

INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA
PRÓ REITORIA DE ENSINO
CAMPUS GUARABIRA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

FERNANDA KELLY PEREIRA PANTA

**COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS E EMPREENDEDORISMO POTENCIAL:
UMA ANÁLISE COM ESTUDANTES DO CURSO DE GESTÃO COMERCIAL DO
IFPB - CAMPUS GUARABIRA**

GUARABIRA/PB

2026

INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA
PRÓ REITORIA DE ENSINO
CAMPUS GUARABIRA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

FERNANDA KELLY PEREIRA PANTA

**COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS E EMPREENDEDORISMO POTENCIAL:
UMA ANÁLISE COM ESTUDANTES DO CURSO DE GESTÃO COMERCIAL DO
IFPB - CAMPUS GUARABIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso Superior de Tecnologia
em Gestão Comercial do Instituto Federal da
Paraíba – Campus Guarabira, como requisito
obrigatório para a obtenção do título de
Tecnólogo em Gestão Comercial.

Orientadora: Dra. Anna Carolina Rodrigues
Orsini

GUARABIRA, PB

2026

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

P197c Panta, Fernanda Kelly Pereira
 Competências empreendedoras e empreendedorismo potencial: uma análise
 com estudantes do curso de Gestão Comercial do IFPB - Campus Guarabira /
 Fernanda Kelly Pereira Panta.- Guarabira, 2026.
 50f.; il.; color.

 Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial). –
 Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira. 2026.

 “Orientação: Profa. Dra. Anna Carolina Rodrigues Orsini”

 Referências.

 1. Empreendedorismo. 2. Perfil empreendedor 3. Modelo EntreComp 4.
 Engajamento estudantil. I. Título.

CDU 658:005.342(0.067)

Elaborada por Ana Carine da Costa Gonçalves - CRB 000676

FERNANDA KELLY PEREIRA PANTA

**COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS E EMPREENDEDORISMO POTENCIAL:
UMA ANÁLISE COM ESTUDANTES DO CURSO DE GESTÃO COMERCIAL DO
IFPB - CAMPUS GUARABIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso Superior de Tecnologia
em Gestão Comercial do Instituto Federal da
Paraíba – Campus Guarabira, como requisito
obrigatório para a obtenção do título de
Tecnólogo em Gestão Comercial.

Defendido em: 13/ 02 / 2026

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Anna Carolina Rodrigues Orsini (IFPB)
Orientadora



Documento assinado digitalmente
RENATA BRAGA BERENGUER DE VASCONCELOS
Data: 05/03/2026 19:06:34-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dra. Renata Braga Berenguer
Membro Examinador Interno



Documento assinado digitalmente
ANA BEATRIZ BERNARDES OLIVEIRA
Data: 05/03/2026 20:48:28-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Msc. Ana Beatriz Bernardes Oliveira
Membro Examinador Interno

Dedico este trabalho à minha família, que sempre esteve ao meu lado com amor, paciência e incentivo, sendo meu alicerce em todos os momentos desta caminhada acadêmica. Aos meus pais, que me ensinaram o valor da educação e da perseverança, e que foram fundamentais para que eu chegasse até aqui. Em especial, dedico à minha irmã, que me ajudava constantemente, oferecendo apoio e compreensão nos momentos mais difíceis, e que contribuiu de forma significativa para que eu pudesse concluir este trabalho. Também dedico ao meu avô José Pereira, que já não está entre nós, mas que sempre acreditou em mim e alimentava o sonho de me ver na faculdade. Este trabalho é também uma forma de honrar sua lembrança e de concretizar o desejo que ele sempre teve de me ver conquistar a educação superior.

AGRADECIMENTO

Este trabalho contou com a valiosa contribuição da orientadora Anna Carolina, a quem agradeço profundamente por ter aceitado me orientar, mesmo em um período curto de tempo, possibilitando a entrega deste Trabalho de Conclusão de Curso. Sua disponibilidade, atenção e apoio foram fundamentais para que eu pudesse reorganizar minhas ideias e concluir esta etapa acadêmica.

Não posso deixar de registrar minha gratidão à professora Renata, que me incentivou a mudar de orientadora em um momento decisivo e me apoiou quando, junto com Anna Carolina, decidi alterar completamente o tema do TCC em última hora. Sua orientação e incentivo foram essenciais para que eu tivesse confiança na mudança e conseguisse dar continuidade ao trabalho com segurança.

Agradeço também aos colegas de curso e professores do IFPB – Campus Guarabira, que contribuíram direta ou indiretamente para a realização desta pesquisa, seja por meio de apoio, incentivo ou participação nas atividades acadêmicas.

Por fim, agradeço à minha família, pelo suporte emocional e pela compreensão durante todo o processo de elaboração deste trabalho, que exigiu dedicação, esforço e resiliência.

“A coragem de começar é mais importante do que a perfeição.”

Arianna Huffington

RESUMO

Este estudo teve como objetivo investigar o desenvolvimento de competências empreendedoras e o empreendedorismo potencial entre estudantes do curso superior de Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) – Campus Guarabira. Fundamentado no modelo *EntreComp*, que organiza quinze competências em três dimensões (Ideias e Oportunidades, Recursos e Em Ação), buscou-se compreender em que medida os discentes percebem sua formação empreendedora e consideram o empreendedorismo como opção de carreira. A pesquisa, de natureza aplicada, descritiva e quantitativa, utilizou delineamento do tipo survey, com questionário estruturado aplicado a 86 estudantes. Os resultados evidenciaram médias elevadas nas competências empreendedoras, especialmente em criatividade, trabalho em equipe e aprendizado com experiências, indicando percepção positiva dos alunos quanto ao desenvolvimento dessas habilidades. A análise agregada revelou equilíbrio entre as três dimensões do *EntreComp*, com destaque para a dimensão “Em Ação”. Quanto ao empreendedorismo potencial, 68,2% dos estudantes afirmaram intenção de empreender nos próximos três anos, reforçando a pertinência da educação empreendedora como estratégia formativa. A correlação significativa entre competências empreendedoras e intenção de empreender confirma que o fortalecimento dessas habilidades pode favorecer a transformação da intenção em ação. Conclui-se que o curso contribui para a formação empreendedora, embora haja necessidade de ampliar práticas pedagógicas voltadas à mobilização de recursos e literacia financeira.

Palavras-chave: Modelo *EntreComp*; Educação empreendedora; Potencial empreendedor; Engajamento estudantil.

ABSTRACT

This study aimed to investigate the development of entrepreneurial competences and potential entrepreneurship among students of the undergraduate program in Commercial Management at the Federal Institute of Paraíba (IFPB) – Guarabira Campus. Based on the EntreComp framework, which organizes fifteen competences into three dimensions (Ideas and Opportunities, Resources, and Into Action), the research sought to understand how students perceive their entrepreneurial training and consider entrepreneurship as a career option. The study, applied, descriptive, and quantitative in nature, adopted a survey design with a structured questionnaire answered by 86 students. Results revealed high averages in entrepreneurial competences, especially in creativity, teamwork, and learning from experience, indicating a positive perception of students regarding the development of these skills. The aggregated analysis showed balance among the three dimensions of EntreComp, with emphasis on the “Into Action” dimension. Regarding potential entrepreneurship, 68.2% of students expressed intention to start a business within the next three years, reinforcing the relevance of entrepreneurial education as a formative strategy. The significant correlation between entrepreneurial competences and entrepreneurial intention confirms that strengthening these skills may facilitate the transformation of intention into action. It is concluded that the program contributes to entrepreneurial training, although pedagogical practices related to resource mobilization and financial literacy still need to be expanded.

Keywords: EntreComp model; Entrepreneurial education; Entrepreneurial potential; Student engagement.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 - Modelo EntreComp de competências empreendedoras	17
Gráfico 01 - Faixa etária dos respondentes.....	30
Gráfico 02 - Gênero dos participantes.....	31
Gráfico 03 - Período matriculado no curso de gestão comercial.	31
Gráfico 04 - Renda familiar	32
Quadro 01 - Competências empreendedoras segundo o modelo EntreComp	17
Quadro 02 - Dimensões e itens relacionados com o modelo EntreComp... ..	25

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Análise das competências empreendedoras.	33
Tabela 02 – Análise descritiva agregada das competências empreendedoras: CIO, CR, CA e CEG.	36
Tabela 03 – Análise descritiva do empreendedorismo potencial e questões complementares.	39

LISTA DE SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

ANEGEPE – Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas

BNCC – Base Nacional Comum Curricular

CA – Competências em Ação

CE – Comissão Europeia

CEG – Competência empreendedora global

CEI – Carland Entrepreneurship Index (Índice de Empreendedorismo Carland)

CIO – Competência em Ideias e Oportunidades

CR – Competência em Recursos

EntreComp – Quadro de Referência das Competências para o Empreendedorismo

EP – Empreendedorismo potencial

EPT – Educação profissional e tecnológica

GBA – Guarabira

IFPB – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUAP – Sistema unificado de administração pública

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 FUNDAMENTAÇÃO	TEÓRICA
16	
2.1 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA E DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS	16
2.2 EMPREENDEDORISMO POTENCIAL: EMPREENDEDORISMO COMO OPÇÃO DE CARREIRA PARA ESTUDANTES DA EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA E SEUS FATORES DE INFLUÊNCIA	19
2.3 DISCUSSÃO SOBRE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS NA LITERATURA	22
3 METODOLOGIA	
23	
3.1 CLASSIFICAÇÃO	DA PESQUISA
24	
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA	
24	
3.3 DIMENSÕES E VARIÁVEIS DE ANÁLISE E ESCALAS DE MENSURAÇÃO DEFINIDAS	25
3.4 INSTRUMENTO DE PESQUISA	
27	
3.5 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS	
28	
4 RESULTADOS	E DISCUSSÃO
30	
4.1 ANÁLISE DO PERFIL DA AMOSTRA	
30	
4.2 ANÁLISE DESCRITIVA DOS DADOS	
33	
4.2.1 ANÁLISE INDIVIDUAL DAS COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS	
33	
4.2.2 ANÁLISE DESCRITIVA AGREGADA DAS COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS	36
4.2.3 ANÁLISE DESCRITIVA DO EMPREENDEDORISMO POTENCIAL	
38	
4.2.4 ANÁLISE COMPLEMENTAR: CORRELAÇÃO DE PEARSON ENTRE CEG E EP	40
4.2.5 SÍNTESE DA ANÁLISE	40
5 CONCLUSÕES	OU CONSIDERAÇÕES FINAIS
42	

REFERÊNCIAS	45
--------------------	----

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA SOBRE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS	49
--	----

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se consolidado como um tema central nos debates educacionais contemporâneos, dada sua relevância para o mundo do trabalho e para a participação ativa na sociedade. Mais do que a criação de negócios, o empreendedorismo envolve competências que favorecem a autonomia, a inovação e a capacidade de gerar valor em diferentes contextos sociais e profissionais (DOLABELA, 2008; DORNELAS, 2018).

