função de experiências de vida, oportunidades e capacidades individuais que durante seu exercício está inerente à variável risco, tanto na vida como na carreira do empreendedor.”

Assim, a atividade empreendedora envolve lidar com incertezas e assumir riscos como elementos constitutivos do processo de inovação.

No país, mesmo com desafios estruturais, o empreendedorismo se destaca, e a intenção empreendedora pode refletir não apenas uma resposta ao contexto econômico, mas também uma busca crescente por autonomia e concretização de sonhos. Segundo pesquisa realizada no Brasil pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2024), o número de pessoas envolvidas em negócios chegou a 46,9 milhões, o que equivale a 33,4% da população adulta brasileira. Esse resultado demonstra a quantidade de brasileiros envolvidos no empreendedorismo como atividade econômica e geração de renda. No contexto regional, no Nordeste, observa-se um cenário empreendedor com características singulares que merecem atenção. A cidade de João Pessoa-PB, apresenta particularidades que influenciam a abertura e o sucesso dos negócios locais, como a forte tendência turística e o crescimento do setor de serviços. Informações da Junta Comercial do Estado da Paraíba, indicam

que, somente no mês de setembro, foram registradas 2.331 novas empresas na capital, reforçando o dinamismo econômico do município. (JUCEP, 2025)

Aliado ao crescimento do empreendedorismo, as instituições de ensino superior desempenham um papel central na formação de competências para a área, especialmente nos cursos de Administração. Ao abordarem conteúdos de gestão, inovação, planejamento e empreendedorismo, essas instituições moldam a percepção do aluno sobre o mercado. Segundo Rocha e Freitas (2014), a sinergia entre Administração e Empreendedorismo é positiva, pois as competências desenvolvidas são comuns a ambos os perfis profissionais.

Nesse contexto, o IFPB Campus João Pessoa contribui para o fortalecimento do empreendedorismo local por meio da formação de profissionais preparados para os desafios do mercado. O Curso de Bacharelado em Administração, contempla em sua estrutura curricular a disciplina de Empreendedorismo, ofertada no 7º período, voltada ao desenvolvimento de habilidades relacionadas à identificação de oportunidades e à estruturação de modelos de negócios. A formação estrutura-se de maneira integrada, abrangendo conteúdos nas áreas de gestão, finanças, marketing e operações, além da disciplina de Jogos de Empresa, que articula teoria e prática, contribuindo para o desenvolvimento de competências gerenciais e da tomada de decisão em ambientes simulados. Para fins de aprimoramento, em 2024, a matriz curricular do curso passou por atualização com a finalidade de potencializar uma base formativa já estruturada, buscando maior alinhamento às novas demandas econômicas e tecnológicas e reforçando competências técnicas, analíticas e comportamentais, especialmente no que se refere ao espírito empreendedor e à resolução de problemas (IFPB, 2024).

Assim, estudantes dos períodos finais tendem a apresentar maior maturidade acadêmica e proximidade com a prática profissional, o que favorece uma percepção mais concreta sobre os desafios e oportunidades de empreender. Essa vivência contribui para a formação da intenção empreendedora, compreendida como disposição que antecede a ação e considerada um dos principais preditores do comportamento de abrir um negócio, sendo influenciada pela crença na própria capacidade de empreender (Mmadu; Egbule, 2014).

Nessa perspectiva, a pesquisa realizada por Viana et al. (2025), com 21 estudantes do curso de Administração da Universidade Estadual do Piauí (UESPI), majoritariamente matriculados no 8º período (61,9%), evidenciou intenção empreendedora consistente: 57,14% dos respondentes concordaram possuir perfil empreendedor e 71,43% afirmaram ter iniciativa para iniciar projetos próprios. A independência financeira foi apontada como principal motivação por 76,19% dos participantes, enquanto a burocracia e a carga tributária (71,43%) e o medo do fracasso (47,62%) foram identificados como barreiras relevantes. Além disso, 85,71% possuíam familiares empreendedores e 76,19% reconheceram influência direta dessas experiências em sua intenção de empreender. Embora os resultados revelem predisposição empreendedora, apenas 33,33% já possuíam negócio próprio, indicando que a transformação da intenção em prática depende de fatores que extrapolam características individuais. Nesse sentido, a concretização do empreendedorismo entre universitários depende das condições institucionais e contextuais às quais estão expostos.

João Pessoa, local onde se realiza este estudo, apresenta um ecossistema empreendedor em desenvolvimento, sustentado por uma rede diversificada de atores que contribuem para a criação e consolidação de novos negócios. Portanto, a atuação articulada do poder público, em níveis municipal e estadual, contribui para o fortalecimento do empreendedorismo por meio de políticas e mecanismos de apoio. Paralelamente, instituições de ensino e pesquisa exercem papel estratégico na formação de competências e na disseminação da cultura empreendedora, enquanto agentes financeiros e organizações empresariais ampliam o acesso a crédito, capacitação e redes de colaboração. A integração entre esses atores favorece um ambiente propício à inovação e ao desenvolvimento econômico local. É nesse cenário que o presente estudo busca responder à seguinte questão norteadora: quais são as motivações, oportunidades e desafios percebidos por estudantes do curso de Administração do IFPB em relação ao empreendedorismo em João Pessoa, e qual é sua intenção de empreender?

A relevância deste estudo está em oferecer uma análise do ambiente empreendedor de João Pessoa a partir da percepção de estudantes de Administração, considerando sua intenção de empreender, permitindo compreender

como motivações, oportunidades e desafios são percebidos antes da criação do negócio. Esse recorte contribui para um diagnóstico mais preciso da intenção empreendedora em sua fase inicial, considerada decisiva para o sucesso dos empreendimentos.

Do ponto de vista prático, os resultados podem subsidiar o aprimoramento de políticas públicas e programas de apoio ao empreendedorismo, especialmente no que se refere à capacitação e à redução de barreiras enfrentadas por futuros empreendedores. Ao identificar desafios ainda na fase da intenção, o estudo pode contribuir para a mitigação de riscos e a diminuição da mortalidade precoce dos negócios. No âmbito acadêmico, a pesquisa colabora ao regionalizar o debate sobre empreendedorismo e ao refletir sobre o papel da formação em Administração e das instituições de ensino superior no desenvolvimento de competências empreendedoras. Além disso, o estudo traz benefícios diretos para os estudantes de Administração pesquisados, pois ajuda a refletirem sobre suas motivações, preparo e desafios em relação ao empreendedorismo, contribuindo para que desenvolvam melhor suas competências ainda durante a graduação. Para a universidade, os resultados podem auxiliar na melhoria do currículo, na criação ou fortalecimento de projetos e ações voltadas ao empreendedorismo, além de aproximar a formação acadêmica da realidade do mercado local.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar as motivações, as oportunidades e os desafios que moldam e influenciam a intenção empreendedora, segundo a percepção dos estudantes do curso de Administração do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), na cidade de João Pessoa.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Compreender os principais fatores de motivação que levariam aos estudantes de Administração a empreenderem na cidade;

- Levantar, na visão dos estudantes, as principais oportunidades de mercado e os setores mais promissores para empreender em João Pessoa;
- Mapear os desafios e obstáculos percebidos pelos estudantes em relação ao empreendedorismo;
- Identificar, pela ótica dos estudantes, o papel do ecossistema empreendedor local e da formação acadêmica em Administração no incentivo ao empreendedorismo em João Pessoa.
- Descobrir a intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração do IFPB

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta a fundamentação teórica que sustenta a pesquisa, abordando os principais conceitos e abordagens relacionadas ao empreendedorismo. São discutidos o cenário atual, os fatores de intenção e motivação, as oportunidades de mercado, os desafios enfrentados pelos empreendedores e o papel do ecossistema empreendedor, oferecendo base para a análise dos dados e interpretação dos resultados.

2.1 EMPREENDEDORISMO: CONCEITOS E CENÁRIO ATUAL

2.1.1 Conceitos de empreendedorismo

O empreendedorismo pode ser compreendido como um processo de transformação que envolve a capacidade de idealizar e agir estrategicamente para converter oportunidades em valor econômico e social. Para Dolabela (2010), o comportamento empreendedor está associado à habilidade de sonhar e mobilizar recursos para concretizar esses objetivos. Nesse sentido, empreender vai além da simples abertura de empresas, configurando-se como uma mentalidade voltada à criação de valor e à superação de desafios. Baron e Shane (2007) definem o empreendedorismo como um processo dinâmico, que abrange desde a identificação da oportunidade e captação de recursos até a implementação e gestão do negócio.

Embora o domínio conceitual seja relevante, a aprendizagem empreendedora também se consolida na prática, por meio da experiência e da experimentação (Chagas, 2000).

O empreendedorismo no Brasil está em forte crescimento e desempenha um papel crucial na economia. Com o aumento de negócios em diversas áreas, ele se torna um motor que impulsiona a economia. Muitos veem no empreendedorismo o meio para conquistar a independência financeira e desenvolver habilidades fundamentais, como liderança e criatividade. Para isso, a essência do empreendedorismo está na percepção e aproveitamento de novas oportunidades. Para Fillion (1999, p. 11), “para detectar oportunidades de negócios, é preciso ter intuição, intuição requer entendimento, e entendimento requer um nível mínimo de conhecimento”. Assim, o empreendedor deve ter a habilidade de identificar as necessidades do mercado e criar soluções inovadoras. Segundo Drucker (1998), o empreendedor explora a mudança, enxergando-a como oportunidade. Assim, a rapidez de ação é o que define o espírito empreendedor.

Mesmo diante de instabilidades econômicas, o empreendedorismo no Brasil demanda planejamento estratégico e gestão de riscos. O risco é inerente ao processo empreendedor, exigindo do indivíduo capacidade de reduzir incertezas por meio de ação planejada (Fillion, 1999). Além disso, empreender implica criatividade e ruptura de paradigmas. Como afirma Barreto (1998, p. 190), “Empreendedorismo é a habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. Essa perspectiva relaciona-se ao conceito de “destruição criativa” (Schumpeter, 1988), entendido como motor da inovação e da evolução econômica. De forma complementar, Tidd e Bessant (2020) definem inovação como a incorporação de novos valores a processos e tecnologias, podendo ocorrer de maneira incremental ou radical, gerando vantagens competitivas sustentáveis.

Esse movimento também se observa no contexto brasileiro e local, conforme abordado na seção seguinte.

2.1.2 Empreendedorismo no Brasil e em João Pessoa

O empreendedorismo brasileiro exerce papel relevante na economia nacional, apesar dos desafios estruturais existentes. Dados recentes indicam forte

formalização de pequenos negócios: no primeiro trimestre de 2025, foram registrados mais de 1,4 milhão de novos CNPJs no país. Os Microempreendedores Individuais (MEIs) representaram 78% desse total, com crescimento de 35% em relação ao ano anterior. O setor de serviços manteve predominância, concentrando 63,7% das novas empresas, seguido pelo comércio (20,8%) e pela indústria da transformação (7,6%) (Agência Sebrae de Notícias, 2025).

A inclinação empreendedora no Brasil é evidenciada por dados do GEM, (2024), segundo os quais 46,9 milhões de brasileiros entre 18 e 64 anos estavam envolvidos em algum tipo de negócio em 2024. O país alcançou a sexta posição no ranking mundial de empresas estabelecidas (com mais de 3,5 anos), e a Taxa de Empreendimentos Estabelecidos cresceu de 8,7% em 2020 para 13,2% em 2024. No mesmo período, a Taxa de Empreendedorismo Total passou de 30,1% para 33,4%. Além disso, quase metade dos brasileiros que ainda não empreenderam declarou intenção de iniciar um negócio nos próximos três anos.

Em 2025, o empreendedorismo manteve sua trajetória de expansão no Brasil. Um levantamento do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) demonstrou que o empreendedorismo mantém trajetória de expansão no Brasil. Foram registradas 3,9 milhões de novas empresas, das quais 97,6% corresponderam a micro e pequenos negócios, evidenciando a predominância desse segmento na estrutura empresarial do país. Além disso, a pesquisa apontou ainda que 55% dos empreendimentos apresentaram faturamento igual ou superior ao de 2024, sinalizando resiliência e capacidade de adaptação mesmo diante de um cenário econômico incerto (SEBRAE RS, 2025).

Apesar do dinamismo observado, o empreendedorismo no país é marcado por incertezas e percepções ambivalentes quanto ao cenário econômico. Um estudo de 2025 apontou que 66,4% dos empreendedores temiam o cenário econômico, além de fatores como instabilidade política (14,9%) e concorrência (9%). Contudo, a maioria (68%) demonstraram convicção de que possuir o próprio negócio é a melhor escolha para o futuro, e 41,9% consideraram a expansão de seus empreendimentos, evidenciando que o comportamento empreendedor é fortemente influenciado pelo otimismo (CNN Brasil, 2025).