No Brasil, o Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil 2024 (ANEGEPE, 2025) aponta que 57% dos jovens entre 18 e 34 anos manifestam intenção de empreender nos próximos três anos, mas apenas 18% afirmam sentir-se preparados para tal desafio. Essa discrepância evidencia uma lacuna entre intenção e ação empreendedora, reforçando a necessidade de fortalecer a educação empreendedora, especialmente no ensino técnico e superior. No contexto educacional, destaca-se o modelo *EntreComp* – Quadro de Referência das Competências para o Empreendedorismo, desenvolvido pela Comissão Europeia e traduzido para o português por Trindade, Moreira e Jardim (2020). Esse modelo organiza as competências empreendedoras em três áreas principais: Ideias e Oportunidades, Recursos e Em Ação, totalizando quinze competências que podem ser aplicadas em diferentes contextos educacionais e profissionais. Diante desse cenário, surge a questão de pesquisa: Em que medida os estudantes do curso técnico em Gestão Comercial do IFPB – Campus Guarabira percebem o desenvolvimento de competências empreendedoras ao longo de sua formação e como avaliam o empreendedorismo como opção de carreira?

O objetivo geral deste estudo é investigar as competências empreendedoras e o empreendedorismo potencial dos estudantes do curso superior de Gestão Comercial do IFPB – Campus Guarabira, com base no modelo *EntreComp*. Como objetivos específicos, temos: 1) Verificar a autopercepção dos estudantes acerca de suas competências empreendedoras; 2) Identificar quais as competências empreendedoras mais desenvolvidas pelos estudantes, segundo sua autopercepção; 3) Verificar o nível de empreendedorismo potencial declarado dos estudantes; 4) Relatar a percepção dos estudantes sobre a contribuição institucional como estímulo ao empreendedorismo potencial discente; 5) Correlacionar o desenvolvimento de competência empreendedoras e empreendedorismo potencial.

A justificativa para a realização desta pesquisa reside, do ponto de vista teórico, na necessidade de enriquecer o debate sobre o tema empreendedorismo e educação empreendedora segundo (SEBRAE) o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas

Empresas (SEBRAE, 2021). Do ponto de vista prático, se justifica pela necessidade de contribuir para o aprimoramento das práticas educacionais voltadas ao empreendedorismo, especialmente no ensino técnico e superior, onde há grande potencial de impacto social e econômico (Brasil, 2025). O estudo é relevante porque permite compreender como os estudantes constroem sua intenção empreendedora e desenvolvem competências ao longo da formação. É viável, pois se apoia em instrumentos consolidados de mensuração, como o modelo *EntreComp* e os indicadores do GEM (2024). É oportuno, já que dialoga com demandas contemporâneas do mercado de trabalho e com políticas públicas voltadas à educação empreendedora (Brasil, 2018; SEBRAE, 2021).

Por fim, quanto à estrutura do trabalho de pesquisa, este está organizado em quatro seções principais, além deste tópico introdutório: Fundamentação Teórica, em que são apresentados os conceitos de educação empreendedora, competências empreendedoras e empreendedorismo potencial, com base em estudos nacionais e internacionais; Metodologia, em que se descrevem o design da pesquisa e os procedimentos de coleta e análise de dados; Resultados e Discussão, em que são analisados os dados obtidos, considerando o perfil da amostra, as competências empreendedoras e o empreendedorismo potencial à luz dos referenciais teóricos apresentados; e, por fim, Considerações Finais, em que são destacadas as principais conclusões e limitações do estudo e sugestões para pesquisas futuras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção tem como objetivo apresentar os principais conceitos que sustentam a pesquisa sobre o desenvolvimento de competências empreendedoras no contexto do ensino superior, com foco nos estudantes do curso de Gestão Comercial do IFPB, campus Guarabira. Para isso, serão abordados os fundamentos do empreendedorismo como competência e seu viés educacional, com o modelo *EntreComp* como referência teórica, e os estudos empíricos que contribuem para a compreensão do tema. Em seguida, discute-se o empreendedorismo potencial e o empreendedorismo como opção de carreira para estudantes. Sendo assim, a discussão está organizada em dois fundamentos centrais: educação e competências empreendedoras e empreendedorismo potencial.

2.1 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA E DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

A educação empreendedora tem ganhado destaque nos debates educacionais contemporâneos por sua relevância para a formação de indivíduos autônomos, se consolidando como uma abordagem essencial para a formação de indivíduos capazes de enfrentar os desafios do mundo do trabalho (Dornelas, 2018). Mais do que ensinar técnicas de gestão ou criação de negócios, ela promove o desenvolvimento de competências que permitem aos discentes agir de forma proativa, identificar oportunidades, resolver problemas e tomar decisões em contextos diversos (Trindade; Moreira; Jardim, 2020).

Dolabela (2008) defende que o empreendedorismo é uma forma de pensar e viver, enquanto Dornelas (2018) reforça que empreender é transformar ideias em ações que gerem valor para a sociedade. Deste modo, a atividade empreendedora não está ligada essencialmente apenas a criação e abertura de negócios, embora esse seja o conceito mais enraizado ao termo empreendedorismo, como o empreendedorismo habitual clássico (Wenneker; Thurik, 1999). De todo forma, o desenvolvimento de características empreendedoras favorece a atitude e ação empreendedora no contexto de mercado e social (Dornelas, 2018).

No contexto educacional brasileiro, a Base Nacional Comum Curricular (BNCC) já aborda a importância de desenvolver competências empreendedoras desde a educação básica, trazendo o foco no protagonismo juvenil e na formação integral (Brasil, 2018). Esse critério se torna ainda mais relevante na educação profissional e tecnológica (EPT), onde os discentes

estão em processo de preparação para o mundo do trabalho (Brasil, 2025). O SEBRAE (2021) também complementa essa visão ao destacar que a educação empreendedora deve ser transversal e integrada às práticas pedagógicas, estimulando, assim, a autonomia, a inovação e o pensamento crítico dos discentes.

Nesse contexto, para orientar o desenvolvimento dessas competências foi desenvolvido, em 2016, o modelo *EntreComp* – Quadro de Referência das Competências para o Empreendedorismo pela Comissão Europeia (CE) e traduzido para o português por Trindade, Moreira e Jardim (2020). O *EntreComp* foi desenvolvido com o objetivo de estabelecer uma estrutura comum e acessível para o ensino e a prática do empreendedorismo, promovendo assim uma cultura empreendedora que possa ultrapassar os limites da criação de negócios. Seu propósito é apoiar políticas públicas, instituições de ensino e organizações na integração do empreendedorismo como uma competência-chave para a cidadania ativa, a inclusão social e a empregabilidade (Trindade; Moreira; Jardim, 2020).

A motivação para seu surgimento foi a necessidade de preparar os indivíduos para um mundo em constante transformação, em que onde a capacidade de inovar, tomar iniciativa, colaborar e gerar valor é essencial. Ao sistematizar competências em áreas que abrangem desde a geração de ideias até a mobilização de recursos e a execução de ações, o *EntreComp* oferece uma base sólida para o planejamento de currículos, programas de formação e estratégias pedagógicas voltadas para o desenvolvimento integral dos indivíduos em múltiplos contextos. Sendo assim, o modelo *Entrecomp*, com esse foco no fortalecimento do capital humano, empregabilidade e competitividade, organiza as competências empreendedoras em três áreas principais: Ideias e oportunidades, Recursos e em Ação, totalizando 15 competências que podem ser aplicadas em diferentes contextos educacionais e profissionais. (European commission, 2016; Porvir, 2021).

A seguir, apresenta-se o Quadro 1, com uma síntese das competências empreendedoras segundo o modelo *EntreComp*:

Quadro 01 – Competências empreendedoras segundo o modelo *EntreComp*

Área	Descrição	Competências
Ideias e Oportunidades	Criatividade, Visão, Avaliação de ideias, Pensamento ético, Aproveitamento de oportunidades	Criatividade: gerar ideias originais e explorar alternativas.
		Visão: imaginar o futuro e estabelecer metas.
		Avaliação de ideias: analisar viabilidade e relevância.

Área	Descrição	Competências
		Pensamento ético e sustentável: considerar os impactos sociais, ambientais e éticos.
		Aproveitamento de oportunidades: reconhecer e agir em diferentes contextos.
Recursos	Autoconfiança, Motivação e perseverança, Mobilização de recursos, Literacia financeira, Mobilização de pessoas	Autoconfiança: acreditar nas próprias capacidades.
		Motivação e perseverança: manter foco e energia diante de obstáculos.
		Mobilização de recursos: identificar e utilizar recursos financeiros, materiais e informacionais.
		Literacia financeira: compreender conceitos financeiros e gerir recursos com responsabilidade.
		Mobilização de pessoas: engajar, liderar e colaborar para objetivos comuns.
Em Ação	Incerteza e risco, Trabalhar com os outros, Aprender com a experiência	Tomada de iniciativa: agir proativamente e assumir responsabilidades.
		Planejamento e gestão: organizar tarefas e monitorar progresso.
		Lidar com incerteza e risco: enfrentar situações imprevisíveis com flexibilidade.
		Trabalhar com os outros: colaborar e respeitar diferentes pontos de vista.
		Aprender com a experiência: refletir sobre sucessos e fracassos para melhorar continuamente.

Fonte: Adaptado de Trindade; Moreira; Jardim (2020).

Diante da relevância do modelo *EntreComp* para a estruturação de práticas pedagógicas voltadas ao desenvolvimento de competências empreendedoras, é possível perceber como ele contribui para a formação de indivíduos mais preparados para lidar com os desafios do mundo contemporâneo. Ao sistematizar habilidades que vão desde a geração de ideias até a execução de ações, o *EntreComp* se mostra uma ferramenta estratégica para fortalecer o protagonismo dos estudantes e ampliar suas possibilidades de atuação profissional. Essa abordagem é especialmente significativa na educação profissional e tecnológica, onde a preparação para o mundo do trabalho exige competências que favoreçam a autonomia, a inovação e a empregabilidade (Trindade; Moreira; Jardim, 2020; Brasil, 2025). Nesse sentido, torna-se pertinente aprofundar a discussão sobre o empreendedorismo como uma opção de carreira para estudantes da educação tecnológica,

considerando os fatores que influenciam essa escolha e o papel da formação empreendedora na construção de trajetórias profissionais mais autônomas e inovadoras.