Na esfera regional, João Pessoa, na Paraíba, consolida-se como um ambiente de negócios em crescimento, impulsionado pelo aumento populacional, que ultrapassa 830 mil habitantes. Em decorrência da crescente demanda, torna-se essencial a criação de empresas para suprir essa necessidade. A capital concentra mais de 35% do total de pequenos negócios do estado, totalizando 88.399 empreendimentos ativos em 2023, entre MEIs, MEs e EPPs, com predominância dos setores de Serviços e Comércio. Esse movimento já se reflete no crescimento recente do número de empresas, uma vez que, somente em setembro de 2025, foram registradas 2.331 novas empresas abertas no município.(G1 Paraíba, 2023; JUCEP - Junta Comercial Do Estado Da Paraíba, 2025).

Nesse cenário, o empreendedorismo consolida-se como um importante motor de crescimento regional, sendo impulsionado por diferentes fatores, os quais são discutidos na seção seguinte

2.2 FATORES DE INTENÇÃO E MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER

2.2.1 Intenção empreendedora entre estudantes universitários

A intenção empreendedora é que move o desejo entre querer e fazer. Sob a ótica de Shapero e Sokol (1982), o entendimento dessa intenção atua como uma evidência antecipada da trajetória que leva o indivíduo à concretização do ato de empreender. Esse fenômeno combina fatores internos e externos do indivíduo, como a percepção de potencial, oportunidades e suporte institucional.

Nessa mesma perspectiva, a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) sustenta que a intenção pode ser entendida como o grau de esforço que o indivíduo está disposto a empregar para realizar determinada ação. De acordo com Ajzen (1991), essa intenção é influenciada por três fatores: atitudes em relação ao comportamento, normas subjetivas e controle comportamental percebido, que corresponde à percepção de capacidade para executar a ação. Assim, quanto mais favoráveis esses fatores, maior tende a ser a intenção de empreender.

Corroborando com essa abordagem, Zhang e Wang (2020, p. 12) afirmam que “o ambiente socioeconômico, incluindo o apoio governamental e a cultura

empreendedora, desempenha um papel importante na formação da intenção empreendedora”, reforçando a influência do contexto na consolidação dessa disposição comportamental.

Nesse cenário, a educação atua como catalisadora, pois aumenta a autoconfiança e a visão estratégica do indivíduo. Assim, a intenção empreendedora se ampara no conjunto entre competências pessoais, formação acadêmica e um ambiente incentivador. Essa intenção "pode ser usada como indicador para medir o nível de empreendedorismo em uma região, permitindo avaliar as condições para o desenvolvimento de novos negócios e identificar possíveis lacunas de apoio" (González-Jiménez, López-Cabrales e Moreno-Menéndez 2020, p. 34). Sendo, portanto, essencial para a competitividade e inovação no mercado atual.

O GEM (2024) reconhece a intenção de empreender como um indicador antecedente do comportamento empreendedor, classificando como “empreendedores potenciais” os indivíduos que ainda não possuem negócio próprio, mas pretendem iniciar um empreendimento nos próximos três anos. Tal perspectiva reforça que o fenômeno empreendedor pode ser analisado ainda em sua fase inicial, uma vez que as intenções empreendedoras representam a transição entre ideias distantes e a concretização de ações voltadas à geração de valor pessoal, social e econômico (Donaldson, 2019), o que justifica a investigação da intenção empreendedora entre estudantes. Quando esse fenômeno é analisado especificamente no contexto universitário, observa-se que a formação acadêmica e o ambiente institucional exercem influência direta sobre a consolidação dessa disposição empreendedora, tornando necessário aprofundar a discussão sobre a intenção entre estudantes do ensino superior.

A intenção empreendedora, quando analisada no contexto universitário, ganha destaque por estar diretamente relacionada ao momento de formação profissional e à construção das expectativas de carreira. Nesse contexto, a atitude diante do empreendedorismo exerce papel mediador entre fatores como motivo de poder, aprendizagem empreendedora e percepção de risco (Loiola et al., 2016). Assim, a forma como o estudante interpreta suas experiências acadêmicas e o ambiente institucional pode fortalecer ou enfraquecer sua disposição para empreender.

A aprendizagem empreendedora, por sua vez, apresenta forte relação com a intenção de empreender, especialmente quando os estudantes percebem que as disciplinas contribuem para o desenvolvimento de habilidades de gestão, identificação de oportunidades e formação de redes de contato. Nesse sentido, a educação empreendedora pode ampliar o senso de autonomia, independência e autoconfiança dos indivíduos, além de torná-los mais conscientes de alternativas de carreira e mais aptos a reconhecer oportunidades (Paço et al., 2015). Corroborando essa perspectiva, Raiol et al. (2021), em estudo realizado com 232 estudantes de Administração de uma instituição federal da Região Norte do Brasil, identificaram relação significativa entre autoeficácia e intenção empreendedora, evidenciando que estudantes que acreditam mais em suas próprias capacidades tendem a demonstrar maior disposição para empreender. Os autores também destacaram a influência das normas subjetivas, especialmente o apoio de familiares e pessoas próximas, como elemento relevante na formação da intenção empreendedora.

Da mesma forma, um ambiente universitário favorável ao empreendedorismo tende a potencializar essa intenção. Contudo, pesquisas indicam que, embora muitos estudantes considerem a carreira empreendedora atrativa, parte deles demonstra conhecimento limitado acerca de instituições e mecanismos de apoio à prática empreendedora (Couto; Mariano; Mayer, 2010), evidenciando que o interesse nem sempre é acompanhado de preparo adequado. Resultados semelhantes foram encontrados por Silva et al. (2023), ao investigarem 80 estudantes do último ano do curso de Administração em instituições de ensino superior da Bahia. O estudo identificou baixo número de alunos com intenção de possuir o próprio negócio e fragilidades no suporte institucional ao empreendedorismo. Destaca-se que apenas 3,8% dos estudantes concordaram que havia infraestrutura adequada para apoiar a criação de novos negócios, e somente 8,8% afirmaram que as disciplinas ofertadas preparavam adequadamente para empreender. Além disso, parte dos respondentes demonstrou insegurança quanto à própria capacidade de abrir ou gerir um empreendimento, evidenciando que o interesse pelo tema nem sempre é acompanhado de preparo prático ou confiança para a ação.

Além disso, a percepção elevada de risco pode reduzir a disposição para empreender, uma vez que iniciar e conduzir um negócio envolve lidar com

incertezas. Nesse sentido, a capacidade de aceitar riscos e demonstrar abertura a novas experiências é apontada como característica relevante do futuro empreendedor (Frese; Gielnik, 2014).

De modo geral, entende-se que a intenção antecede a decisão de criar um negócio; entretanto, nem todas as intenções se convertem em ações efetivas (Shirokova et al., 2016). Portanto, embora constitua o alicerce do processo empreendedor, a concretização da intenção depende da interação entre competências individuais, contexto institucional e condições percebidas de viabilidade.

Nesse sentido, compreender a intenção empreendedora implica analisar os fatores que a impulsionam, especialmente as motivações individuais que orientam o comportamento do futuro empreendedor. Assim, torna-se fundamental examinar as dimensões motivacionais que sustentam essa intenção.

2.2.2 Motivações intrínsecas e extrínsecas

As motivações configuram-se como elementos centrais na formação da intenção empreendedora, uma vez que influenciam a direção, intensidade e persistência do comportamento voltado à criação de um negócio. As motivações são muito mais do que um motor, elas atribuem significado, resiliência e persistência à jornada do empreendedor, fatores determinantes para o sucesso de qualquer projeto. Segundo Soto (2002, p. 118):

“A motivação é a pressão interna surgida de uma necessidade, também interna, que excitando as estruturas nervosas, origina um estado energizador que impulsiona o organismo a atividade iniciando, guiando e mantendo a conduta até que alguma meta seja conseguida ou a resposta seja bloqueada”.

Partindo dessa pressão interior, que inicia o comportamento, a motivação se mostra direcionada ao esforço. Para Robbins (2005, p. 132), “Motivação é o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de pessoas para o alcance de uma determinada meta”.

A motivação pode ser compreendida a partir de duas dimensões principais: intrínseca e extrínseca. A motivação intrínseca origina-se no interior do indivíduo,

estando associada à satisfação pessoal, ao propósito, à autonomia e ao desejo de crescimento. Conforme Marras (2002), essas necessidades emergem internamente e manifestam-se como impulsos independentes de recompensas externas, favorecendo maior criatividade e disposição para assumir riscos em função da realização pessoal. Conforme destacam Bandeira e Silva (2023), a motivação empreendedora é influenciada por diferentes fatores pessoais e contextuais.

Entre os fatores intrínsecos para empreender destacam-se a busca por maior liberdade e autonomia profissional, a possibilidade de exercer criatividade e inovação, o aprimoramento contínuo de habilidades e competências, bem como a aspiração por reconhecimento e segurança financeira, aspectos também identificados por Raposo, Oliveira e Fonseca (2021) e por Bandeira e Silva (2023). Soma-se a isso a autoconfiança e a percepção de capacidade para identificar e aproveitar oportunidades, elementos que, segundo Raposo, Oliveira e Fonseca (2021), fortalecem a disposição interna para iniciar um negócio próprio.

Por sua vez, a motivação extrínseca decorre de estímulos externos, como recompensas financeiras e reconhecimento social, funcionando como incentivo direcionado a resultados e expectativas externas (Marras, 2002). Entre os fatores extrínsecos que influenciam a decisão de empreender destacam-se os incentivos governamentais e as políticas públicas de apoio, aspectos abordados por Scalcon (2022) ao tratar do papel do Estado no incentivo ao empreendedorismo. A influência de terceiros também aparece como fator relevante, especialmente pelo apoio social e pelas normas do entorno, conforme apontam Loiola et al. (2016). Além disso, a existência de oportunidades de mercado é considerada elemento importante no contexto externo, sendo destacada por Bandeira e Silva (2023) como fator que estimula a decisão de empreender. Esses elementos do ambiente contribuem para aumentar a percepção de viabilidade do negócio e diminuir as incertezas relacionadas ao contexto econômico e institucional, fortalecendo a intenção empreendedora.

Embora distintas, ambas podem atuar de forma complementar, sendo o equilíbrio entre elas fundamental para a resiliência e para a consolidação do empreendimento no longo prazo. Assim, a clareza sobre o que motiva o empreendedor é essencial para manter a determinação em momentos críticos. Entre

os principais direcionadores motivacionais do comportamento empreendedor, destaca-se a distinção entre empreendedorismo por oportunidade e por necessidade, categorias amplamente discutidas na literatura contemporânea.

2.2.3 Empreendedorismo por oportunidade x por necessidade

Para um negócio oferecer valor ao público, o empreendedor pode ser impulsionado por diferentes motivações. Nesse sentido, o GEM (2024), diferencia a ação empreendedora em duas categorias centrais: a necessidade, voltada basicamente à garantia de subsistência do indivíduo e a oportunidade que nasce da identificação de um nicho de negócio a ser explorado.

O empreendedorismo por necessidade ocorre quando o indivíduo inicia um negócio próprio em resposta a situações de escassez ou dificuldade de inserção no mercado de trabalho, não dispondo de alternativa de sustento (Leite; Oliveira, 2007). Nesses casos, a decisão tende a ser motivada pela subsistência, frequentemente associada a menor capital inicial, limitações de planejamento e maior vulnerabilidade. Dados do GEM (2024) indicam crescimento dessa modalidade no Brasil, cuja proporção passou de 38,6% para 44,7%, refletindo o ingresso de indivíduos em contextos socioeconômicos mais frágeis.

Em contraste, o empreendedorismo por oportunidade caracteriza-se por uma escolha intencional, na qual o indivíduo identifica uma demanda de mercado e opta por explorar uma solução potencialmente lucrativa. A oportunidade, nesse sentido, representa o potencial de criação de valor a partir de mudanças no ambiente econômico e social (Baron; Shane, 2007). O empreendedor pode ainda visualizar problemas da comunidade como oportunidades de criação de valor econômico e impacto coletivo. Tal postura envolve observação estratégica do mercado e assunção de riscos calculados (Leite; Oliveira, 2007; Dornelas, 2008), sendo comum entre empreendedores mais capitalizados e orientados por tendências, autonomia profissional e ampliação de renda.

Embora o empreendedorismo por necessidade apresente desafios iniciais mais acentuados, o êxito em ambas as modalidades depende de características comuns, como persistência, aprendizagem contínua e planejamento. A viabilidade

do negócio exige análise criteriosa da oportunidade identificada. Nesse sentido, Lyrio (2008, p. 26) afirma: “O empreendedor deve avaliar a oportunidade que tem em mãos, para evitar despendar tempo e recursos em uma ideia que talvez não agregue tanto valor ao negócio nascente ou já criado”. Assim, independentemente da motivação inicial, o planejamento constitui elemento central para a sustentabilidade do empreendimento.

2.3 OPORTUNIDADES DE MERCADO E AMBIENTES EMPREENDEDORES

2.3.1 Oportunidade empreendedora e inovação

O sucesso de um empreendimento está diretamente relacionado à identificação e escolha de oportunidades viáveis. A oportunidade pode ser compreendida como a possibilidade de atender a necessidades de mercado por meio da combinação de recursos capazes de gerar valor ao cliente (Ardichvili; Cardozo; Ray, 2003). Sua concretização depende não apenas da existência de uma lacuna no mercado, mas também da capacidade de mobilização interna e criação de valor. Para tanto, a análise de viabilidade, a pesquisa de mercado e o acompanhamento de tendências são fundamentais para distinguir uma ideia de uma oportunidade efetiva (Davidsson, 2004).

No cenário empresarial contemporâneo, marcado por rápidas transformações, a inovação constitui elemento central do empreendedorismo. Conforme Drucker (1987, p. 39), “os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do empreendedor”. Nesse sentido, inovar torna-se condição para adaptação e competitividade. Ainda segundo o autor, “Qualquer mudança no potencial produtor-de-riqueza de recursos já inexistentes constitui inovação” (Drucker, 1987, p. 40). A inovação pode manifestar-se em diferentes dimensões e nem sempre apresenta fronteiras claramente definidas. Bessant e Tidd (2009, p. 30) observam que “às vezes, a linha divisória entre os tipos de inovação é bastante imprecisa – uma nova balsa a motor, por exemplo, é tanto uma inovação de produto quanto de processo”.

Além da tipologia, outro aspecto relevante refere-se ao nível de inovação apresentado. Nesse sentido, Bessant e Tidd (2009) diferenciam a inovação incremental, voltada a melhorias contínuas em produtos ou processos existentes, da

inovação radical, caracterizada pela introdução de conceitos totalmente novos. Para os autores, “[...] há um grau específico de inovação em cada um desses níveis – mas as mudanças em sistemas de níveis mais altos, normalmente, têm implicações para os mais baixos” (Bessant; Tidd, 2009, p. 31).

Essa cultura de inovação é o que assegura a vantagem competitiva duradoura. Esses componentes têm o poder de fortalecer diversos setores da economia, criando oportunidades e incorporando competências que impulsionam a produtividade geral (Drucker, 2012). Portanto, empreendedorismo e inovação são inseparáveis. Empreender sem inovar limita o destaque, pois no Brasil, os desafios exigem resiliência, visão e investimento em conhecimento.

2.3.2 Tendências de negócios em João Pessoa

João Pessoa, capital da Paraíba, tem se consolidado como um ambiente empreendedor em expansão, com condições favoráveis à abertura de novos negócios. Esse dinamismo relaciona-se ao crescimento urbano e à ampliação do mercado consumidor, bem como à predominância do turismo e do setor de serviços como vetores de atividade econômica local. Além disso, investimentos em infraestrutura urbana e indicadores positivos em áreas como saneamento básico têm contribuído para estimular segmentos vinculados à construção civil e ao mercado imobiliário. Paralelamente, a presença de instituições públicas e privadas, especialmente nas áreas de formação técnica e superior, amplia a disponibilidade de capital humano qualificado, favorecendo iniciativas ligadas à tecnologia, inovação e serviços especializados. Nesse contexto, observa-se um conjunto de setores com potencial de desenvolvimento no município, destacando-se turismo e hospitalidade, tecnologia e inovação, educação e capacitação profissional, saúde e bem-estar, energia renovável e sustentabilidade, comércio e varejo, entre outros (Urias, 2025; Lima, V.P., 2024).

Levantamento realizado pelo Sebrae/PB (2024), reforça a nível estadual, essa dinâmica, ao indicar que, em 2024, as atividades mais consultadas por empreendedores na Paraíba concentraram-se nos segmentos de lanchonetes, bares e restaurantes e comércio de roupas e confecções. Entre os dez negócios mais procurados no estado também se destacaram atividades veterinárias, pet shops,

salões de beleza, academias, comércio de cosméticos, clínicas ou consultórios médicos e delicatessens e padarias, evidenciando tendências de mercado e áreas consideradas promissoras para novos investimentos.

Observa-se, portanto, que a cidade apresenta um ambiente favorável à expansão de diferentes segmentos econômicos, especialmente aqueles alinhados às demandas contemporâneas por inovação e qualidade de vida. Em resumo, empreender na capital paraibana significa aproveitar a força de seu mercado e explorar setores em expansão que exigem soluções inovadoras. Todavia, esse potencial não se manifesta sem obstáculos, uma vez que os empreendedores precisam lidar com diferentes desafios e barreiras estruturais, institucionais e econômicas, que serão abordados na próxima seção.

2.4 DESAFIOS E BARREIRAS AO EMPREENDEDORISMO

2.4.1 Burocracia, legislação e acesso a crédito.

O cenário empreendedor brasileiro é marcado pela resiliência e muito potencial, com quase 47 milhões de adultos já empreendendo e um número similar com a intenção de fazê-lo (GEM, 2024). Contudo, esse potencial é estrangulado por três grandes barreiras estruturais: a burocracia excessiva, a complexidade da legislação e a dificuldade de acesso a crédito.

A burocracia constitui um dos principais obstáculos ao empreendedorismo no Brasil. Em contraste com o modelo weberiano, baseado na racionalidade e eficiência (Weber, 1976), o sistema brasileiro caracteriza-se por rigidez e morosidade, podendo a abertura de empresas demandar meses devido à multiplicidade de registros em diferentes esferas administrativas. Soma-se a isso a complexidade do sistema tributário, que eleva custos e pode favorecer práticas desiguais de concorrência (Appy; Rezende, 2017). Como consequência, parte dos empreendimentos tende à informalidade (Djankov et al., 2010). Estudos indicam que a redução de procedimentos e atrasos poderia elevar significativamente a renda per capita no longo prazo, evidenciando a relevância da desburocratização para o crescimento econômico (Cavalcanti; Magalhães; Tavares, 2008).

Superado o obstáculo burocrático, o segundo pilar de desafio reside na complexidade do arcabouço legal. No ordenamento jurídico brasileiro, há distinção entre empresa e empresário. Conforme Coelho (2023), a empresa refere-se à atividade econômica exercida, enquanto o empresário é o sujeito que assume responsabilidades e decisões. Essa diferenciação contribui para a segurança jurídica, ao delimitar direitos, deveres e normas aplicáveis ao exercício da atividade. Nesse contexto, a consolidação da livre iniciativa depende de um ambiente institucional que substitua entraves por garantias legais, favorecendo o desenvolvimento econômico (Ramos, 2024). Assim, a formalização representa não apenas um requisito legal, mas um passo fundamental para o desenvolvimento sustentável e a consolidação dos negócios no país.

Por fim, o terceiro e vital desafio é o acesso a crédito, capacidade de pequenos negócios obterem recursos financeiros para impulso inicial ou expansão. Principalmente os microempresários enfrentam barreiras significativas, como a dificuldade de comprovar renda e a ausência de histórico de crédito. Muitos incentivos financiam esse público oferecendo valores menores e condições mais flexíveis. Mesmo assim, muitos empreendedores ainda encontram obstáculos como burocracia excessiva, falta de informação clara e desconfiança em relação às instituições financeiras. Para superar esses desafios, o planejamento é a chave que faz a ação concreta e viável. Segundo Dornelas (2015), esse rigor no planejamento é o que garante a longevidade da empresa e sua capacidade de atrair capital. O Plano de Negócios, por exemplo, atua como um cartão de visitas indispensável perante o mercado financeiro, permitindo que bancos e investidores avaliem os riscos envolvidos e validem a viabilidade da concessão de crédito.

Em suma, a desburocratização, o conhecimento legal e o acesso efetivo ao crédito, ancorados por um planejamento sólido, são as chaves para liberar o enorme potencial de crescimento inexplorado do empreendedorismo brasileiro. Ainda assim, o desempenho sustentável dos empreendimentos depende de fatores adicionais, como a capacidade competitiva e a formação empreendedora, discutidos na seção seguinte.

2.4.2 Competitividade e educação empreendedora.

O empreendedorismo transforma oportunidades em negócios lucrativos e duradouros. Para o sucesso, é crucial superar obstáculos e focar em dois pilares: competitividade e educação empreendedora.

A competitividade de qualquer ator econômico é determinada pela sua capacidade de inovar e empreender (Siudek; Zawojka, 2014). Empreender é mais do que abrir um negócio, é ver oportunidades onde outros veem problemas, o que é vital para a força da empresa. A competitividade é um meio para alcançar o bem-estar econômico, social e a felicidade geral (Garelli, 2018). Em um contexto de tecnologia e globalização aceleradas, a inovação se torna obrigatória. Dornelas (2005) define a competitividade econômica de uma região sobre os alicerces de empreendedorismo e inovação. Assim, a inovação é o combustível para a sobrevivência competitiva. No Brasil, contudo, a competitividade é desafiada pela complexidade regulatória, alta carga tributária e dificuldade de acesso ao crédito.

A alta taxa de mortalidade empresarial no Brasil é um desafio persistente. Um levantamento do Sebrae-SP, baseado em dados da Receita Federal no período de 2018 a 2021, revela que uma parcela significativa dos negócios encerra suas atividades nos primeiros anos de funcionamento, atingindo 29% dos Microempreendedores Individuais (MEIs) e 21,6% das microempresas (MEs) em até cinco anos. Esse elevado índice de mortalidade empresarial decorre, em grande medida, do despreparo do empreendedor, associado à ausência de planejamento adequado, às dificuldades de acesso ao crédito e à deficiência na gestão e na capacitação específica (Agência Sebrae de Notícias, 2024).

A Educação Empreendedora surge como uma intervenção estratégica para combater as causas diretas dessa mortalidade e fortalecer a inovação e o empreendedorismo, que são a base da competitividade. Ela é um conjunto de métodos para desenvolver a capacidade de ser empreendedor, seja na criação de um novo negócio, na inovação interna de uma empresa ou na resolução eficaz de problemas da vida. Estimula a criatividade, a visão de futuro e a identificação de chances, ensinando habilidades práticas em gestão, marketing e finanças (SEBRAE, 2023).

Dornelas (2005) destaca que o crescimento do número de empreendedores torna a capacitação uma prioridade estratégica. Nesse sentido, Dolabela e Fillion (2013) apontam a educação empreendedora como oportunidade para desenvolver o potencial da população, ao integrar teoria e prática por meio da elaboração de projetos reais. Essa formação contribui para o desenvolvimento de competências como resolução de problemas, trabalho em equipe, inovação e tomada de decisão, fortalecendo a competitividade econômica e social. Assim, a formação empreendedora relaciona-se diretamente ao ambiente em que os indivíduos estão inseridos, o que exige a compreensão do ecossistema empreendedor.

2.5 ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR: CONCEITOS E APLICAÇÕES

O ecossistema empreendedor refere-se à articulação de diferentes atores e instituições de uma região voltados ao estímulo à criação de empresas, envolvendo empreendedores, investidores, universidades e órgãos governamentais, e refletindo uma “nova visão econômica que envolve pessoas, redes e instituições” (Stam, 2015, p. 1764). Para Isenberg (2010), esse ecossistema é composto por elementos interdependentes que influenciam o desenvolvimento da atividade empreendedora. De modo complementar, Spigel (2017) destaca a interação entre fatores sociais, políticos, econômicos e culturais como base para o surgimento e crescimento de empreendimentos inovadores. Assim, o desempenho regional depende da integração sistêmica desses fatores, favorecendo a inovação e crescimento econômico.

Em João Pessoa, o ecossistema empreendedor apresenta-se em expansão, sustentado por uma rede articulada de instituições públicas, privadas e acadêmicas. Destaca-se o Farol Digital, iniciativa voltada à conexão entre empreendedores, empresas, instituições de ensino e poder público, com a participação de atores como SEBRAE-PB, Prefeitura Municipal, FAPESQ, Banco do Nordeste, SENAI, além da Universidade Federal da Paraíba (INOVA-UFPB) e do Instituto Federal da Paraíba (NEO, Polo de Inovação e Parque SINERGIA). (Farol Digital, [2026?]). Essa articulação favorece a criação e o fortalecimento de negócios inovadores, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico local

Esse ambiente favorável à inovação é reforçado pela atuação de instituições de ensino e pesquisa, que desempenham papel estratégico na consolidação do ecossistema local. Destaca-se a Universidade Federal da Paraíba (UFPB), por meio de sua Agência de Inovação (INOVA-UFPB), que atua na transferência de conhecimento e tecnologia, aproximando a pesquisa acadêmica das demandas do setor produtivo e da sociedade. De forma complementar, o Instituto Federal da Paraíba (IFPB) contribui significativamente para a formação técnica e para o estímulo ao empreendedorismo, por meio de iniciativas como o Núcleo de Empreendedorismo e Oportunidades (NEO) e o Polo de Inovação credenciado pela EMBRAPA, os quais promovem a pesquisa aplicada, a prototipagem e a conversão de projetos acadêmicos em soluções alinhadas às necessidades do mercado (Universidade Federal da Paraíba - UFPB, 2025; Instituto Federal da Paraíba - IFPB, [2026?]).

A Prefeitura de João Pessoa atua no fortalecimento do empreendedorismo por meio de programas de fomento e capacitação. Destaca-se o Programa Municipal de Apoio aos Pequenos Negócios (“Eu Posso”), coordenado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Trabalho (Sedest), que já injetou mais de R\$ 17 milhões na economia local por meio da concessão de microcrédito a empreendedores formais e informais, além de oferecer capacitações em gestão e marketing. Complementarmente, em parceria com o SEBRAE, a Prefeitura mantém a Sala do Empreendedor, que presta consultoria e orientação gratuita, contribuindo para a formalização e sustentabilidade dos pequenos negócios. No município, o serviço conta com duas unidades e figura entre os mais bem avaliados do país em número de atendimentos (Prefeitura de João Pessoa, 2025).