2.2 EMPREENDEDORISMO POTENCIAL: EMPREENDEDORISMO COMO OPÇÃO DE CARREIRA PARA ESTUDANTES DA EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA E SEUS FATORES DE INFLUÊNCIA

O empreendedorismo potencial (EP), segundo O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2024), consiste na intenção de empreender em uma perspectiva futura de até 3 anos. Ou seja, o EP envolve pessoas que atualmente não empreendem, mas tem intenção em criar e desenvolver seu próprio negócio. Essa intenção pode ser influenciada por diversos fatores motivadores internos, como autoconfiança e disposição ao risco, e fatores externos ambientais, como o ambiente institucional, os estímulos pedagógicos e as oportunidades de vivência prática, e representa uma etapa inicial e estratégica na construção da carreira empreendedora. Trata-se de um estágio anterior à ação empreendedora, que revela o grau de disposição dos indivíduos em transformar ideias em iniciativas concretas. O EP é, portanto, um indicador relevante para compreender o comportamento empreendedor em ambientes econômicos, sociais e educacionais, especialmente entre jovens em formação.

Ainda de acordo com o GEM (2024), o empreendedorismo potencial é uma das principais fases do ciclo empreendedor, antecedendo o empreendedorismo nascente e novo (empreendimentos com até 3 meses e de 3 meses a 3,5 anos de existência, respectivamente). Essa fase é considerada estratégica para políticas públicas e instituições de ensino, pois permite mapear o interesse da população em empreender e identificar os fatores que podem facilitar ou dificultar a transição da intenção para a ação. Além disso, o GEM (2024) destaca que o EP é sensível ao contexto econômico, à percepção de oportunidades, ao medo de fracassar e à autoconfiança, sendo, portanto, um reflexo direto das condições institucionais e culturais de um país (GEM, 2024). Quando se pensa em cursos superiores voltados à área de gestão, é comum verificar a presença da oferta da disciplina de empreendedorismo. Entretanto, não se tem precisão, nem muita clareza sobre a percepção dos alunos sobre o empreendedorismo como uma escolha de carreira na área de formação envolvida (BENDETTI *et al.*, 2023).

O conceito de empreendedorismo como carreira envolve mais do que a criação de empresas: trata-se de uma trajetória profissional baseada na autonomia, na inovação e na capacidade de transformar ideias em soluções viáveis SEBRAE (2021). Esse engajamento

de estudantes em atividades empreendedoras está potencialmente relacionado à forma como o projeto formativo do curso e as oportunidades são oferecidas e estimulam competências e atitudes voltadas à inovação (Machado; Porto-Martins; Vosgerau, 2024). No contexto do ensino superior, o engajamento pode ser potencializado por meio de projetos integradores, atividades práticas e metodologias ativas (Oliveira, 2022). Essas estratégias permitem que os estudantes possam vivenciar situações reais, desenvolvam soluções criativas que assumam responsabilidades, promovendo o protagonismo estudantil. Quando os alunos percebem que suas ações têm impacto e que suas ideias são valorizadas, há um aumento significativo na disposição para empreender e na confiança em suas capacidades (Sebrae, 2021).

Além disso, o envolvimento dos estudantes em atividades extracurriculares, como feiras, oficinas, competições de ideias e eventos de inovação, trazem uma contribuição para ampliar sua visão sobre o empreendedorismo como possibilidade de carreira. Essas experiências reforçam competências como mobilização de recursos, trabalho em equipe e tomada de iniciativa, conforme descrito no modelo *EntreComp*. (Sebrae, 2021).

Nesse sentido, estudar o empreendedorismo potencial permite compreender como os estudantes constroem essa intenção ao longo da formação, e quais elementos institucionais e pedagógicos influenciam essa escolha (Brasil, 2025; Sebrae, 2021; Trindade; Moreira; Jardim, 2020). A carreira empreendedora, portanto, não é apenas uma alternativa ao emprego formal, mas uma expressão de protagonismo e visão estratégica diante das oportunidades do mercado. O EP também reflete o alinhamento entre os objetivos pessoais dos estudantes e as possibilidades oferecidas pelo ambiente educacional, sendo um ponto de partida para políticas de incentivo à cultura empreendedora.

Segundo Machado, Porto-Martins e Vosgerau (2022) o engajamento de alunos no empreendedorismo é favorecido por práticas pedagógicas que estimulam a autonomia, a resolução de problemas e o trabalho colaborativo, além de trazer elementos centrais da educação empreendedora. Por isso, muitos estudos têm se preocupado em debater o empreendedorismo como uma opção de carreira e os fatores que podem influenciar essa escolha ao longo da trajetória acadêmica dos alunos.

Canever *et al.* (2013) identificaram que fatores como a autonomia, tolerância ao risco e envolvimento em atividades extracurriculares são fatores determinantes na escolha pelo empreendedorismo entre estudantes universitários. Esses elementos, quando incorporados à prática pedagógica, contribuem para o fortalecimento de competências empreendedoras desde os primeiros semestres da formação tecnólogo (Oliveira, 2022).

Petrovski *et al.* (2019) reforçam que metodologias ativas, como *design thinking* e a aprendizagem baseada em projetos, potencializam o desenvolvimento de competências empreendedoras a partir dos processos que estimulem o protagonismo estudantil e a resolução de problemas reais. Santos, Caetano e Curral (2020), que discutem a atitude dos estudantes universitários frente ao empreendedorismo, apontam que o interesse pela carreira empreendedora está relacionado à percepção de oportunidade e à autoconfiança.

Nessa mesma linha de estudos, Benedetti *et al.* (2023) ressalta que a infraestrutura acadêmica, e o acesso a mentorias e ofertas de conteúdos práticos são fatores decisivos para que estudantes optem por empreender. Tormen *et al.* (2023), que aplicaram o *Carland Entrepreneurship Index* (CEI) para avaliar o potencial empreendedor de estudantes das Ciências Sociais Aplicadas, apresentaram diferentes níveis de potencial empreendedor, influenciados por fatores institucionais e pessoais. O CEI, desenvolvido por Carland, Carland e Hoy (1992), é um instrumento psicométrico que mensura o potencial empreendedor com base em quatro dimensões: postura estratégica, propensão à inovação, traços de personalidade e propensão ao risco. Essas dimensões permitem identificar o perfil empreendedor dos indivíduos e têm sido amplamente utilizadas em pesquisas acadêmicas para diagnosticar e estimular competências empreendedoras no ambiente educacional.

Portanto, a partir do que foi discutido, é possível compreender que a atividade empreendedora é um fenômeno dinâmico e complexo, influenciado, em suas diversas etapas, por inúmeros fatores e que o ambiente educacional pode impactar a escolha por uma carreira empreendedora por estudantes. O empreendedorismo potencial representa não apenas uma intenção futura, mas um indicativo de como os indivíduos percebem o empreendedorismo como uma possibilidade concreta de trajetória profissional. Estudar o EP é, portanto, investigar como os estudantes se posicionam diante da possibilidade de empreender e como essa escolha se articula com seus valores, expectativas e experiências ao longo da formação profissional (Machado; Porto-martins; Vosgerau, 2024).

Dessa forma, investigar o desenvolvimento de competências empreendedoras o empreendedorismo potencial de estudantes em formação, nos mais diversos níveis e contextos educacionais é imperativo, pois permite refletir sobre a efetividade de projetos e estratégias pedagógicas, alinhamentos estratégicos formativos na educação básica, profissional e tecnológica e construção e consolidação de uma cultura social empreendedora sólida. A seguir, são delineados os procedimentos metodológicos da pesquisa.

2.3 DISCUSSÃO SOBRE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS NA LITERATURA

A literatura especializada aponta que determinadas competências empreendedoras tendem a se destacar entre estudantes da educação superior, sendo frequentemente relacionadas à intenção de empreender. Estudos como os de Santos, Caetano e Curral (2010) evidenciam a autoconfiança e a percepção de oportunidades como elementos-chave para a formação da intenção empreendedora. De forma semelhante, Machado, Porto-Martins e Vosgerau (2024) destacam a criatividade e a colaboração como centrais para o engajamento empreendedor, enquanto Canever *et al.* (2013) ressalta a importância do aprendizado com experiências e da ação prática.

Pesquisas recentes também têm demonstrado que fatores pedagógicos e institucionais exercem influência significativa sobre o desenvolvimento das competências empreendedoras. Benedetti *et al.* (2023) apontam que a infraestrutura acadêmica e o acesso a recursos impactam diretamente a percepção dos estudantes sobre sua capacidade de empreender, enquanto Alves e Campos (2023) identificaram que atividades complementares, como oficinas e projetos de extensão, fortalecem competências como responsabilidade social e avaliação crítica de ideias.

No que se refere à relação entre competências e Empreendedorismo Potencial (EP), o relatório do GEM (2024) reforça que o fortalecimento de competências como criatividade, autoconfiança e visão estratégica está associado ao aumento da disposição para iniciar novos negócios. Assim, a literatura sugere que não apenas fatores individuais, mas também o ambiente institucional e pedagógico, contribuem para que as competências empreendedoras se traduzam em intenção de empreender.

Dessa forma, ao comparar os resultados obtidos neste estudo com os achados anteriores, observa-se que os estudantes do curso de Gestão Comercial apresentam percepções alinhadas às competências mais discutidas na literatura, como criatividade, colaboração e responsabilidade social. Contudo, a variabilidade em competências como autoconfiança e clareza de objetivos indica que ainda existem desafios a serem enfrentados, especialmente no que diz respeito à consolidação da intenção empreendedora.

3 METODOLOGIA

Esta seção apresenta os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, organizada com base nas orientações de Prodanov e Freitas (2013), que sugerem uma sequência lógica de tópicos para a construção da seção de metodologia. Essa abordagem visa garantir clareza na exposição, consistência científica e alinhamento com os objetivos do estudo. Retomando a questão de pesquisa — em que medida estudantes do curso de Gestão Comercial do IFPB campus Guarabira percebem o desenvolvimento de competências empreendedoras ao longo de sua formação — a metodologia foi delineada para favorecer o alcance do objetivo geral estabelecido, bem como viabilizar a prática investigativa do tema. Para isso, contemplou-se uma abordagem e instrumento de pesquisa alinhados à compreensão da percepção dos discentes sobre o desenvolvimento das competências empreendedoras previstas no modelo *EntreComp*. Nesse sentido, foram definidos a classificação da pesquisa, as características da população e da amostra, as definições operacionais para análise das variáveis e dimensões de análise, o instrumento final da pesquisa, bem como os procedimentos de coleta e análise de dados.