No âmbito da formação e do estímulo a públicos específicos, o município desenvolve ações voltadas ao empreendedorismo juvenil e à inovação. Destaca-se o programa Empreende Aí JP, que oferece capacitação gratuita a jovens nas áreas de empreendedorismo, inovação e planejamento, visando ao desenvolvimento de competências e à ampliação da inserção produtiva. De forma complementar, o Programa Espaços Inovativos, executado pela Secretaria de Ciência e Tecnologia, promove eventos, cursos, mentorias e divulgação de editais, além de facilitar a conexão entre empreendedores, investidores, instituições de pesquisa e o setor

produtivo. Essas iniciativas fortalecem a cultura empreendedora e o ecossistema de inovação local, evidenciando a atuação do poder público no desenvolvimento socioeconômico de João Pessoa (Prefeitura de João Pessoa, 2024; 2025).

Além das políticas municipais, o ecossistema empreendedor de João Pessoa é fortalecido pela atuação de agentes financeiros de desenvolvimento. Destaca-se o Hub de Inovação do Banco do Nordeste (Hubine), iniciativa voltada ao fomento do empreendedorismo inovador na Região Nordeste, que promove a articulação entre startups, universidades, centros de pesquisa e mercado. Por meio de programas de aceleração, mentorias, editais e redes colaborativas, o Hubine apoia o desenvolvimento de soluções tecnológicas e a capacitação empreendedora, contribuindo para o fortalecimento do ecossistema regional (Banco do Nordeste do Brasil, c2026).

Além das iniciativas municipais, o Governo do Estado da Paraíba atua por meio do Programa Empreender PB, política de crédito orientado destinada ao estímulo ao empreendedorismo em João Pessoa e nos demais 223 municípios do estado. O programa apoia a abertura, ampliação, modernização e reativação de negócios, com foco na geração de emprego e renda, atendendo microempreendedores, pequenos empresários, cooperativas e empreendimentos de base comunitária por meio de linhas de crédito produtivo e orientação técnica (Empreender PB, [2026?]). Dessa forma, contribui para o fortalecimento institucional do empreendedorismo estadual.

No âmbito estadual, destacam-se os programas Centelha e TECNOVA, executados pela Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba (FAPESQ) em parceria com outras instituições. As iniciativas visam estimular a criação de empreendimentos inovadores e o desenvolvimento de soluções tecnológicas com potencial de mercado, por meio de etapas que envolvem seleção, capacitação, mentoria e subvenção econômica. Ao oferecer suporte técnico e financeiro, os programas fortalecem a articulação entre universidades, centros de pesquisa e setor produtivo, contribuindo para a competitividade e consolidação do ecossistema de inovação paraibano (FAPESQ, [2026?]).

A chave para um ambiente de inovação mais forte e inclusivo na capital paraibana reside na integração contínua entre o poder público, as instituições educacionais, o setor financeiro e as empresas, transformando essa conexão mútua da hélice tríplice em inovação tecnológica, desenvolvimento social e prosperidade econômica para toda a região (Etzkowitz, 2009). Dessa forma, a articulação contínua entre esses atores consolida um ambiente propício à criação de novos negócios e ao fortalecimento do empreendedorismo em João Pessoa.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Este capítulo apresenta o percurso metodológico da pesquisa, incluindo sua classificação, abordagem, métodos de coleta e análise de dados, bem como a definição da população, da amostra e dos procedimentos adotados para o alcance dos objetivos propostos.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa classifica-se como aplicada, pois busca gerar conhecimentos voltados à solução de problemas específicos. Segundo Gil (2019), esse tipo de estudo contribui para o avanço científico ao ampliar o pensamento técnico em áreas determinadas. Quanto aos procedimentos, caracteriza-se como pesquisa de campo, uma vez que os dados foram coletados no ambiente real onde o fenômeno ocorreu, possibilitando uma compreensão mais aprofundada da realidade investigada (Van Maanen, 1995; Marconi; Lakatos, 2018).

O estudo foi complementado por pesquisa bibliográfica, fundamentada em livros, artigos científicos, relatórios e documentos institucionais. Conforme Macedo (1994), trata-se da etapa inicial de qualquer investigação científica, destinada à revisão da literatura existente. O levantamento foi realizado nas bases SciELO, Periódicos CAPES e Google Acadêmico, além de fontes oficiais, como sites da Prefeitura, do Governo do Estado, de instituições de ensino superior, do Sebrae, relatórios técnicos e portais de notícias relacionados ao empreendedorismo.

A abordagem é quantitativa, centrada na mensuração objetiva de variáveis por meio de indicadores numéricos, fornecendo suporte consistente à tomada de decisões (Marconi; Lakatos, 2018). Quanto aos objetivos, o estudo possui caráter descritivo, ao caracterizar a população e mapear percepções sem manipulação de

variáveis, por meio de instrumentos padronizados, como o questionário (Gil, 2019). O método de abordagem é indutivo, partindo da observação de dados particulares para formulações gerais (Marconi; Lakatos, 2003).

3.2 UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA

O universo da pesquisa é composto por estudantes do curso de Administração do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), campus João Pessoa, do 5º ao 8º período. Foram considerados 169 alunos regularmente matriculados do 5º ao 7º período. Para o 8º período, foram contabilizados 110 estudantes do grupo de TCC da instituição, visto que essa etapa não possui matrícula formal registrada. Assim, o universo total corresponde a 279 estudantes. A amostra final foi composta por 107 participantes, selecionados por amostragem probabilística.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada por meio da aplicação de um questionário estruturado composto por 36 questões, elaborado com base nos objetivos da pesquisa e no referencial teórico adotado. O instrumento foi organizado em seis blocos: (i) dados sociodemográficos, com 5 questões; (ii) fatores de motivação para o empreendedorismo em João Pessoa, com 13 questões; (iii) setores promissores e oportunidades de mercado em João Pessoa, com 5 questões; (iv) desafios e obstáculos percebidos para o empreendedorismo; com 5 questões; (v) papel das instituições de apoio e da formação acadêmica no incentivo ao empreendedorismo em João Pessoa, com 5 questões; e (vi) intenção empreendedora, com 3 questões.

O questionário incluiu perguntas de múltipla escolha e afirmações avaliativas. As afirmações foram mensuradas por meio de escala Likert de cinco pontos, variando de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), possibilitando a mensuração padronizada das percepções dos participantes. A aplicação ocorreu de forma online, com divulgação em grupos institucionais e acadêmicos do curso de Administração do IFPB, garantindo a participação voluntária dos estudantes.

3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS

Por fim, a análise dos dados baseou-se na estatística descritiva. Essa abordagem permite organizar, sintetizar e interpretar as informações coletadas, identificando tendências e padrões de resposta (Lopes, 2008; Silvestre, 2007). Os dados foram tabulados e apresentados por meio de gráficos e tabelas, sendo posteriormente interpretados à luz dos objetivos propostos e teoria aplicada.

4 INTERPRETAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Nesta seção são apresentados e analisados os resultados obtidos com a aplicação do questionário aos estudantes do curso de Administração do IFPB – Campus João Pessoa. Inicialmente, apresenta-se a caracterização do perfil dos respondentes. Em seguida, são discutidos os fatores de motivação para o empreendedorismo em João Pessoa, a percepção das oportunidades no contexto local, os principais desafios identificados, o papel das instituições de apoio e da formação acadêmica, além da intenção dos estudantes quanto à abertura de um negócio próprio.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

O perfil dos participantes foi analisado de acordo com as variáveis sociodemográficas, acadêmicas e profissionais. A pesquisa contou com 107 estudantes do curso de Administração do IFPB – Campus João Pessoa. As tabelas 1 e 2 apresentam a distribuição dos respondentes quanto à faixa etária, gênero, período do curso, situação profissional e renda familiar.

Tabela 1 – Faixa etária e gênero dos respondentes

Variável	Categoria	n	%
Faixa etária	Até 20 anos	2	1,9
	21 a 24 anos	54	50,5
	25 a 29 anos	28	26,2
	30 a 34 anos	14	13,1
	35 anos ou mais	9	8,4
Gênero	Feminino	66	61,7

Masculino	41	38,3
-----------	----	------

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

A tabela 1 apresenta a distribuição dos respondentes quanto à faixa etária e ao gênero. Observa-se predominância de estudantes entre 21 e 24 anos (50,5%), seguida da faixa entre 25 e 29 anos (26,2%), indicando perfil etário predominantemente jovem, característico da formação em nível superior e semelhante ao identificado por Silva et al. (2023), que observaram maioria entre 20 e 29 anos em estudo com estudantes de Administração.. Em relação ao gênero, verifica-se maior participação feminina (61,7%), enquanto os estudantes do sexo masculino representam 38,3% da amostra, resultado que também se aproxima do estudo de Silva et al. (2023), no qual houve predominância feminina entre os respondentes. O perfil etário também pode ser comparado ao de Raiol et al. (2021), que encontraram predominância de estudantes jovens na graduação em Administração, com maior concentração até 25 anos. No presente estudo, a maior frequência entre 21 e 24 anos (50,5%) reforça essa característica de amostra jovem, típica de estudantes em processo de formação universitária. Em relação ao gênero, enquanto o presente estudo e Silva et al. (2023) apresentaram predominância feminina, Raiol et al. (2021) observaram distribuição mais equilibrada entre homens e mulheres, indicando que essa variável pode variar conforme o contexto institucional e regional da pesquisa.

Na sequência, a tabela 2 apresenta a distribuição dos respondentes quanto ao período do curso, à situação profissional e à renda familiar mensal.

Tabela 2 – Caracterização acadêmica, profissional e renda familiar dos respondentes

Variável	Categoria	n	%
Período do curso	5º período	8	7,5
	6º período	13	12,1
	7º período	21	19,6
	8º período	65	60,7
Situação profissional	Trabalho formal	78	72,9
	Apenas estudo	16	15
	Negócio próprio	9	8,4
	Trabalho informal	4	3,7

Faixa de renda	Até 1 salário mínimo	4	3,7
	De 1 a 2 salários mínimos	53	49,5
	De 2 a 3 salários mínimos	23	21,5
	De 3 a 6 salários mínimos	23	21,5
	Mais de 6 salários mínimos	4	3,7

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

A tabela 2 apresenta a distribuição dos estudantes quanto ao período do curso, à situação profissional e à renda familiar. Observa-se predominância de respondentes no 8º período (60,7%), seguidos pelos estudantes do 7º (19,6%), 6º (12,1%) e 5º períodos (7,5%), indicando que a maior parte da amostra está nos períodos finais da graduação. A predominância de estudantes nos períodos finais (especialmente no 8º período) diferencia esta amostra da de Raiol et al. (2021), na qual houve maior concentração em períodos intermediários do curso, ainda que com participação de diversos semestres. Esse contraste é relevante, pois estudantes em fase final tendem a estar mais próximos da transição para o mercado de trabalho e podem perceber com mais clareza tanto as oportunidades quanto as barreiras para empreender.

Em relação à situação profissional, 72,9% exercem trabalho formal, enquanto 15% dedicam-se exclusivamente aos estudos. Além disso, 8,4% declararam possuir negócio próprio e 3,7% atuam em trabalho informal, revelando que parte da amostra já se encontra em estágio de prática empreendedora. Quanto à situação profissional, os dados do presente estudo mostram alta proporção de trabalho formal (72,9%), o que se diferencia dos achados de Raiol et al. (2021), que registraram presença expressiva de estagiários e uma parcela considerável de estudantes que não trabalhavam. Em Silva et al. (2023), também foi identificada presença relevante de estudantes sem atividade profissional, além de rendimentos concentrados em faixas mais baixas, cenário que os autores associam ao início da trajetória profissional. Assim, o perfil laboral observado no IFPB sugere maior inserção formal no mercado de trabalho, o que pode influenciar a forma como esses estudantes avaliam segurança, risco e viabilidade de abrir um negócio.

Quanto à renda familiar, 49,5% declararam renda entre 1 e 2 salários mínimos. As faixas entre 2 e 3 salários mínimos e entre 3 e 6 salários mínimos

correspondem a 21,5% cada. Já 3,7% informaram renda de até 1 salário mínimo e 3,7% renda superior a 6 salários mínimos. De modo geral, verifica-se predominância de estudantes provenientes de famílias com renda entre 1 e 3 salários mínimos, indicando perfil socioeconômico majoritariamente de renda média-baixa. Esse perfil de renda pode dialogar com Silva et al. (2023), que identificaram concentração de estudantes em faixas salariais mais baixas, compatível com um público jovem e em início de carreira. Embora as medidas não sejam idênticas (renda familiar vs. renda individual), ambos os resultados indicam contexto econômico que pode reforçar a relevância de motivações ligadas à segurança e geração de renda.

Essa caracterização contribui para a compreensão do contexto em que os respondentes estão inseridos e fornece subsídios para analisar, na seção seguinte, as motivações que influenciam sua disposição para empreender.

4.2 FATORES DE MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER EM JOÃO PESSOA

Nesta seção apresenta a análise das motivações dos estudantes relacionadas à abertura de um negócio em João Pessoa. As afirmativas foram avaliadas por meio de escala Likert de cinco pontos, variando de “discordo totalmente” a “concordo totalmente”, o que permitiu mensurar o grau de concordância em relação às diferentes dimensões motivacionais.

Para fins de análise, as motivações foram agrupadas em duas categorias: intrínsecas e extrínsecas, conforme a distinção apresentada na fundamentação teórica. As motivações intrínsecas estão associadas a fatores internos, como realização pessoal, autonomia e desenvolvimento de competências. Já as motivações extrínsecas relacionam-se a fatores externos, como condições econômicas, incentivos institucionais e influências do ambiente social. As tabelas 3 e 4 apresentam a síntese dos resultados organizados segundo essas categorias.

Tabela 3 – Motivações intrínsecas dos estudantes para empreender

Motivação Intrínseca	Discordância (%)	Neutro (%)	Concordância (%)
Aprimorar habilidades profissionais	1,9	16,8	81,3
Exercer criatividade	7,5	12,1	80,4
Ter maior liberdade no trabalho	6,5	15	78,5
Realização pessoal	4,6	18,7	76,6

Criar soluções para o mercado	10,3	31,8	57,9
-------------------------------	------	------	------

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Conforme apresentado na tabela 4, observa-se predominância de motivações intrínsecas relacionadas ao desenvolvimento pessoal e à autonomia. Os maiores percentuais de concordância concentram-se na motivação de empreender para aprimorar habilidades profissionais (81,3%), exercer criatividade (80,4%) e obter maior liberdade no trabalho (78,5%). A realização pessoal também apresentou índice expressivo de concordância (76,6%).

Os resultados dialogam com a concepção de motivação intrínseca discutida por Marras (2002), segundo a qual impulsos internos relacionados à satisfação pessoal, crescimento e realização influenciam o comportamento do indivíduo. De forma complementar, Robbins (2005) destaca que a motivação envolve intensidade, direção e persistência dos esforços em busca de uma meta. Nesse sentido, o empreendedorismo é percebido pelos estudantes como meio de concretização de objetivos pessoais e desenvolvimento profissional, evidenciando a relevância dos fatores internos na formação da intenção empreendedora.

Após a análise das motivações intrínsecas, a tabela 4 apresenta os resultados referentes às motivações extrínsecas, associadas a fatores econômicos, institucionais e sociais que podem influenciar a decisão de empreender.

Tabela 4 – Motivações extrínsecas dos estudantes para empreender

Motivação Extrínseca	Discordância (%)	Neutro (%)	Concordância (%)
Necessidade de renda ou emprego	5	5,6	89,7
Formação em Administração traz segurança	1,9	8,4	89,7
Segurança financeira	8,4	12,1	79,4
Aproveitar oportunidades em João Pessoa	7,4	17,8	74,8
Incentivos governamentais	7,4	24,3	68,2
Crescimento da cidade	12,1	41,1	46,7
Reconhecimento e status social	38,3	39,3	22,4
Influência de familiares ou amigos	54,2	28	17,8

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

No que se refere às motivações extrínsecas, apresentadas na tabela 4, destacam-se a necessidade de renda ou emprego (89,7%) e a percepção de que a

formação em Administração proporciona segurança para empreender (89,7%). A busca por maior segurança financeira também apresentou percentual elevado (79,4%). Esses resultados evidenciam a influência de fatores econômicos e estruturais na disposição para empreender, aproximando-se da distinção proposta pelo GEM (2024) entre empreendedorismo por necessidade e por oportunidade. A elevada concordância quanto à necessidade de renda indica que aspectos relacionados à estabilidade econômica e geração de recursos são fortemente considerados pelos estudantes. Sentir-se tecnicamente preparado tende a fortalecer a confiança na própria capacidade de empreender, ampliando a intenção. Essa percepção de segurança associada à formação pode ser contrastada com os achados de Silva et al. (2023), que identificaram baixa concordância dos estudantes quanto ao preparo efetivo proporcionado pelas disciplinas de empreendedorismo e quanto à existência de infraestrutura de apoio nas instituições. Enquanto no presente estudo a formação em Administração aparece como fator extrínseco fortemente associado à sensação de segurança para empreender, em Silva et al. (2023) o ambiente acadêmico foi percebido como menos estruturado para apoiar a prática empreendedora, sugerindo que a influência da formação pode variar conforme o contexto institucional e a experiência acadêmica vivenciada pelos estudantes.

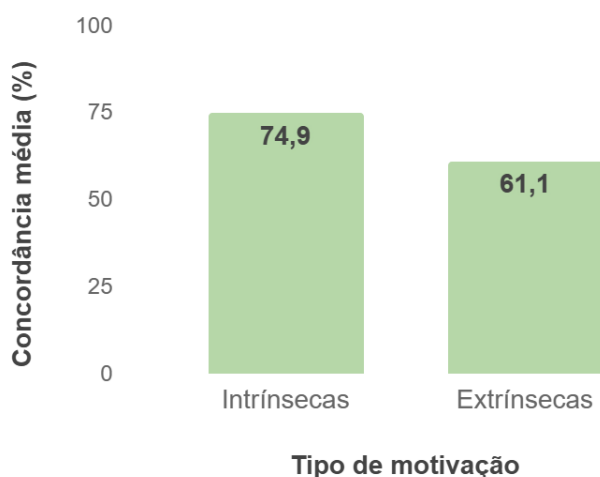
Em contrapartida, fatores como reconhecimento social (22,4%) e influência de familiares ou amigos (17,8%) apresentaram baixa concordância, indicando menor peso das pressões sociais externas na decisão empreendedora. A percepção de crescimento da cidade como fator motivador registrou concordância moderada (46,7%), acompanhada de elevado percentual de neutralidade, sugerindo avaliação cautelosa do contexto local.

A análise conjunta das tabelas 3 e 4 indica que a intenção empreendedora dos estudantes é influenciada por fatores internos e externos. Embora as motivações extrínsecas, especialmente a necessidade de renda e a segurança financeira, apresentem os maiores percentuais de concordância, as motivações intrínsecas relacionadas ao desenvolvimento de competências, criatividade e autonomia também se destacam. Esse resultado mostra que o empreendedorismo é percebido tanto como alternativa de estabilidade econômica quanto como

oportunidade de realização pessoal. De modo geral, os dados sugerem que essa intenção resulta da combinação entre fatores individuais e contextuais. Os resultados também dialogam com Raiol et al. (2021), que observaram relação entre intenção empreendedora e fatores como atitudes em relação ao empreendedorismo e controle comportamental percebido. Nesse sentido, tanto a percepção de segurança e necessidade de renda quanto as motivações de autonomia, criatividade e desenvolvimento podem contribuir para fortalecer a disposição empreendedora, ainda que sua transformação em ação dependa da confiança prática e das condições percebidas de viabilidade.

Com o objetivo de sintetizar esses resultados, elaborou-se um gráfico comparativo com a média dos percentuais de concordância das motivações intrínsecas e extrínsecas, permitindo visualizar o peso relativo de cada dimensão na decisão de empreender.

Gráfico 1 – Comparativo geral das motivações intrínsecas e extrínsecas dos estudantes para empreender



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Conforme evidenciado no gráfico 1, as motivações intrínsecas apresentam média geral de concordância superior às extrínsecas. Embora fatores econômicos como necessidade de renda e segurança financeira sejam fortemente reconhecidos, as motivações relacionadas à autonomia, criatividade e desenvolvimento de competências demonstram maior consistência entre os respondentes. Esse resultado indica que a intenção empreendedora não se fundamenta apenas em

fatores econômicos, mas também em aspectos ligados ao crescimento pessoal. Tal achado dialoga com a distinção entre motivações intrínsecas e extrínsecas apresentada por Marras (2002). De modo geral, percebe-se que a decisão de empreender é orientada simultaneamente por realização individual e estabilidade financeira.

A partir desse panorama, torna-se relevante analisar como os estudantes percebem as oportunidades de mercado em João Pessoa, considerando que a identificação de cenários favoráveis também influencia a decisão de empreender.

4.3 OPORTUNIDADES E SETORES PROMISSORES EM JOÃO PESSOA

Após a análise das motivações, torna-se relevante compreender como os estudantes percebem o ambiente de mercado local, especialmente quanto às oportunidades existentes em João Pessoa. A identificação de oportunidades é elemento central do processo empreendedor, pois envolve a capacidade de reconhecer demandas e lacunas no mercado (Baron; Shane, 2007; Ardichvili; Cardozo; Ray, 2003).

Este bloco investigou os setores considerados mais promissores, bem como a percepção dos estudantes sobre identificação de oportunidades, realização de pesquisa de mercado e existência de espaço para negócios inovadores na capital paraibana.

Para identificar as áreas vistas como mais promissoras, solicitou-se que os estudantes selecionassem até três alternativas. Por se tratar de questão de múltipla escolha, o total de marcações pode superar o número de respondentes. A tabela 5 apresenta a frequência de marcações por área.

Tabela 5 – Setores com maior potencial de empreender percebidos pelos estudantes

Área	Frequência
Turismo e Hospitalidade	70
Construção Civil e Mercado Imobiliário	64
Gastronomia e Alimentação	64
Tecnologia e Inovação	30

Comércio e Varejo	27
Saúde e Bem-estar	16
Logística e Transporte	16
Serviços para a Terceira Idade	9
Serviços Pessoais e Profissionais	7
Economia Criativa e Cultura	7
Energia Renovável e Sustentabilidade	5
Educação e Capacitação Profissional	3

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados indicam que os setores considerados mais promissores pelos estudantes são Turismo e Hospitalidade (70 marcações), Construção Civil e Mercado Imobiliário (64) e Gastronomia e Alimentação (64). Essa escolha sugere que os estudantes associam oportunidade à dinâmica econômica local, especialmente ao turismo e ao crescimento urbano da capital. Esse resultado dialoga com a fundamentação teórica, que aponta a relevância do setor de serviços e de atividades ligadas ao turismo no contexto local. Além disso, a concentração das escolhas em segmentos já consolidados indica que os estudantes tendem a relacionar oportunidades à identificação de demandas existentes (Ardichvili; Cardozo; Ray, 2003).

Além da indicação dos setores promissores, analisou-se também como os estudantes percebem a natureza das oportunidades no contexto local. A tabela 6 apresenta a distribuição das respostas quanto aos tipos de oportunidades identificadas.

Tabela 6 – Tipos de oportunidades percebidas pelos estudantes

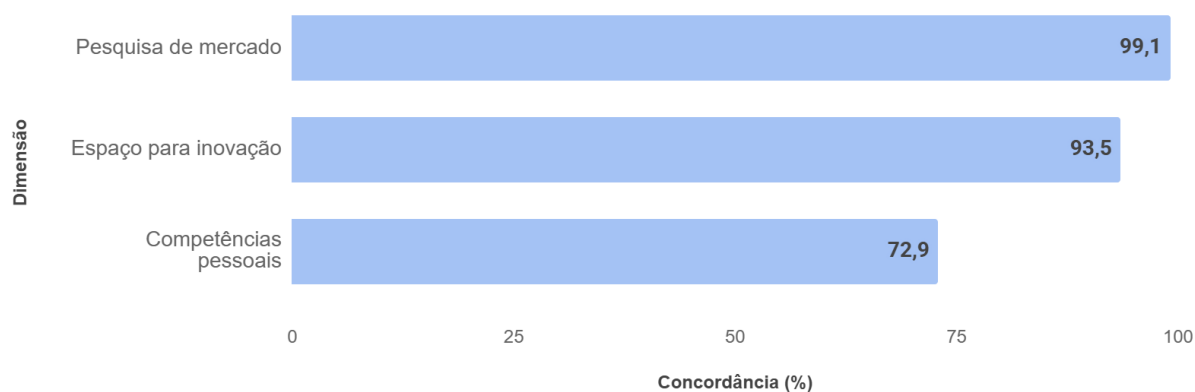
Oportunidade percebida	n	%
Necessidades não atendidas	50	46,7
Tendência emergente	25	23,4
Lacunas na concorrência	21	19,6
Problemas sociais específicos	9	8,4
Nenhuma	1	0,9
Outra	1	0,9

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Observa-se que a principal oportunidade percebida pelos estudantes refere-se a necessidades não atendidas dos consumidores (46,7%), seguida por tendências emergentes (23,4%) e lacunas na concorrência (19,6%). Esse resultado corrobora a perspectiva de que a oportunidade empreendedora está relacionada à identificação de demandas e falhas de mercado (Davidsson, 2004), indicando que os estudantes associam o empreendedorismo à solução de problemas concretos.

Além da identificação dos setores e tipos de oportunidades, analisaram-se dimensões complementares ligadas ao reconhecimento e à exploração dessas oportunidades. Para sintetizar os resultados, elaborou-se um gráfico comparativo com o percentual de concordância das afirmativas sobre a importância da pesquisa de mercado, a autopercepção de competências e a existência de espaço para negócios inovadores em João Pessoa. O gráfico 2 permite visualizar, de forma integrada, como os estudantes avaliam o planejamento, sua própria capacidade e o ambiente local.