O refinamento da base de dados consistiu em organizar e preparar as informações para a análise estatística, fundamentando-se na organização e na padronização dos dados coletados. Inicialmente, os indicadores foram agrupados de acordo com o modelo *EntreComp*, que se divide em três dimensões principais: Ideias e Oportunidades, Recursos e Em Ação. Em seguida, as 15 competências apresentadas no Quadro 02 foram transformadas em indicadores (C1 a C15), associados aos respectivos valores de desvio padrão, assimetria e curtose, permitindo uma análise estatística mais aprofundada e detalhada dos dados. As etapas de refinamento incluíram a padronização, realizada pela uniformização dos indicadores em uma escala contínua de 1 a 10, assegurando que todas as variáveis fossem comparáveis entre si. Esse procedimento garantiu a consistência da base, eliminando discrepâncias de escala e possibilitando a agregação dos itens em dimensões e medidas globais, conforme recomendações metodológicas (Prodanov; Freitas, 2013; Lakatos; Marconi, 2017). Em seguida, procedeu-se à verificação de consistência, por meio da análise preliminar das respostas, com exclusão de duplicidades, conferência de preenchimento dentro da escala definida e revisão de eventuais padrões de resposta sistemática — na qual não foram identificados valores inconsistentes, assegurando a confiabilidade da base. Por fim, realizou-se a etapa de estruturação, que organizou os dados em tabelas, possibilitando uma análise descritiva clara e objetiva. Esse processo assegurou que a base estivesse adequada

para interpretações, permitindo não apenas a comparação entre os indicadores, mas também a identificação de tendências relevantes para o estudo.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

A classificação da pesquisa é uma etapa fundamental para clareza do delineamento adotado para abordar o tema. Nesse contexto, quanto à natureza, a pesquisa é aplicada, pois busca gerar conhecimento voltado à solução de problemas práticos no contexto educacional, especificamente no desenvolvimento de competências empreendedoras entre estudantes do curso técnico em gestão comercial do Instituto Federal da Paraíba (IFPB). Prodanov e Freitas (2013) ressaltam que a pesquisa aplicada tem como finalidade responder a demandas concretas, aproximando teoria e prática.

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva, uma vez que procura observar, registrar e analisar o fenômeno sem manipulá-lo, descrevendo as percepções dos discentes sobre o desenvolvimento das competências empreendedoras previstas no modelo *EntreComp*. Gil (2008) destaca que a pesquisa descritiva é adequada quando se busca identificar características de determinada população ou fenômeno, sem a interferência direta do pesquisador.

No que se refere à abordagem, a pesquisa é quantitativa, permitindo a mensuração objetiva das variáveis e a análise estatística dos resultados. Lakatos e Marconi (2017) afirmam que a pesquisa quantitativa se caracteriza pelo uso de instrumentos estruturados e pela possibilidade de generalização dos dados, o que garante maior precisão na interpretação dos resultados.

Por fim, quanto ao delineamento, o estudo é do tipo *survey*, utilizando questionário estruturado como instrumento de coleta de dados. Sampieri, Collado e Lucio (2013) explicam que o *survey* é indicado para estudos que necessitam coletar informações diretamente de uma população ou amostra, por meio de instrumentos padronizados, possibilitando comparações entre grupos e categorias.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A partir da abordagem quantitativa definida é importante considerar as definições sobre população e amostra contempladas no estudo. A população da pesquisa, conforme justificado no tópico introdutório do estudo, é composta por estudantes do curso superior

de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) – Campus Guarabira que não estão empreendendo no momento. Segundo dados internos, de registro em sistema institucional próprio (SUAP), o curso possui 178 alunos regularmente matriculados. Considerando que a população é finita e que as variáveis envolvidas estão sendo investigadas em formato de variáveis discretas, definimos, de acordo com a fórmula de tamanho amostral e os parâmetros convencionais de nível de confiança e margem de erro (95% e 8,15% respectivamente) estabelecidos, uma amostra mínima de 122 respondentes como referência. Isto porque, no que se refere ao tipo de amostragem, seguimos a abordagem não probabilística por conveniência, cuja característica é ser composta por elementos mais disponíveis à participação do estudo, sem chance de seleção conhecida, o que não permite estimações de parâmetros de intervalos de confiança Hair *et al.*(2005); Mattar (2011). Ao final, foram obtidas 86 respostas, número inferior ao inicialmente previsto, mas que ainda possibilita análises exploratórias e a identificação de tendências relevantes no contexto investigado. Ressalta-se que essas respostas correspondem a estudantes que participaram voluntariamente do questionário, podendo estar ou não envolvidos em atividades empreendedoras no momento da coleta. O detalhamento do percurso metodológico para obtenção da amostra está descrito no tópico 3.5 sobre a coleta de dados.

3.3 DIMENSÕES E VARIÁVEIS DE ANÁLISE E ESCALAS DE MENSURAÇÃO DEFINIDAS

As variáveis centrais estudadas na pesquisa são: competências empreendedoras e empreendedorismo potencial. Em uma definição operacional, competência empreendedora é todo conhecimento, atitude e habilidade que contribuem para o fortalecimento do capital humano, sua empregabilidade e competitividade (CE, 2016; Trindade; Moreira; Jardim, 2020). Essas competências estão dimensionadas em: competências relacionadas a ideias e oportunidades; competências de recursos; e competências em ação, totalizando 15 competências. As respectivas dimensões e itens relacionados estão descritos no Quadro 02 a seguir:

Quadro 02 - Dimensões e itens relacionados com o modelo EntreComp

Dimensão	Competência	Item de Mensuração
----------	-------------	--------------------

Ideias e Oportunidades	(C1) Criatividade	Costumo propor soluções criativas para os desafios que enfrento no curso
	(C2) Visão	Tenho clareza sobre meus objetivos profissionais e como alcançá-los
	(C3) Avaliação de ideias	Consigo avaliar se uma ideia tem potencial para se tornar um projeto viável
	(C4) Pensamento ético e sustentável	Considero os impactos sociais e ambientais das minhas decisões
	(C5) Aproveitamento de oportunidades	Reconheço e aproveito oportunidades que surgem no ambiente cotidiano
Recursos	(C6) Autoconfiança	Acredito na minha capacidade de realizar projetos com autonomia e superar desafios
	(C7) Motivação e perseverança	Mantenho o foco e a dedicação mesmo diante de dificuldades
	(C8) Mobilização de recursos	Sei como buscar os recursos necessários para desenvolver uma ideia
	(C9) Literacia financeira	Tenho noções básicas de planejamento financeiro para projetos
	(C10) Mobilização de pessoas	Consigo envolver colegas e professores em projetos que proponho
Em Ação	(C11) Tomada de iniciativa	Sinto-me motivado(a) a iniciar projetos por conta própria
	(C12) Planejamento e gestão	Organizo minhas tarefas com foco em metas e prazos definidos
	(C13) Lidar com incerteza e risco	Você considera ter capacidade de enfrentar situações imprevisíveis com flexibilidade e tomar decisões informadas
	(C14) Trabalhar com os outros	Tenho habilidade de colaborar com colegas em atividades em grupo
	(C15) Aprender com a experiência	Em que nível você considera ter capacidade de refletir sobre sucessos e fracassos

Fonte: Comissão europeia (2016).

Os itens de mensuração das competências empreendedoras foram adaptados da literatura de Vista (2025), além do próprio documento de referência do *EntreComp* (Comissão europeia, 2016).

Empreendedorismo potencial, por sua vez, é a intenção de uma pessoa que não empreende no momento em criar e gerenciar negócio próprio nos próximos 3 anos (GEM, 2024), o que implica em um item de mensuração objetiva, complementado por questões adicionais sobre o empreendedorismo como opção de carreira.

Nesses termos, quanto às definições das escalas de mensuração aos itens definidos, optamos por utilizar a escala de concordância do tipo *Likert*, amplamente disseminada em estudos e pesquisas no campo de gestão, com 10 pontos (1 a 10), pois esse tipo de escala colabora na apreensão de percepções "para medição indireta das variáveis, ao passo que se configura como acessível e intuitiva para o respondente, por ser um tipo de escala comum em métricas cotidianas (por exemplo, notas escolares)" (SANTOS; SILVA, 2023). Em específico, nas questões complementares, utilizamos escalas de dez pontos (1 a 10) do tipo *phrase completion*, para tornar a medição mais intuitiva para o respondente.

3.4 INSTRUMENTO DE PESQUISA

O questionário final elaborado para a pesquisa foi dimensionado em 3 blocos: mensuração das variáveis sociodemográficas; mensuração das competências empreendedoras e do empreendedorismo potencial; e questões complementares. No início do questionário, apresentamos um termo de consentimento e contribuição espontânea na pesquisa para assegurar os princípios éticos de pesquisa junto aos respondentes. Uma questão filtro também foi incorporada: sobre o aluno não estar, no momento de resposta, empreendendo, já que a pesquisa busca investigar o empreendedorismo potencial. Desse modo, garantimos a integridade da pesquisa para o alcance do seu objetivo, pois o perfil de alunos na amostra foi garantido.

No primeiro bloco de questões sociodemográficas, contemplou-se as seguintes variáveis: faixa etária; sexo; renda familiar e semestre do curso. As categorias foram definidas com base nos estudos desenvolvidos pelo GEM (2024). O segundo bloco de questões, contemplou os itens referentes às 15 competências empreendedoras do modelo *EntreComp* (Comissão europeia, 2016) e a pergunta central sobre empreendedorismo potencial (GEM, 2024). Também foram adicionadas questões complementares relacionadas ao contexto do curso e o empreendedorismo enquanto opção de carreira. O

questionário final pode ser consultado no Apêndice A do documento.

3.5 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A coleta de dados foi realizada a partir do período 17 de novembro ao dia 12 de dezembro, por meio da aplicação de um questionário online estruturado disponibilizado aos estudantes do curso técnico em Gestão Comercial do IFPB – Campus Guarabira. Para tal, foi utilizada a ferramenta *Google Forms*. O questionário foi divulgado pelos grupos de sala pelo *whatsapp*, bem como plataforma do *google classroom* por intermédio de professores do curso e divulgado pela pesquisadora presencialmente em sala de aula das turmas de todos os períodos. A escolha pelo formato online se consolidou devido à otimização do processo de tabulação de dados e à possibilidade de qualidade de respostas e alcance de mais respondentes, dado que presencialmente haveria maior restrição de tempo, com ocupação de horários de aula, bem como eventuais ausências discentes.

Durante o processo de coleta, enfrentam-se dificuldades relacionadas à baixa adesão inicial dos estudantes, sobretudo em função da sobrecarga de atividades acadêmicas no período e da percepção de que o questionário demandava tempo adicional fora da rotina de sala de aula. Para superar tais obstáculos, foram adotadas estratégias como reforço da divulgação nos grupos institucionais, lembretes periódicos enviados pelos professores e a presença da pesquisadora em sala de aula incentivando a participação. Ainda assim, o ritmo de respostas manteve-se gradual, o que levou à decisão de encerrar a coleta no prazo previamente estipulado, garantindo a consolidação da amostra disponível e evitando prolongamentos que poderiam comprometer o cronograma da pesquisa.