Gráfico 2 – Dimensões da percepção dos estudantes sobre oportunidades empreendedoras



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Conforme evidenciado, observa-se elevado nível de concordância quanto à importância da pesquisa de mercado para que possa identificar oportunidades de empreender (99,1%) e à percepção de espaço para negócios inovadores em João Pessoa (93,5%). Esses resultados indicam que os estudantes reconhecem amplamente a relevância do planejamento e acreditam na existência de um ambiente local favorável à inovação. Essa percepção está alinhada à literatura que destaca a análise de mercado como etapa fundamental do processo empreendedor (Dornelas, 2015; Davidsson, 2004) e a inovação como elemento relevante para a

competitividade (Drucker, 1987; Bessant; Tidd, 2009). Esse resultado pode estar relacionado à formação acadêmica em Administração, que contribui para a compreensão da importância do planejamento e da inovação no contexto empresarial.

Já a autopercepção de competências para identificar oportunidades apresentou concordância inferior (72,9%), porém ainda expressiva. Esse resultado é semelhante ao de Raiol et al. (2021), que identificaram maior concordância dos estudantes com aspectos relacionados à intenção e à atratividade do empreendedorismo do que com o domínio prático para criar empresas. No estudo, os indicadores de controle do comportamento percebido apresentaram concordância mais moderada, indicando certa cautela quanto às competências necessárias. Da mesma forma, embora o presente estudo aponte elevada valorização da pesquisa de mercado e da inovação, os 72,9% de concordância quanto às competências revelam percepção positiva, mas ainda sinalizam a necessidade de fortalecer o preparo prático na formação acadêmica.

De modo geral, os dados indicam percepção positiva do ambiente e valorização do planejamento, evidenciando que os estudantes, em sua maioria, reconhecem tanto a existência de oportunidades no contexto local quanto suas próprias competências para explorá-las.

Apesar da percepção favorável quanto às oportunidades, a decisão de empreender também envolve o enfrentamento de barreiras. Assim, torna-se necessário analisar os desafios e obstáculos percebidos pelos estudantes no contexto brasileiro e local.

4.4 DESAFIOS E OBSTÁCULOS PARA O EMPREENDEDORISMO

Conforme discutido na fundamentação teórica, o ambiente brasileiro é marcado por desafios relacionados à burocracia, à complexidade tributária, à legislação e ao acesso a crédito, fatores que podem influenciar diretamente a decisão de iniciar e manter um negócio. Nesse contexto, este bloco buscou investigar a percepção dos estudantes acerca dos principais obstáculos ao empreendedorismo, considerando aspectos como burocracia para abertura de

empresas, carga tributária, insegurança quanto à legislação, dificuldades de acesso a financiamento e autopercepção de preparo prático para lidar com os desafios iniciais de um novo empreendimento. A análise dos resultados permite compreender como esses fatores são avaliados pelos futuros administradores e em que medida podem impactar sua intenção empreendedora.

Com o objetivo de mensurar a percepção dos estudantes quanto aos principais obstáculos ao empreendedorismo, foram apresentadas afirmativas avaliadas por meio de escala Likert de cinco pontos. Para fins de organização e análise, as respostas foram agrupadas em três categorias: discordância (discordo totalmente + discordo), neutralidade (nem discordo, nem concordo) e concordância (concordo + concordo totalmente). A tabela 7 apresenta a síntese dos resultados.

Tabela 7 – Desafios e obstáculos para empreender percebidos pelos estudantes

Desafio	Discordância (%)	Neutro (%)	Concordância (%)
Alta carga tributária	2,8	4,7	92,5
Complexidade da legislação	2,8	10,3	86,9
Burocracia lenta e excessiva	4,7	26,2	69,2
Insegurança quanto à experiência prática	14	18,7	67,3
Dificuldade de acesso a crédito	17,7	27,1	55,2

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados indicam elevada percepção de entraves estruturais ao empreendedorismo. A alta carga tributária apresentou o maior índice de concordância (92,5%), seguida pela complexidade da legislação (86,9%) e pela burocracia no processo de abertura e registro de empresas (69,2%). Esses dados reforçam a percepção de barreiras institucionais no contexto brasileiro e estão alinhadas aos apontamentos de Appy e Rezende (2017), que destacam a complexidade do sistema tributário como obstáculo à competitividade.

A dificuldade de acesso a crédito apresentou concordância de 55,2%, com 27,1% de neutralidade, indicando percepção moderada de barreira financeira. Já a insegurança quanto à experiência prática registrou 67,3% de concordância, sugerindo que parte dos estudantes reconhece limitações relacionadas à vivência operacional necessária para conduzir um negócio. Semelhantemente, Silva et al.

(2023) identificaram baixa concordância quanto ao preparo proporcionado pelas disciplinas e à infraestrutura institucional para o empreendedorismo, o que pode reduzir a confiança dos estudantes nas etapas iniciais do negócio. De forma semelhante, Raiol et al. (2021) apontam que indicadores relacionados à capacidade prática de empreender apresentam concordâncias mais moderadas, indicando que as barreiras percebidas envolvem não apenas fatores externos, mas também o domínio prático e a preparação para empreender.

De modo geral, observa-se maior peso atribuído aos obstáculos estruturais, especialmente tributários e legais, em comparação às barreiras financeiras. Além disso, a insegurança prática pode dificultar a transformação da intenção em ação empreendedora. Diante da combinação entre motivações elevadas, percepção de oportunidades e reconhecimento de barreiras, torna-se pertinente analisar o papel das instituições de apoio e da formação acadêmica no fortalecimento do ecossistema empreendedor local.

4.5 ECOSSISTEMA E FORMAÇÃO ACADÊMICA COMO SUPORTE

Este bloco investigou o nível de conhecimento dos estudantes sobre as instituições de apoio em João Pessoa, sua intenção de buscar capacitação, a contribuição das instituições de ensino para a inovação e a percepção quanto à integração entre governo, universidades e empresas no município. Esses aspectos permitem compreender como os respondentes avaliam o funcionamento do ecossistema local e sua influência na consolidação da intenção empreendedora.

As questões foram mensuradas por meio de escala Likert de cinco pontos. Para facilitar a interpretação, as respostas foram consolidadas em três grupos: discordância, neutralidade e concordância. A tabela 8 apresenta os resultados.

Tabela 8 – Papel das instituições e da formação acadêmica no apoio ao empreendedorismo

Afirmativa	Discordância (%)	Neutro (%)	Concordância (%)
Conheço instituições de apoio	3,7	6,5	89,7
Formação acadêmica desenvolve competências	0,9	10,3	88,8
Proximidade com universidades amplia inovação	0,9	16,8	82,2

Integração Governo–IES–Empresas é efetiva	7,5	18,7	73,9
Pretendo buscar capacitação	18,7	17,8	63,6

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Observa-se elevado percentual de concordância quanto ao conhecimento das instituições de apoio ao empreendedorismo (89,7%), indicando que os estudantes demonstram familiaridade com o ecossistema local, incluindo entidades como Sebrae, Empreender PB e Sala do Empreendedor. Esse resultado está alinhado à concepção de ecossistema empreendedor apresentada por Isenberg (2010) e Stam (2015), que destacam a articulação entre diferentes atores institucionais no estímulo à criação de novos negócios.

A intenção de buscar capacitação apresentou concordância de 63,6%, percentual inferior ao registrado para o conhecimento das instituições. Esse dado sugere que saber que existem instituições de apoio não significa que os estudantes vão procurar capacitação de imediato. No ecossistema empreendedor, a estrutura precisa estar conectada e funcionando na prática, com interação entre os atores e acesso facilitado (Isenberg, 2010; Spiegel, 2017). Assim, mesmo conhecendo as instituições em João Pessoa, parte dos estudantes pode ainda não dar esse próximo passo.

Quanto à contribuição das instituições de ensino, 82,2% concordam que a proximidade com universidades amplia as possibilidades de inovação, e 88,8% reconhecem que a formação acadêmica desenvolve competências empreendedoras. Ao comparar com Silva et al. (2023), observa-se contraste relevante: naquele estudo, os estudantes apresentaram baixa concordância quanto à existência de infraestrutura institucional e quanto ao preparo oferecido pelas disciplinas de empreendedorismo, sugerindo um ambiente acadêmico percebido como menos favorável à prática empreendedora. No presente estudo, por outro lado, os altos percentuais de concordância quanto ao desenvolvimento de competências pela formação (88,8%) e ao papel das universidades na inovação (82,2%) indicam avaliação mais positiva da contribuição acadêmica, o que pode refletir diferenças de estrutura, iniciativas locais e experiências formativas entre as instituições analisadas.

A integração entre Governo, Instituições de Ensino Superior e Empresas apresentou 73,9% de concordância, embora com 18,7% de neutralidade, o que pode indicar percepção moderada quanto à efetividade dessa articulação no município. Esse resultado também dialoga com a perspectiva da hélice tríplice proposta por Etzkowitz (2009), que destaca a interação entre universidade, governo e setor produtivo como elemento central para a consolidação de ambientes inovadores.

De modo geral, o ecossistema local é percebido como estruturado, ainda que parte dos respondentes demonstre percepção cautelosa quanto à plena efetividade dessa integração.

Diante desse cenário, torna-se pertinente analisar como essas percepções se refletem na intenção concreta dos estudantes de abrir um negócio próprio.

4.6 INTENÇÃO DE EMPREENDER EM ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO

Após a análise das motivações, das oportunidades percebidas, dos desafios estruturais e do papel das instituições de apoio, examina-se a intenção empreendedora dos estudantes do curso de Administração do IFPB – Campus João Pessoa. Este bloco apresenta a disposição para abrir um negócio próprio em João Pessoa, o setor de interesse e o horizonte temporal projetado para essa decisão.

Para mensurar essa intenção, investigou-se se os estudantes pretendem abrir um negócio próprio no município, bem como o setor pretendido e o prazo estimado para concretização dessa decisão. A tabela 9 apresenta a distribuição das respostas.

Tabela 9 – Intenção de empreender e projeções futuras

Pretende abrir negócio em João Pessoa?		
Resposta	n	%
Sim	32	29,9
Não	22	20,6
Ainda não sei	53	49,5

Setor pretendido		
Setor	n	%
Serviços	51	47,7
Comércio	34	31,8
Ainda não defini	15	14
Não penso nisso	4	3,7
Outros	3	2,8
Indústria	0	0
Horizonte temporal		
Tempo	n	%
Até 1 ano	15	14
1 a 2 anos	19	17,8
2 a 3 anos	25	22,8
Ainda não tenho previsão	26	23,8
Não pretendo abrir	22	20,8

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados indicam que 29,9% dos estudantes pretendem abrir um negócio próprio em João Pessoa, enquanto 49,5% demonstram indecisão. Apenas 20,6% afirmam não ter intenção de empreender. Observa-se, portanto, a existência de predisposição empreendedora em parte da amostra, embora predomine um cenário de incerteza quanto à decisão efetiva. Comparando com Raiol et al. (2021), observa-se que existe vontade de empreender, mas junto com certa cautela. No presente estudo, o fato de 49,5% estarem indecisos pode mostrar exatamente isso: há interesse, mas ainda existem dúvidas, inseguranças e preocupações que influenciam a decisão de empreender.

A indecisão pode estar relacionada às barreiras identificadas nas seções anteriores, como carga tributária, complexidade da legislação e insegurança quanto à experiência prática. Esses fatores podem influenciar a confiança dos estudantes em sua capacidade de empreender, aspecto relacionado ao controle comportamental percebido proposto por Ajzen (1991). Os achados diferem de Silva et al. (2023), em que os estudantes relataram fragilidades no suporte institucional e baixo preparo percebido para empreender. No IFPB, por outro lado, a formação acadêmica é vista como desenvolvedora de competências (88,8%), indicando um

ambiente mais favorável. Mesmo assim, o alto percentual de indecisos sugere que, além da formação, aspectos como barreiras estruturais e confiança prática podem influenciar a decisão de empreender.

Entre os estudantes que consideram empreender, há predominância do setor de serviços (47,7%), seguido pelo comércio (31,8%), não havendo menção à indústria. A escolha desses segmentos sugere maior identificação com atividades tradicionalmente associadas ao empreendedorismo urbano e à dinâmica econômica local. A ausência de menção à indústria pode refletir percepção de maior necessidade de investimento inicial, especialmente considerando o perfil acadêmico e socioeconômico da amostra.

Quanto ao horizonte temporal, 22,8% indicaram intenção de empreender entre dois e três anos, 17,8% entre um e dois anos e 14% em até um ano. Entretanto, 23,8% afirmaram não ter previsão definida. O Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2024) considera a intenção de empreender em um horizonte de até três anos como indicador de potencial empreendedor. Nesse sentido, parte dos estudantes pode ser compreendida como empreendedora potencial. Ainda assim, o percentual elevado de indefinição indica que essa intenção ainda se encontra em processo de consolidação.