Quanto aos procedimentos de análise, os dados foram inicialmente revisados para verificação de respostas válidas e consolidação da amostra. Foram obtidas 86 respostas e, após revisão de dados duplicados ou eventuais vieses de respostas sistemáticas, foram mantidas 86 respostas válidas. Embora o número seja inferior à meta inicial de 122 respondentes, a amostra final ainda permite a realização de análises exploratórias e a identificação de tendências relevantes no contexto investigado. Para análise das variáveis definidas, foram extraídas as medidas descritivas gerais: média, mediana, desvio padrão, assimetria e curtose e a extração de gráficos e tabelas de frequências para as variáveis categóricas.

Para apoiar os procedimentos analíticos adotados, foram utilizados o *software Excel* e a ferramenta de IA *ChatGPT*, desenvolvido pela *OpenAi*. Segundo Vista (2025), há um

nível significativo da confiabilidade da IA como recurso complementar na análise de dados educacionais, especialmente em pesquisas com grande volume de respostas e múltiplas variáveis, contribuindo para maior precisão na identificação de padrões e tendências. Vale ressaltar que, quatro variáveis foram estimadas a partir dos dados: 3 relacionadas à cada dimensão de agrupamento das competências (Competência em Ideias e Oportunidades (CIO); Competência em Recursos (CR); Competências em Ação (CA) - agregadas pela média dos seus itens relacionado) e 1 variável de competência empreendedora global (CEG), extraída pela média dos quinze itens avaliados. Isso permitiu o aprofundamento da análise, com base na estimação das medidas descritivas a partir dos dados originais, sem gerar, necessariamente, mais ônus aos respondentes quanto a responder um questionário mais longo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

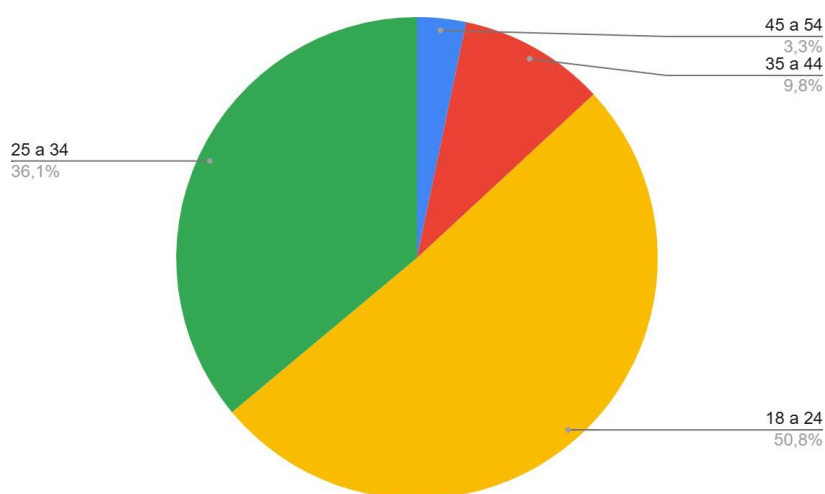
Nesta seção, estruturamos a discriminação e discussão de resultados em dois blocos centrais: o primeiro, é relativo à caracterização do perfil da amostra; o segundo bloco, explora a análise descritiva dos dados relativos às competências empreendedoras e ao empreendedorismo potencial.

4.1 ANÁLISE DO PERFIL DA AMOSTRA

A caracterização da amostra é fundamental para compreender o contexto dos resultados obtidos. No total, participaram da pesquisa 86 estudantes regularmente matriculados no curso técnico em Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) – Campus Guarabira.

No que se refere à faixa etária, observou-se predominância de estudantes jovens, segundo o Gráfico 01 :

Gráfico 01 - Faixa etária dos respondentes



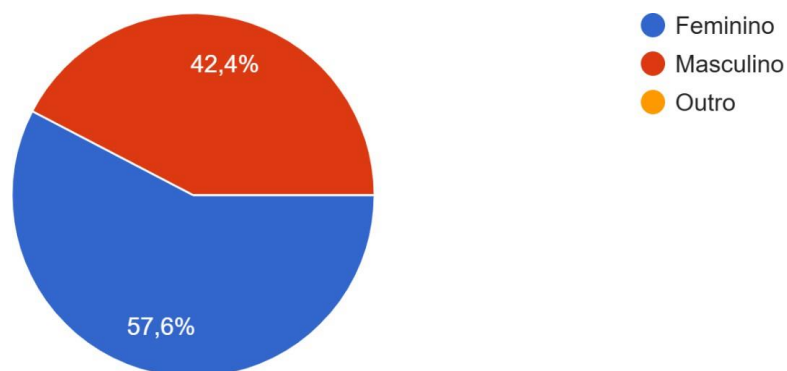
Fonte: Elaboração própria (2026).

Como é mostrado no gráfico acima, há maior concentração de estudantes com idade entre 18 e 24 anos (52,5%), seguida pela faixa de 25 a 34 anos (35,6%). Apenas 8,5% dos respondentes estavam na faixa de 35 a 44 anos, enquanto 3,4% tinham entre 45 e 54 anos. Não houve participantes na faixa de 55 a 64 anos, o que reforça o perfil juvenil da amostra.

Quanto ao gênero dos respondentes, de acordo com o Gráfico 02, verificou-se leve

predominância do feminino, representando 57,6% dos respondentes, enquanto o masculino correspondeu a 42,4%:

Gráfico 02 - Gênero dos participantes

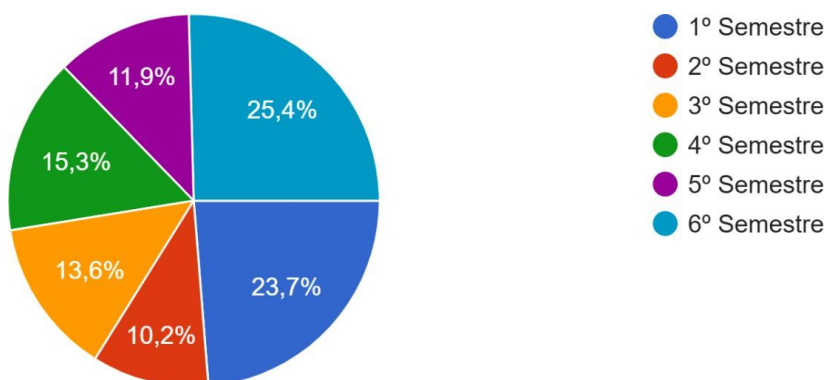


Fonte: Elaboração própria (2026).

Como ilustrado, nenhum estudante se identificou na categoria “outro”. Esse resultado demonstra a composição de uma amostra equilibrada, ainda que com maior presença feminina.

Em relação ao semestre atual no curso, de acordo com o gráfico 03, percebe-se a representação de alunos de todos os períodos letivos do curso (1º ao 6º):

Gráfico 03 - Período matriculado no curso de gestão comercial

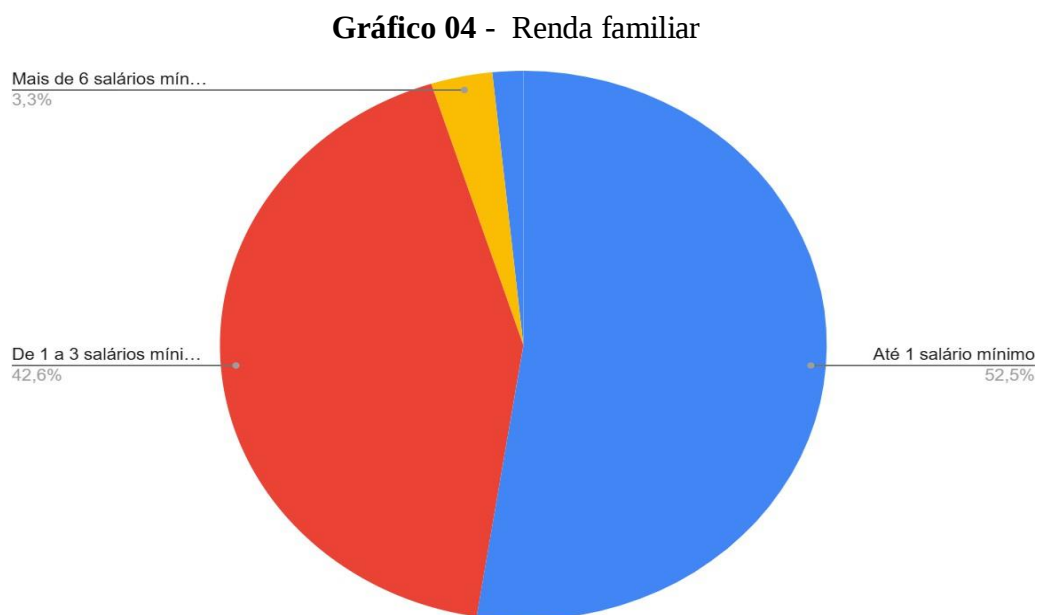


Fonte: Elaboração própria (2026).

Observa-se maior concentração no 2º semestre (25,4%) e no 1º semestre (23,7%), seguidos pelo 4º semestre (15,3%), 5º semestre (13,6%), 3º semestre (11,9%) e 6º semestre (10,2%). Essa distribuição evidencia que a amostra contempla tanto alunos em fase inicial de formação quanto aqueles em fase de conclusão, permitindo identificar possíveis diferenças na

evolução das competências empreendedoras ao longo do curso. É esperado que haja menor quantitativo de estudantes nos períodos finais, em razão do fenômeno recorrente da evasão escolar.

No que se refere à renda familiar mensal, de acordo com o gráfico 04, temos maior representação de estudantes com menor faixa de renda:



Fonte: Elaboração própria (2026).

A maioria dos estudantes declarou possuir renda de até um salário mínimo (52,5%), seguida por aqueles com renda entre um e três salários mínimos (42,4%). Apenas 1,7% informaram renda entre quatro e seis salários mínimos e 3,4% acima de seis salários mínimos. Esses dados revelam um perfil socioeconômico caracterizado por predominância de baixa renda – de acordo com parâmetros do IBGE (IBGE, 2025), aspecto que pode influenciar diretamente na percepção sobre o empreendedorismo como alternativa de carreira.

De forma geral, o perfil da amostra indica predominância de jovens, com leve maior participação feminina, distribuídos entre diferentes semestres do curso e pertencentes majoritariamente a famílias de baixa renda. Essa caracterização é relevante para a interpretação dos resultados, uma vez que fatores como idade, gênero, estágio de formação e condição socioeconômica podem impactar na intenção de empreender e no desenvolvimento das competências empreendedoras investigadas.