De modo geral, a intenção empreendedora entre os estudantes apresenta-se como potencial em desenvolvimento. Esse resultado reforça a relevância da autoeficácia na consolidação da intenção empreendedora, conforme evidenciado por Raiol et al. (2021), ao demonstrarem que a crença na própria capacidade é determinante para a decisão de empreender. Embora haja motivações consistentes e percepção favorável das oportunidades locais, barreiras estruturais e insegurança prática ainda influenciam a decisão de empreender. Ressalta-se que 8,4% dos respondentes já possuem negócio próprio em funcionamento, indicando que parte da amostra ultrapassou o campo da intenção e se encontra em estágio de ação. Esses resultados subsidiam as reflexões apresentadas nas considerações finais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar as motivações, oportunidades e desafios que influenciam a intenção empreendedora dos estudantes do curso de Administração do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), Campus João Pessoa, considerando o contexto econômico e institucional da capital paraibana.

A partir da análise dos dados, verificou-se que a intenção empreendedora encontra-se presente, porém em estágio de consolidação. Embora parte dos respondentes manifeste intenção de abrir um negócio nos próximos três anos, parcela significativa ainda demonstra indecisão quanto à concretização dessa decisão. Esse resultado é importante já que a intenção antecede o comportamento empreendedor, mas sua transformação em ação depende da percepção de viabilidade e do contexto institucional (Ajzen, 1991; Shapero; Sokol, 1982).

No que se refere às motivações, observou-se a coexistência de fatores intrínsecos e extrínsecos. Aspectos relacionados ao desenvolvimento de competências, autonomia, criatividade e realização pessoal apresentaram elevada concordância. Paralelamente, a necessidade de renda e a busca por segurança financeira também demonstraram forte influência, aproximando-se da distinção entre empreendedorismo por necessidade e por oportunidade discutida pelo GEM (2024). Assim, a motivação empreendedora resulta da combinação de fatores pessoais e econômicos.

Quanto às oportunidades, os estudantes identificaram setores alinhados à vocação econômica local, especialmente turismo, construção civil e gastronomia. A valorização da pesquisa de mercado e da inovação indica compreensão da importância do planejamento.

A pesquisa também revelou elevada percepção de barreiras estruturais, sobretudo carga tributária, complexidade da legislação e burocracia, fatores que podem impactar o controle comportamental percebido e a disposição para empreender. Além disso, a insegurança quanto à experiência prática evidencia a necessidade de fortalecer vivências aplicadas na formação acadêmica.

Em relação ao ecossistema empreendedor, verificou-se reconhecimento das instituições de apoio e da contribuição da formação acadêmica para o desenvolvimento de competências. Contudo, a intenção de buscar capacitação foi

inferior ao nível de conhecimento dessas instituições, indicando que a existência de suporte não garante mobilização efetiva.

O estudo contribui ao oferecer diagnóstico da intenção empreendedora no contexto investigado, evidenciando como motivações, oportunidades e desafios influenciam a decisão de empreender. Os achados reforçam a importância da educação empreendedora e podem subsidiar o aprimoramento de políticas públicas e programas institucionais voltados ao empreendedorismo jovem.

Como sugestões, recomenda-se que o IFPB amplie iniciativas práticas, como incubadoras acadêmicas, mentorias e maior integração com programas de crédito e inovação no âmbito do curso de administração. No âmbito institucional, sugere-se fortalecer ações de divulgação e aproximação entre estudantes e mecanismos de apoio.

Quanto às limitações, destaca-se que a pesquisa foi realizada em um único curso e instituição, o que restringe a generalização dos resultados. Além disso, o instrumento de autorrelato pode refletir percepções momentâneas.

Para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar a amostra para outras instituições e realizar estudos longitudinais que acompanhem a evolução da intenção empreendedora ao longo do tempo.

Os resultados obtidos permitem afirmar que tanto o objetivo do estudo quanto à problemática apresentada foram atendidos, ao possibilitar a compreensão dos fatores que motivam os estudantes a empreender e ainda a sua intenção empreendedora.

Em síntese, os estudantes apresentam potencial empreendedor relevante, influenciado por motivações pessoais, percepção de oportunidades e reconhecimento de obstáculos estruturais. A consolidação desse potencial depende do fortalecimento da formação prática e das condições institucionais que impactam o ambiente empreendedor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS – SP. **Estudo aponta que falta de capacitação é a principal ameaça aos novos negócios**. Agência Sebrae de Notícias, São Paulo, 26 set. 2024. Disponível em: <https://sp.agenciasebrae.com.br/cultura-empREENDEDORA/estudo-aponta-que-falta-de-capacitacao-e-a-principal-ameaca-aos-novos-negocios/> . Acesso em: 04 jan. 2026.
- AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Primeiro trimestre do ano registra a abertura de mais de 1,4 milhão de pequenos negócios**. Agência Sebrae, 10 abr. 2025. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/primeiro-trimestre-do-ano-registra-a-abertura-de-mais-de-14-milhao-de-pequenos-negocios/>. Acesso em: 27 nov. 2025.
- AJZEN, I. **The theory of planned behavior**. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 50, p. 179–211, 1991.
- APPY, B.; REZENDE, G. M. **Tributação e concorrência: sistema tributário pode favorecer empresas ou formas de organização produtiva menos eficientes**. O Estado de São Paulo – Economia & Negócios, jun. 2017. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,tributacao--e-concorrencia,70001837903>. Acesso em: 05 dez. 2025.
- ARDICHVILI, A.; CARDOZO, R.; RAY, S. **A theory of entrepreneurial opportunity identification and development**. *Journal of Business Venturing*, v. 18, p. 105-123, 2003.
- BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S. A. **Hub de Inovação**. Banco do Nordeste, c2026. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/hub-de-inovacao>. Acesso em: 08 jan. 2026.
- BANDEIRA, P. V. R.; SILVA, T. S. **Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade**. Id on Line Revista de Psicologia, v. 17, n. 66, p. 190-208, 2023. DOI: 10.14295/idonline.v17i66.3771. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3771/5790>. Acesso em: 02 mar. 2026.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. *Educação Brasileira*, v. 20, n. 41, p. 189-197, 1998.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CAVALCANTI, T.; MAGALHÃES, A.; TAVARES, J. **Institutions and economic development in Brazil**. *Quarterly Review of Economics and Finance*, v. 48, n. 3, p. 412-432, 2008.

CHAGAS, F. C. D. **O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro**. In: INSTITUTO EUVALDO LODI. *Empreendedorismo: ciência, técnica e arte*. Brasília: IEL, 2000.

CNN BRASIL. **Maioria dos empreendedores teme cenário econômico em 2025, diz pesquisa**. CNN Brasil, 06 mar. 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/maioria-dos-empreendedores-teme-cenario-economico-em-2025-diz-pesquisa/>. Acesso em: 27 nov. 2025.

COELHO, F. U. **Manual de direito comercial: direito de empresa**. 34. ed. São Paulo: Saraiva, 2023.

COUTO, C. L. P.; MARIANO, S. R. H.; MAYER, V. F. **Medição da intenção empreendedora no contexto brasileiro: desafios da aplicação de um modelo internacional**. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34., 2010, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: Anpad, 2010.

DAVIDSSON, P. **Researching entrepreneurship**. New York: Springer, 2004.

DJANKOV, S. *et al.* **The effect of corporate taxes on investment and entrepreneurship**. *American Economic Journal: Macroeconomics*, v. 2, n. 3, p. 31-64, 2010.

DOLABELA, F. **A corda e o vento**. *Revista HSM Management*, São Paulo, n. 80, p. 128-132, 2010.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. **Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora**. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 3, n. 2, 2013.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

EMPREENDER PB. **O programa Empreender PB**. Empreender PB, [2026?]. Disponível em:
<https://www.empreenderpb.pb.gov.br/institucional/o-programa-empreender-pb>. Acesso em: 08 fev. 2026.

ETZKOWITZ, H. **Hélice tríplice: universidade–indústria–governo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

FAPESQ – FUNDAÇÃO DE APOIO À PESQUISA DO ESTADO DA PARAÍBA. Centelha. FAPESQ, [2026?]. Disponível em:
<https://fapesq.rpp.br/programas/centelha/>. Acesso em: 08 fev. 2026.

FAPESQ – FUNDAÇÃO DE APOIO À PESQUISA DO ESTADO DA PARAÍBA. **TecNova**. FAPESQ, [2026?]. Disponível em:
<https://fapesq.rpp.br/programas/tecnova/>. Acesso em: 08 fev. 2026.

FAROL DIGITAL. **Quem somos**. Farol Digital, [2026?]. Disponível em:
<https://faroldigital.org.br/quem-somos/>. Acesso em: 08 fev. 2026.

FILION, L. J. **Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios**. Revista de Administração de Empresas, v. 39, n. 4, p. 6-20, 1999.

FRESE, M.; GIELNIK, M. M. **The psychology of entrepreneurship**. *Annual Review*

of Organizational Psychology and Organizational Behavior, v. 1, p. 413-438, 2014.

G1 PARAÍBA. **João Pessoa concentra mais de 35% dos pequenos negócios ativos na Paraíba.** G1 Paraíba, 07 jun. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2023/06/07/joao-pessoa-concentra-mais-de-35percent-dos-pequenos-negocios-ativos-na-paraiba.ghtml>. Acesso em: 08 fev. 2026.

G1 PARAÍBA. **População em João Pessoa (PB) é de 833.932 pessoas, aponta o Censo do IBGE.** G1 Paraíba, 28 jun. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2023/06/28/populacao-em-joao-pessoa-pb-e-de-833932-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml>. Acesso em: 27 nov. 2025.

GARELLI, S. **30 years of competitiveness research.** Lausanne: Institute for Management Development, 2018.

GERMANO, E. Radar Sebrae revela negócios mais buscados na Paraíba em 2024. Agência Sebrae de Notícias, Paraíba, 17 jan. 2025. Disponível em: <https://pb.agenciasebrae.com.br/cultura-empREENDEDORA/radar-sebrae-revela-negocios-mais-buscados-na-paraiba-em-2024/>. Acesso em: 19 fev. 2026.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2024** – Relatório Executivo. São Paulo, 2024. Disponível em: https://api.pr.sebrae.com.br/storage/comunidade/anexos/28500/PUB_GEM%20-%20Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Global%20Entrepreneurship%20Monitor%202024.pdf. Acesso em: 21 nov. 2025.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GONZÁLEZ-JIMÉNEZ, B.; LÓPEZ-CABRALES, A.; MORENO-MENÉNDEZ, I. **Entrepreneurial intention and the influence of social capital: a comparative study of Spanish and Mexican students.** *Journal of Small Business and Enterprise Development*, v. 27, n. 1, p. 34-44, 2020.

INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA – IFPB. **Projeto Pedagógico do Curso Superior de Bacharelado em Administração** – PPC. João Pessoa, IFPB, 2024. Disponível em: https://estudante.ifpb.edu.br/media/cursos/40/documentos/PPC_2026.1.pdf. Acesso em: 13 fev. 2026.

INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA – IFPB. Núcleo de Empreendedorismo e Inovação (NEO): **apresentação.** IFPB, c2026. Disponível em: <https://www.ifpb.edu.br/neo/institucional/apresentacao>. Acesso em: 08 fev. 2026.

INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA – IFPB. **Polo de Inovação: apresentação.** IFPB, [2026?]. Disponível em: <https://www.ifpb.edu.br/polodeinovacao/institucional/apresentacao>. Acesso em: 08 fev. 2026.

ISENBERG, D. J. **How to start an entrepreneurial revolution.** *Harvard Business Review*, v. 88, n. 6, p. 40-50, 2010.

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DA PARAÍBA – JUCEP. **Paraíba registra 5.405 novas empresas em setembro e alcança marca histórica no tempo de abertura de negócios.** Jucep, 09 out. 2025. Disponível em: <https://jucep.pb.gov.br/noticias-1/paraiba-registra-5-405-novas-empresas-em-setembro-e-alcanca-marca-historica-no-tempo-de-abertura-de-negocios/>. Acesso em: 17 nov. 2025.

LEITE, A.; OLIVEIRA, F. **Empreendedorismo e novas tendências.** *Estudo EDIT VALUE Empresa Júnior*, Braga, n. 5, p. 1-35, 2007.

LIMA, V. P. **Nichos promissores para empresas na cidade de João Pessoa.** Apresto, 06 nov. 2024. Disponível em: <https://apresto.com.br/nichos-promissores-para-empresas-na-cidade-de-joao-pessoa/>. Acesso em: 03 jan. 2026.

LOIOLA, E. *et al.* **Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores.** *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, Brasília, v. 16, n. 1, p. 22-35, 2016. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572016000100003&lng=pt&nrm=iso. acessos em 03 mar. 2026.

LOPES, C. E. **O ensino da estatística e da probabilidade na educação básica e a formação dos professores.** *Cadernos Cedes*, v. 28, n. 74, p. 57-73, 2008.

LYRIO, M. V. L. **Apostila Gestão: empreendedorismo.** Instituto de Ensino Superior da Grande Florianópolis- IES, 2008. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/Mah1986mah/gesto-de-empreendedorsmo-sebrae>. Acesso em: 05 dez. 2025.