Esse perfil é comum considerando estudos realizados com estudantes universitários brasileiros. Por exemplo, Iizuka e Moraes (2014) observaram que estudantes de

Administração apresentavam perfil socioeconômico marcado por renda familiar limitada e forte intenção de buscar o empreendedorismo como alternativa de carreira. Esses achados reforçam que a amostra analisada segue tendências já verificadas em pesquisas anteriores, evidenciando a relevância da condição socioeconômica e do estágio de formação na intenção empreendedora. De forma semelhante, Machado, Porto-Martins e Vosgerau (2024) identificaram predominância de jovens e mulheres em cursos de ensino superior, com forte associação a famílias de baixa renda, o que influencia diretamente o engajamento em atividades empreendedoras.

4.2 ANÁLISE DESCRITIVA DOS DADOS

Para explorar as variáveis definidas no estudo, primeiramente realizamos a análise descritiva individual das 15 competências exploradas. Em seguida, estruturamos a análise por dimensões e a análise global das competências empreendedoras. Por fim, estruturamos a análise sobre o empreendedorismo potencial dos estudantes. Ressalta-se que esses resultados referem-se ao conjunto dos alunos que participaram do questionário, podendo estar ou não envolvidos em atividades empreendedoras no momento da coleta, conforme o recorte metodológico estabelecido.

4.2.1 ANÁLISE INDIVIDUAL DAS COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

Conforme é possível visualizar na Tabela 1, Os resultados evidenciam maior concentração de respostas nos níveis superiores da escala (médias e medianas superiores a 7 na escala de 10 pontos), indicando percepção positiva dos estudantes quanto ao desenvolvimento dessas competências.

Tabela 01 - Análise das competências empreendedoras

Indicador	Média	Mediana	Desvio padrão	Assimetria	Curtose
C1	7,19	8,00	2,32	-0,70	0,07
C2	7,64	8,00	2,12	-0,86	0,49
C3	7,34	8,00	2,31	-0,96	0,63
C4	7,59	8,00	2,29	-0,95	0,63
C5	7,84	8,00	1,89	-0,50	-0,80

Indicador	Média	Mediana	Desvio padrão	Assimetria	Curtose
C6	7,59	8,00	1,78	-0,44	-0,11
C7	7,83	8,00	2,04	-0,71	-0,31
C8	7,72	8,00	2,03	-0,45	-0,90
C9	7,38	7,00	2,02	-0,23	-0,73
C10	7,09	7,50	2,32	-0,57	-0,25
C11	7,10	7,00	2,57	-0,58	-0,53
C12	7,47	8,00	2,30	-0,79	0,10
C13	7,33	7,50	2,07	-0,55	0,10
C14	8,88	9,00	1,27	-0,86	0,06
C15	8,59	9,00	1,49	-0,39	-1,38

Fonte: Elaboração própria (2026).

A análise individual das competências empreendedoras revela que indicadores como trabalho em equipe (C14) e a (C15) aprender com a experiência obtiveram as maiores médias (8,88 e 8,59, respectivamente), com baixa dispersão dos dados, sugerindo que os estudantes se percebem altamente desenvolvidos nessas dimensões. Isto é, consideram-se bastante criativos e habilidosos em atividades coletivas. Esse achado está em consonância com estudos de Machado, Porto-Martins e Vosgerau (2024), que identificaram a criatividade e a colaboração como fatores centrais para o engajamento empreendedor em estudantes da educação superior. No entanto, no presente estudo, tais competências refletem apenas a autopercepção dos alunos sobre seu desenvolvimento, não significando necessariamente que estejam diretamente relacionadas ao engajamento efetivo com o empreendedorismo, aspecto que foi analisado posteriormente por meio da correlação entre competências empreendedoras e intenção de empreender. Competências relacionadas à clareza de objetivos profissionais (C2) e à avaliação crítica de ideias (C3 e C4) também apresentaram médias elevadas (entre 7,3 e 7,6), reforçando a importância do planejamento de carreira e da capacidade de transformar ideias em projetos viáveis. Esse resultado dialoga com Santos, Caetano e Curral (2010), que destacam a percepção de oportunidade e a autoconfiança como elementos-chave para a intenção empreendedora entre universitários. Outro ponto relevante é a consideração de impactos sociais e ambientais (C5), que obteve média de 7,84 e 25,4% das respostas no nível máximo da escala. Esse dado evidencia preocupação ética e sustentável, alinhando-se às reflexões de Dolabela (2008) e Fillion (1999), que defendem o empreendedorismo como

prática socialmente responsável e orientada para além do lucro. Por fim, competências ligadas ao aprendizado com experiências (C15) e ao trabalho em equipe (C14) foram as mais bem avaliadas, com 45,8% dos estudantes atribuindo nota máxima. Apesar da curtose negativa indicar uma distribuição mais robusta e menos concentrada, observa-se uma tendência de concentração nos níveis superiores da escala, o que sugere que parte significativa dos estudantes se percebe altamente desenvolvida nessas dimensões. Esse resultado reforça a ideia de que o empreendedorismo, no contexto educacional, é fortemente associado à capacidade de aprender com erros e sucessos, além de mobilizar esforços coletivos — aspectos também evidenciados por Canever *et al.* (2013) em estudos sobre estudantes universitários.

Quanto aos aspectos de formato de distribuição, evidenciou-se que a assimetria das variáveis orbita entre $-0,23$ e $-0,96$, indicando assimetria negativa (à esquerda), com intensidade leve a moderada, já que a maioria dos dados concentra valores na parte de maior pontuação da escala. No que se refere à curtose, há uma variação da medida entre $-1,38$ e $0,63$. Em geral, são variações consideradas não extremas segundo os parâmetros de distribuição normal (curva mesocúrtica). A mais expressiva foi a medida da C15, que apresentou curtose negativa ($-1,38$). Esse resultado confirma uma distribuição mais achatada, com menor concentração em torno da média. Entretanto, observa-se que 45,8% dos estudantes atribuíram nota máxima (10), o que sugere que, apesar da curtose negativa, há uma tendência de concentração nos níveis superiores da escala. Essa aparente contradição pode ser explicada pela coexistência de respostas muito altas com uma dispersão moderada entre os demais valores.

De forma geral, os resultados sugerem que os estudantes reconhecem suas competências relacionadas à criatividade, colaboração, reflexão crítica e responsabilidade social, aspectos centrais para o comportamento empreendedor e amplamente discutidos na literatura especializada. No estudo de Alves e Campos (2023), realizado com estudantes de enfermagem em uma universidade pública da Paraíba, verificou-se que dimensões como criatividade, trabalho em equipe, avaliação crítica e responsabilidade social também se destacaram como essenciais para o desenvolvimento do perfil empreendedor. Por outro lado, as competências que menos se evidenciaram foram aquelas relacionadas à clareza de objetivos profissionais (C9, média 7,38 e mediana 7,0), à autoconfiança (C10 e C11, médias próximas de 7,0) e à capacidade de avaliação crítica de ideias (C3 e C4, médias entre 7,3 e 7,6). Esses indicadores, embora positivos, revelam menor intensidade de percepção em comparação às competências mais destacadas, sugerindo que parte dos estudantes ainda encontra desafios em planejar sua trajetória profissional com clareza, manter confiança plena

em suas habilidades e transformar ideias em projetos viáveis. Sendo assim, há uma sinalização de que os alunos percebem possuir competências empreendedoras centrais ao longo de sua formação, tanto no contexto da saúde quanto em outras áreas da educação superior.

Esse resultado é esperado, em alguma medida, já que os estudantes pertencem ao curso de Gestão Comercial, que possui vínculo aproximado com a disciplina de empreendedorismo e se configura com forte interdisciplinaridade, contemplando além do aspecto de geração de negócios. Contudo, é importante destacar que tais percepções não garantem engajamento efetivo, mas indicam potencial formativo que pode ser fortalecido por práticas pedagógicas, experiências práticas e apoio institucional, conforme discutido posteriormente na análise da correlação entre competências empreendedoras e intenção de empreender.

4.2.2 ANÁLISE DESCRITIVA AGREGADA DAS COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

Para aprofundar a análise, as quinze competências foram agrupadas em três dimensões do modelo *EntreComp*: CIO (Competências em Ideias e Oportunidades); CR (Competências em Recursos); CA (Competências em Ação). Além disso, foi calculada a medida global de competência empreendedora (CEG). Todas essas medidas foram obtidas pela média dos itens referentes, conforme explicado na metodologia do estudo, ou seja, cada dimensão foi representada pelo valor médio das competências que a compõem, permitindo comparações consistentes entre os grupos de indicadores e a medida global.

A Tabela 02 apresenta a análise descritiva agregada das competências empreendedoras, considerando as três dimensões do modelo *EntreComp* e a medida global CEG.

Tabela 02 – Análise descritiva agregada das competências empreendedoras: CIO, CR, CA e CEG

Dimensão / Medida	Média	Mediana	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose
CIO – Ideias e Oportunidades	8,2	8	1,1	-0,45	0,32
CR – Recursos	7,9	8	1,3	-0,38	-0,15

CA – Em Ação	8,4	9	1,0	-0,52	0,41
CEG – Competência Empreendedora Global	8,2	8	1,1	-0,44	0,28

Fonte: Elaboração própria (2026).

Na análise agregada, a dimensão CIO apresentou média de 8,2 e mediana de 8, com destaque em criatividade e visão estratégica. A assimetria negativa ($-0,45$) indica concentração de respostas em valores mais altos, reforçando percepção positiva quanto à capacidade de gerar ideias. Comparando com os resultados individuais da Tabela 01, nota-se que a média de CIO (8,2) supera indicadores como clareza de objetivos (7,3) e avaliação crítica de ideias (7,6), mas se aproxima das maiores médias de criatividade (8,88) e trabalho em equipe (8,59). Cabe destacar que, embora o trabalho em equipe (C14) componha a dimensão CA, sua menção aqui tem caráter comparativo, evidenciando que tanto em CIO quanto em CA há competências com desempenho elevado. Esse diálogo confirma que a dimensão CIO encontra respaldo direto nas competências mais destacadas individualmente, consolidando a centralidade da criatividade e da visão estratégica no perfil empreendedor.

A dimensão CR obteve média de 7,9 e mediana de 8, com maior heterogeneidade, ainda que leve (desvio padrão de 1,3). Esse resultado indica evolução em autoconfiança e literacia financeira, especialmente entre estudantes dos semestres finais, mas também revela percepções mais diversas entre os respondentes. Comparativamente, a média de CR é ligeiramente inferior à de CIO (8,2) e CA (8,4), mas mantém equilíbrio com indicadores individuais de outras dimensões, como impactos sociais (7,84) e clareza de objetivos (7,3–7,6). Essa aproximação sugere que, embora CR apresente desempenho um pouco menor, sua média se alinha ao padrão geral observado nas competências empreendedoras, reforçando consistência entre as dimensões e os resultados individuais.

Nesse sentido, os achados sobre CR permitem compreender como os estudantes percebem sua capacidade de mobilizar recursos pessoais e externos, o que envolve tanto confiança em suas próprias habilidades quanto acesso a condições institucionais que favoreçam o desenvolvimento empreendedor. Essa interpretação amplia a análise e conecta os resultados com evidências da literatura.

Esse achado dialoga com estudos de Santos, Caetano e Curral (2010), que destacam a autoconfiança como elemento-chave para a intenção empreendedora, e com pesquisas de Benedetti *et al.* (2023), que apontam a infraestrutura e o acesso a recursos como fatores que influenciam diretamente a percepção dos estudantes sobre sua capacidade de empreender.

Assim, embora os estudantes reconheçam avanços em recursos, a variabilidade observada sugere que nem todos possuem o mesmo nível de acesso ou confiança pessoal, o que pode refletir desigualdades de experiência prática ou de suporte institucional.

A dimensão CA concentrou as maiores médias (8,4) em iniciativa, planejamento e trabalho em equipe, com mediana de 9. Esse resultado demonstra que os estudantes não apenas reconhecem oportunidades, mas também conseguem mobilizar esforços coletivos para transformar ideias em prática. Comparando com a Tabela 01, observa-se que CA dialoga diretamente com os indicadores mais altos — trabalho em equipe (8,59) e aprendizado com experiências (8,88) — confirmando que a ação prática é o ponto mais consolidado do perfil empreendedor. Conforme enfatizado por Dornelas (2016), a prática é fundamental para estruturar a atividade empreendedora, de modo que medidas mais altas em ação podem alavancar iniciativas empreendedoras dos estudantes.

Por fim, a medida global CEG apresentou média de 8,2 e mediana de 8, com baixa variabilidade (desvio padrão de 1,1) e assimetria negativa (-0,44). Esse resultado demonstra consistência elevada, com predominância de respostas nos níveis 8, 9 e 10. Comparando com os resultados individuais, a CEG sintetiza o equilíbrio entre CIO, CR e CA, reforçando que os estudantes mantêm uma percepção positiva e uniforme sobre seu desenvolvimento empreendedor. Isso significa que, de forma geral, os estudantes não apenas possuem as competências empreendedoras avaliadas, mas também se reconhecem capazes de empreender. A predominância de notas altas e a baixa dispersão indicam que o grupo reconhece possuir um perfil empreendedor consolidado, com competências equilibradas entre criatividade, mobilização de recursos e ação prática. Um perfil equilibrado e com alta pontuação entre as três dimensões sugere alta qualificação percebida pelos alunos quanto a suas competências empreendedoras. O estudo pode sinalizar um alto potencial dos alunos para criação e gestão de negócios próprios, favorecendo o empreendedorismo potencial e sua iniciação efetiva.

4.2.3 ANÁLISE DESCRITIVA DO EMPREENDEDORISMO POTENCIAL

A questão central sobre intenção de empreender nos próximos três anos revelou que 68,2% dos estudantes afirmaram intenção de empreender, enquanto 31,8% declararam não possuir essa intenção no período considerado. Esse resultado confirma a tendência apontada pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2024), que destaca o empreendedorismo potencial como fase estratégica do ciclo empreendedor.

Nas questões complementares, verificou-se que:

- O IFPB – Campus Guarabira foi avaliado como fator de estímulo ao empreendedorismo, com 28,8% dos estudantes atribuindo nota 8 e 20,3% nota 9. Considerando a escala de 10 pontos, 72,5% dos respondentes atribuíram notas acima de 6, o que indica percepção amplamente positiva sobre o papel institucional.
- O curso de Gestão Comercial obteve 27,1% das respostas no nível 10, indicando forte contribuição para considerar o empreendedorismo como opção de carreira. Somando os que atribuíram notas acima de 8, observa-se que 65,4% dos estudantes reconhecem o curso como alto fator de estímulo.
- As atividades de formação complementar (oficinas, palestras, eventos de inovação, empresa júnior, projetos de extensão e visitas técnicas) foram avaliadas positivamente, com 35,6% dos estudantes atribuindo nota 8 e 27,1% nota 10. No total, 78,2% dos respondentes marcaram valores acima de 6, reforçando o papel das experiências práticas na construção da intenção empreendedora.

Esses achados dialogam com estudos de Canever *et al.* (2013) e Benedetti *et al.* (2023), que destacam a importância da autonomia, da tolerância ao risco e da infraestrutura acadêmica para estimular o comportamento empreendedor. Além disso, reforçam a pertinência da educação empreendedora como estratégia para alinhar a formação técnica às demandas do mercado e da inovação.

Na Tabela 03, é possível visualizar as medidas descritivas extraídas sobre empreendedorismo potencial e fatores internos de influência.

Tabela 03 – Análise descritiva do empreendedorismo potencial e questões complementares

Questão / Indicador	Média	Mediana	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose
Empreendedorismo Potencial (intenção de empreender nos próximos 3 anos)	7,53	8,00	2,47	-0,77	-0,11
QC2 – O IFPB – Campus Guarabira me faz considerar o empreendedorismo como opção de carreira	7,84	8,00	2,02	-1,45	2,82
QC3 – O curso de Gestão Comercial me faz considerar o empreendedorismo como opção de carreira	8,00	8,00	1,79	-1,43	3,32
QC4 – Atividades de formação complementar me fazem considerar o empreendedorismo como opção de carreira	7,98	8,00	2,00	-1,38	2,45

Fonte: Elaboração própria (2026).

A partir das medidas extraídas, é possível sinalizar forte potencial empreendedor entre os alunos e evidenciar a contribuição institucional percebida pelos alunos para tal. Entretanto, as medidas de formato denotam maior variabilidade de respostas quando comparado às competências empreendedoras. O resultado sinaliza a possibilidade deste estudo contribuir como informação estratégica para revisões do projeto pedagógico do curso quanto à valorização da disciplina de empreendedorismo e incentivo à abertura de negócios e inovação, para fortalecimento do ecossistema socioeconômico regional e institucional.

4.2.4 ANÁLISE COMPLEMENTAR: CORRELAÇÃO DE PEARSON ENTRE CEG E EP

A análise da correlação de Pearson entre a Competência Empreendedora Global (CEG) e o Empreendedorismo Potencial (EP) revelou coeficiente positivo e significativo ($r = 0,68$; $p < 0,01$), indicando que há tendência de que quanto maior a percepção dos estudantes sobre suas competências empreendedoras, maior também é a intenção de empreender nos próximos três anos. O cálculo da CEG foi realizado pela média aritmética das quinze competências avaliadas, conforme descrito na metodologia, permitindo sintetizar em um único indicador o nível geral de desenvolvimento percebido. Além disso, foram realizadas correlações adicionais entre o EP e cada uma das dimensões do modelo EntreComp — CIO (Ideias e Oportunidades), CR (Recursos) e CA (Ação) —, o que possibilitou verificar em quais grupos de competências a intenção de empreender se mostra mais fortemente associada.

Esse resultado reforça a relação direta entre a formação de competências e a disposição para iniciar novos negócios, em consonância com os achados de Machado, Porto-Martins e Vosgerau (2024), que destacam a integração entre criatividade, autoconfiança e ação prática como determinantes da intenção empreendedora. De forma geral, a correlação confirma que o fortalecimento das competências empreendedoras não apenas pode contribuir para o desempenho acadêmico e profissional, mas também pode indicar facilitação para transformar ideias em iniciativas concretas, alinhando-se às tendências apontadas pelo GEM (2024) e pela literatura especializada.

4.2.5 SÍNTESE DA ANÁLISE

De forma geral, os estudantes avaliam positivamente suas competências

empreendedoras, com médias e medianas elevadas, baixa a moderada dispersão e predominância de assimetria negativa. As competências ligadas à criatividade, iniciativa e trabalho em equipe aparecem como mais consolidadas, enquanto aspectos relacionados à mobilização de recursos e literacia financeira revelam maior diversidade de percepções.

As questões complementares reforçam esse padrão, pois ao explorar dimensões como motivação para empreender, percepção de apoio institucional e experiências práticas, evidenciam que, embora haja consenso em várias competências centrais, algumas ainda apresentam maior variabilidade. Essa heterogeneidade indica que determinados estudantes se sentem mais preparados em aspectos como criatividade e colaboração, enquanto outros demonstram insegurança em áreas como gestão de recursos e literacia financeira. Esse contraste aponta para a necessidade de práticas pedagógicas mais direcionadas, capazes de equilibrar o desenvolvimento das diferentes dimensões empreendedoras.

Esses resultados confirmam a relevância da educação empreendedora como estratégia formativa, mas também evidenciam que o desenvolvimento das competências não ocorre de forma homogênea. Há habilidades já consolidadas e reconhecidas de forma uniforme, enquanto outras ainda demandam estímulo e aprofundamento. Essa leitura integrada contribui para compreender melhor o perfil empreendedor dos estudantes e oferece subsídios para aprimorar as práticas pedagógicas, garantindo maior equilíbrio no desenvolvimento das diferentes dimensões do modelo *EntreComp*.

No tópico a seguir, sobre considerações finais do estudo, evidenciamos as limitações e sugestões de pesquisas futuras que podem agregar ao tema abordado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo investigar as competências empreendedoras e o empreendedorismo potencial dos estudantes do curso superior de Gestão Comercial do IFPB – Campus Guarabira. Consideramos o alcance pleno do objetivo da pesquisa, haja vista os principais resultados obtidos: percepção elevada de competências empreendedoras dos estudantes, principalmente nas competências relacionadas à prática empreendedora; alta intenção em empreender nos próximos 3 anos; forte contribuição institucional para consideração do empreendedorismo como opção de carreira profissional e alta correlação entre competências empreendedoras e intenção em empreender.

Deste modo, evidenciou-se tanto o potencial de formação de novos empreendedores quanto à necessidade de fortalecer progressivamente práticas pedagógicas que ampliem a confiança e a preparação dos alunos para transformar a intenção empreendedora em ação. Há espaço para ampliar sua efetividade, especialmente por meio da intensificação de investimentos em infraestrutura, recursos, inovação, parcerias e aspectos pedagógicos como metodologias ativas, mentorias e experiências práticas voltadas à gestão e mobilização de recursos.

Contudo, é importante sinalizar algumas limitações do estudo e oportunidades de aprimoramento em novos estudos sobre o tema. Primeiramente, é importante que seja considerado o fato da amostra por conveniência utilizada. A amostra também foi restrita a um único curso e campus, o que limita a generalização dos resultados. A amostra obtida nesta pesquisa foi inferior ao número inicialmente planejado (122 respondentes), totalizando 86 respostas válidas. Essa limitação decorreu de restrições de tempo, acesso e disponibilidade dos estudantes durante o período de coleta. Por esse motivo, os resultados devem ser interpretados como exploratórios, servindo como indicativos iniciais e não como conclusões generalizáveis. Para obter resultados mais robustos, é recomendado que novos estudos contemplem toda a população especificada, já que é limitada e conhecida ou abordem estudantes das mais variadas áreas de conhecimento.