MACEDO, N. D. **Iniciação à pesquisa bibliográfica: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa.** São Paulo: Edições Loyola, 1994.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed.

São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: projetos de pesquisa, pesquisa bibliográfica, teses de doutorado, dissertações de mestrado e trabalhos de conclusão de curso**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MARRAS, J. P. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 5. ed. São Paulo: Futura, 2002.

MMADU, B. A.; EGBULE, S. **Intention for entrepreneurship among students of Delta State University Abraka Nigeria: an empirical investigation**. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, v. 22, n. 2, p. 196-217, jun. 2014.

PAÇO, A. *et al.* **Entrepreneurial intentions: is education enough?** *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 11, p. 57-75, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/258165803_Entrepreneurial_intentions_is_education_enough. Acesso em 03 mar. 2026.

PREFEITURA DE JOÃO PESSOA. **Programa Espaços Inovativos**. João Pessoa, 10 abr. 2024. Disponível em: <https://www.joaopessoa.pb.gov.br/servico/programa-espacos-inovativos/>. Acesso em: 07 jan. 2026.

PREFEITURA DE JOÃO PESSOA. **Programa Municipal de Apoio aos Pequenos Negócios injeta R\$ 17 milhões na economia local**. Prefeitura de João Pessoa, 03 maio 2025. Disponível em: <https://www.joaopessoa.pb.gov.br/noticias/programa-municipal-de-apoio-aos-pequenos-negocios-injeta-r-17-milhoes-na-economia-local/>. Acesso em: 08 jan. 2026.

PREFEITURA DE JOÃO PESSOA. **Parceria entre Prefeitura e Sebrae impulsiona empreendedores a realizar sonho do próprio negócio**. Prefeitura de João Pessoa, 03 mar. 2025. Disponível em: <https://www.joaopessoa.pb.gov.br/noticias/parceria-entre-prefeitura-e-sebrae-impulsiona-empreendedores-a-realizar-sonho-do-proprio-negocio/>. Acesso em: 08 fev. 2026.

PREFEITURA DE JOÃO PESSOA. **Prefeitura de João Pessoa lança programa 'Empreende Aí JP' para capacitar jovens**. Prefeitura de João Pessoa, João Pessoa, 17 nov. 2025. Disponível em: <https://www.joaopessoa.pb.gov.br/noticias/prefeitura-de-joao-pessoa-lanca-programa-empreende-ai-jp-para-capacitar-jovens/>. Acesso em: 27 nov. 2025.

RAIOL, V. A. *et al.* **Autoeficácia e intenção empreendedora: um estudo com estudantes de Administração na Região Norte do Brasil**. Revista Valore, Volta Redonda, v. 6, edição especial, p. 1-19, 2021. Disponível em: <https://revistavalore.emnuvens.com.br/valore/article/view/774/530>. Acesso em: 02 mar. 2026.

RAMOS, A. S. C. **Direito empresarial**. 14. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024.

RAPOSO, V. S.; OLIVEIRA, W. N. C.; FONSECA, P. R. C. **A motivação empreendedora dos jovens e sua relevância para o desenvolvimento socioeconômico em São Luís**. Cadernos de Gestão e Empreendedorismo, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 46–54, 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cge/article/view/47468/29361>. Acesso em: 02 mar. 2026.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 11. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. **Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor**. *Revista de Administração Contemporânea (RAC)*, v. 18, n. 4, p. 465-486, jul./ago. 2014.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Educação empreendedora: novas tendências**. Sebrae, 07 ago. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/educacao-empreendedora-novas-tendencias,4b0bdb9d683a6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 03 dez. 2025.

SEBRAE RS. **Tendências de empreendedorismo 2026 para ficar de olho**. Blog

SEBRAE RS, 17 dez. 2025. Disponível em:

<https://digital.sebraers.com.br/blog/empreendedorismo/tendencias-de-empreendedorismo-2026-para-ficar-de-olho/>. Acesso em: 08 fev. 2026.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. **The social dimensions of entrepreneurship**. Urbana-Champaign: University of Illinois, 1982.

SHIROKOVA, G. *et al.* **Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: moderating effects of individual and environmental characteristics**. *European Management Journal*, v. 34, n. 4, p. 386-399, ago./set. 2016.

SILVA, G. D. O. *et al.* **Intenção empreendedora: um estudo com estudantes de Administração na cidade de Vitória da Conquista**. REMIPE – Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco, v. 9, n. 1, p. 95-109, abr./set. 2023. Disponível em:

<https://www.remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/395/275>.

Acesso em: 02 mar. 2026.

SIUDEK, T.; ZAWOJSKA, A. **Competitiveness in the economic concepts, theories and empirical research**. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, v. 13, p. 91-108, 2014.

SILVESTRE, A. L. **Análise de dados e estatística descritiva**. Lisboa: Escolar Editora, 2007.

SOTO, E. **Comportamento organizacional: o impacto das emoções**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

SCALCON, G. **Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo no Brasil: análise dos instrumentos de incentivo e apoio**. 2022. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/237293/Giovani%20Scalcon.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 02 mar. 2026.

SPIGEL, B. **The relational organization of entrepreneurial ecosystems.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 41, n. 1, p. 49-72, 2017.

STAM, E. **Entrepreneurial ecosystems and regional policy.** *European Planning Studies*, v. 23, n. 9, p. 1759-1769, 2015.

TIDD, J.; BESSANT, J. R. **Managing innovation: integrating technological, market and organizational change.** 7. ed. Hoboken: Wiley, 2020.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB. **Agência Inova UFPB: quem somos.** UFPB, [2026?]. Disponível em: <https://www.ufpb.br/inova/somos-a-agencia-inova-ufpb/>. Acesso em: 08 fev. 2026.

URIAS. **Bom negócio em João Pessoa (PB).** Quero um Negócio, João Pessoa, 07 set. 2025. Disponível em: <https://www.queroumnegocio.com.br/bom-negocio-em-joao-pessoa-pb>. Acesso em: 05 jan. 2026.

VAN MAANEN, J. **Representation in ethnography.** Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.

VIANA, A. et al. **A intenção de empreender entre estudantes de Administração.** ERR01, v. 10, n. 3, p.1-26, 2025. Disponível em: <https://periodicos.newsciencepubl.com/err01/article/view/7751/9954>. Acesso em: 24 fev. 2026.

WEBER, M. **Os fundamentos da organização burocrática.** In: CAMPOS, E. (org.). *Sociologia da burocracia*. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

ZARPELLON, S. C. **O empreendedorismo e a teoria econômica institucional.** *Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía*, v. 1, n. 1, p. 47-55, 2010.

ZHANG, Y.; WANG, D. **The effect of entrepreneurial education on entrepreneurial intention: a meta-analysis.** *Journal of Small Business Management*, v. 58, n. 1, p. 12-25, 2020.

APÊNDICES

Instrumento de pesquisa - Formulário Google Forms

Empreendedorismo em João Pessoa: motivações, oportunidades e desafios
segundo estudantes de Administração

BLOCO 1 - DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1. Faixa etária

☐ Até 20 anos ☐ 21 a 24 anos ☐ 25 a 29 anos ☐ 30 a 34 anos ☐ 35 anos ou mais

2. Gênero

☐ Feminino ☐ Masculino ☐ Prefiro não informar

3. Período do curso de Administração

☐ 5º período ☐ 6º período ☐ 7º período ☐ 8º período

4. Situação profissional atual

☐ Apenas estudo ☐ Estágio ☐ Trabalho formal ☐ Trabalho informal

☐ Possuo negócio próprio em funcionamento

5. Renda familiar mensal

☐ Até 1 salário mínimo ☐ De 1 a 2 salários mínimos ☐ De 2 a 3 salários mínimos

☐ De 3 a 6 salários mínimos ☐ Mais de 6 salários mínimos ☐ Prefiro não informar

BLOCO 2 - FATORES DE MOTIVAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO EM JOÃO PESSOA

6. Eu empreenderia para aproveitar oportunidades que existem em João Pessoa

☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo

☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

7. Eu empreenderia por necessidade de renda ou emprego

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

8. Eu empreenderia para ter uma maior liberdade no trabalho

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

9. Eu empreenderia para criar soluções para o mercado

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

10. Eu empreenderia para aprimorar e consolidar minhas habilidades profissionais

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

11. Eu empreenderia para exercer minha criatividade

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

12. Eu empreenderia por realização pessoal

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

13. Eu empreenderia em busca de reconhecimento e status social

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

14. Eu empreenderia visando maior segurança financeira

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

15. Eu empreenderia se tivesse incentivos governamentais

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

16. Eu empreenderia por influência de familiares ou amigos

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

17. Eu empreenderia se percebesse que João Pessoa está em crescimento.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

18. A formação em Administração me traz segurança e contribui para minha possibilidade de empreender.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

BLOCO 3 - SETORES PROMISSORES E OPORTUNIDADES DE MERCADO EM JOÃO PESSOA**19. Na sua percepção, quais setores apresentam maior potencial de oportunidades de mercado em João Pessoa? (marque até 3 alternativas)**

- ☐ Construção Civil e Mercado Imobiliário ☐ Turismo e Hospitalidade
☐ Tecnologia e Inovação ☐ Educação e Capacitação Profissional
☐ Saúde e Bem-estar ☐ Energia Renovável e Sustentabilidade ☐ Comércio e Varejo
☐ Gastronomia e Alimentação ☐ Logística e Transporte ☐ Economia Criativa e Cultura ☐ Serviços para a Terceira Idade ☐ Outro(s): _____

20. Qual das situações listadas abaixo você considera como oportunidades de mercado para empreender em João Pessoa?

- ☐ Necessidades não atendidas dos consumidores ☐ Lacunas na concorrência
- ☐ Problemas sociais ou demandas específicas da população
- ☐ Nenhuma em específico ☐ Uma tendência emergente Outro(s): _____

21. A realização de pesquisas de mercado é, para mim, uma estratégia importante para identificar oportunidades de negócio em João Pessoa.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
- ☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

22. Acredito possuir competências que me permitem identificar e avaliar oportunidades de negócio de forma estratégica no contexto de João Pessoa.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
- ☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

23. Vejo espaço para negócios inovadores e diferenciados no mercado de João Pessoa.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
- ☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

BLOCO 4 - DESAFIOS E OBSTÁCULOS PERCEBIDOS PARA O EMPREENDEDORISMO

24. Considero que a burocracia para abertura e registro de empresas no Brasil é lenta e excessiva.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
- ☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

25. A alta carga tributária no Brasil desestimula o potencial de empreender.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

26. Sinto insegurança em relação à complexidade da legislação tributária e trabalhista brasileira.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

27. Acredito que terei dificuldades para acessar crédito bancário ou financiamento inicial, caso decida empreender.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

28. Sinto-me inseguro(a) quanto à minha experiência prática para lidar com os desafios iniciais de um novo negócio, mesmo possuindo conhecimento teórico na área.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

BLOCO 5 - PAPEL DAS INSTITUIÇÕES DE APOIO E DA FORMAÇÃO ACADÊMICA NO INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO EM JOÃO PESSOA

29. Conheço as instituições de apoio ao empreendedorismo existentes em João Pessoa (Sebrae-PB, Empreender PB, Sala do Empreendedor etc.)

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

30. Tenho intenção de buscar capacitação em instituições de apoio ao empreendedorismo na capital, como o Sebrae-PB, o Empreender-PB e a Sala do Empreendedor.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

31. Acredito que a proximidade com instituições de ensino, como o IFPB e a UFPB, que possuem iniciativas de inovação, a exemplo do Inova-UFPB, da Agência de Inovação NEO e do Polo de Inovação do IFPB, pode ampliar minhas possibilidades de inovar, caso eu decida empreender.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

32. A formação acadêmica no curso de Administração contribui significativamente para o desenvolvimento de competências empreendedoras.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

33. Acredito que a integração entre Governo, Instituições de Ensino Superior e Empresas em João Pessoa ocorre de forma efetiva, contribuindo para o fortalecimento do ecossistema empreendedor local.

- ☐ Discordo totalmente ☐ Discordo ☐ Nem discordo, nem concordo
☐ Concordo ☐ Concordo totalmente

BLOCO 6 - INTENÇÃO EMPREENDEDORA

34. Você pretende abrir um negócio próprio em João Pessoa?

- ☐ Sim ☐ Não ☐ Ainda não sei

35. Se você fosse empreender, em qual setor abriria um negócio?

- ☐ Serviços ☐ Comércio ☐ Indústria ☐ Ainda não defini ☐ Não penso nisso
☐ Outro: _____

36. Em quanto tempo abriria seu próprio negócio?

- ☐ Em até 1 ano ☐ De 1 a 2 anos ☐ De 2 a 3 anos
☐ Ainda não tenho previsão ☐ Não pretendo abrir

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, João Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC Tatyana Almeida Ubal

Assunto:	TCC Tatyana Almeida Ubal
Assinado por:	Tatyana Ubal
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Tatyana Almeida Ubal, ALUNO (20201460080) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA, em 14/03/2026 22:44:11.

Este documento foi armazenado no SUAP em 14/03/2026. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1802735
Código de Autenticação: 79ae3d5b8d