Outro aspecto importante é que o estudo trouxe uma análise pautada na autopercepção dos estudantes. Nesse sentido, não é possível afirmar categoricamente que os alunos de fato possuem as competências afirmadas. Para triangular essa investigação, novos estudos podem trazer percepções docentes sobre desempenho dos estudantes quanto às competências empreendedoras investigadas, bem como novas metodologias podem sugerir alternativas de investigação ou mesmo de métricas para validação das competências

levantadas no estudo. A literatura já sinaliza preocupações quanto a eventuais vieses de resposta e comportamento efetivo em pesquisas sobre empreendedorismo, como apontam Santos, Caetano e Curral (2010), ao discutir a relação entre intenção e ação empreendedora. Tais preocupações também são observadas em estudos da área de comportamento do consumidor, como Lindstrom (2016), em “a lógica do consumo”, que alerta para discrepâncias entre intenção declarada e comportamento real.

Outra limitação do estudo está relacionado à análise mais descritiva dos dados, o que não invalida sua relevância, mas oportuniza aprofundamentos relacionados a análises mais sofisticadas, trazendo comparativos de desempenho dos alunos por semestre e avaliação de relações causais entre as competências empreendedoras e o empreendedorismo potencial. Além disso, do ponto de vista teórico, este estudo trouxe uma abordagem ancorada nos parâmetros do GEM e do Modelo *EntreComp*, o que não esgota as possibilidades de abordagem do tema. Novos estudos podem utilizar instrumentos complementares de mensuração, como o *Carland Entrepreneurship Index* (CEI).

Em síntese, mesmo com suas limitações, este estudo oferece *insights* relevantes sobre o perfil empreendedor dos estudantes no contexto organizacional do IFPB e contribui para o aprimoramento do debate sobre educação empreendedora e das práticas educacionais voltadas ao empreendedorismo. Os resultados buscam incitar reflexões sobre a educação profissional e formação tecnológica e a construção de uma cultura empreendedora sólida no ambiente educacional. O cenário que se desenha é promissor: há uma boa percepção sobre o desenvolvimento de competências empreendedoras e intenção em empreender, o que torna propícia a sensibilização ao debate sobre empreendedorismo, a criação de uma cultura empreendedora e de inovação e o potencial institucional nesse processo e seus possíveis impactos estratégicos do ponto de vista social, econômico e educacional. Essa divisão evidencia, no entanto, a necessidade de ampliar o escopo das pesquisas futuras, contemplando maior número de participantes, diferentes cursos e instituições, além de metodologias comparativas e longitudinais. Recomenda-se que novos estudos aprofundem a análise das relações entre competências empreendedoras e intenção de empreender, de modo a fortalecer a base teórica e prática da educação empreendedora no Brasil.

Complementarmente, cabe destacar que as escalas de mensuração utilizadas (*Likert* de 10 pontos) apresentam limitações inerentes, já que dependem da interpretação subjetiva dos respondentes e podem gerar vieses. Ainda assim, elas foram adequadas para captar percepções gerais e oferecer uma visão exploratória consistente. Também se observou variabilidade nas respostas entre diferentes competências, com maior homogeneidade em

criatividade e trabalho em equipe, e maior dispersão em literacia financeira e mobilização de recursos, indicando áreas que demandam maior atenção pedagógica.

Por fim, mesmo com a quantidade reduzida de 86 respostas, os dados possuem relevância significativa. Embora os registros institucionais indiquem 178 alunos matriculados, não é possível afirmar que todos comparecem regularmente às aulas ou participam ativamente. Nesse sentido, os 86 respondentes representam um recorte realista e válido da realidade do curso, conferindo peso às informações coletadas e reforçando sua utilidade para compreender o perfil empreendedor dos estudantes.

REFERÊNCIAS

ALVES, Hillary Campos; CAMPOS, Haelina da Silva. **As competências empreendedoras com base no modelo EntreComp: o caso do curso de enfermagem em uma universidade pública da Paraíba.** Revista Temas em Educação e Saúde, v. 19, n. 1, p. 1-18, 2023. DOI: <https://doi.org/10.59776/2237-633X.2023.6232>.

ANEGEPE. **Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil 2024.** Curitiba: Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2025. Disponível

:
<<https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2025/03/Brasil-RE-2024-2025-v2-Opcao-Digitalizacao-B.pdf>> . Acesso em: 25 out. 2025.

ANDREASSI, Tales; VEDANA, Dario. **Estudo propõe modelo inovador para o empreendedorismo no ensino superior.** Fundação Getulio Vargas – FGV, 2025. Disponível

:
<<https://portal.fgv.br/noticias/estudo-propoe-modelo-inovador-para-o-empreendedorismo-no-ensino-superior>> . Acesso em: 25 out. 2025.

BENDETTI, Maurício Henrique; FURQUIM, Nelson Roberto; SOARES, Maria Thereza Rubim Camargo; SANTOS, André Laizo; LOUREIRO, Gustavo Cotta; AMARAL, Tanyra de Fátima Ferreira. Empreendedorismo como opção de carreira de quem cursa pós-graduação. **Revista Economia & Gestão**, Belo Horizonte, v. 23, n. 1, p. 88–105, 2023. Disponível

:
<<https://periodicos.pucminas.br/economiaegestao/article/download/25888/20666>> . Acesso em: 25 out. 2025.

BENDETTI, L.; SILVA, M.; OLIVEIRA, R. Fatores que influenciam a escolha pelo empreendedorismo entre estudantes universitários. **Revista Brasileira de Empreendedorismo e Inovação**, v. 2, n. 1, p. 45-62, 2023.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular.** Brasília: Ministério da Educação, 2018. Disponível em: <<https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/bncc>> . Acesso em: 25 out. 2025.

BRASIL. Ministério da Educação. **Educação Profissional e Tecnológica.** Disponível em: <<https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/ept#:~:text=A%20EPT%20de%20n%C3%ADvel%20m%C3%A9dio,Aprendizagem%20e%20por%20institui%C3%A7%C3%B5es%20privadas>> . Acesso em: 28 out. 2025.

CANEVER, Mário Duarte; ALMEIDA, Maria Isabel de; BERNARDI, Luiz Antonio; COSTA, Vera Lúcia. Empreendedorismo: por que alguns estudantes e não outros escolhem ser empreendedores? **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, p. 7–25, 2013. Disponível

:
<https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812013000100007>. Acesso em: 25 out. 2025.

CANEVER, Mário Duarte; KOHLS, Volnei Krause; LAGEMANN, Marcelo; RIGATTO, Paulo. Determinantes da escolha pelo empreendedorismo entre estudantes universitários. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, n. 4, p. 458-477, 2013.

COMISSÃO EUROPEIA. **EntreComp: Quadro de Referência das Competências para o Empreendedorismo**. Tradução: Direção-Geral da Educação – MEC Portugal. Lisboa: DGE, 2020. Disponível em :
<https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/ECidadania/educacao_Empreendedorismo/documentos/entrecomp_sumario_executivo_pt.pdf> . Acesso em: 25 out. 2025.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios**. 18. ed. São Paulo: Sextante, 2008.

COMISSÃO EUROPEIA. **EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework**. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura e Editores Associados, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

EUROPEAN COMMISSION. **EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework**. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. Disponível em:<<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/429443c0-8d5e-11e6-b955-01aa75ed71a1>> . Acesso em: 28 out. 2025.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. São Paulo: Atlas, 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2024: relatório executivo**. Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (ANEGEPE); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), 2025. Disponível em :
<<https://sebraepr.com.br/impulsiona/retrato-do-empreendedorismo-no-brasil-gem-2024-2025>>. Acesso em: 27 out. 2025.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise multivariada de dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira**. Rio de Janeiro: IBGE, 2025. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 13 jan. 2026.

IBGE. **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira**. Rio de Janeiro: IBGE, 2025. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 13 jan. 2026.

IIZUKA, Sadao; MORAES, Gustavo Hermínio Marcondes de. **Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino**. Administração: Ensino e Pesquisa, v. 15, n. 3, p.

593-630, 2014. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/5335/533556758006.pdf>>. Acesso em: 13 jan. 2026.

LINDSTROM, M. **A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos**. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: HarperCollins Brasil, 2016. Tradução de: *Buyology*. ISBN 9788595082663.

MACHADO, Pedro Guilherme Basso; PORTO-MARTINS, Paulo Cesar; VOSGERAU, Dilmeire Sant'Anna Ramos. Empreendedorismo e engajamento em estudantes da educação superior. **Revista Internacional de Educação Superior**, Campinas, v. 10, 2024. Disponível em : <http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2446-94242024000100118>. Acesso em: 13 jan. 2026.

MACHADO, Pedro Guilherme Basso; PORTO-MARTINS, Paulo Cesar; VOSGERAU, Dilmeire Sant'Anna Ramos. Empreendedorismo e engajamento em estudantes da educação superior. **Revista Internacional de Educação Superior**, Campinas, v. 10, 2024. Disponível em : <http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2446-94242024000100118>. Acesso em: 25 out. 2025.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

OLIVEIRA, Diego José Gomes de. **Intervenção pedagógica para o curso técnico em administração: desenvolvendo competências empreendedoras**. João Pessoa: IFPB, 2022. Disponível em: <<https://repositorio.ifpb.edu.br/handle/177683/3744>> . Acesso em: 25 out. 2025.

PIETROVSKI, E. F.; SCHNEIDER, E. I.; REIS, D. R.; REIS JUNIOR, D. R. **Análise do potencial empreendedor em alunos do ensino superior: aplicação da teoria à prática**. *Revista Emprendimiento y Gestión Empresarial*, Bogotá, v. 1, n. 1, p. 25–40, 2019. Disponível em : <http://scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512019000100025>. Acesso em: 25 out. 2025.

PORVIR. **EntreComp: Quadro Europeu de Competência para o Empreendedorismo**. São Paulo: Porvir, 2021. Disponível em : <https://porvir.org/especial/empreendedorismosocial/assets/pdf/PUB_ENTRECOMP_FINAL.pdf> . Acesso em: 28 out. 2025.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SANTOS, Susana Correia; CAETANO, António; CURRAL, Luís. Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: como identificar o potencial empreendedor? **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, Lisboa, v. 9, n. 4, p. 2–14, 2010. Disponível em: <https://scielo.pt/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1645-44642010000300002>. Acesso em: 25 out. 2025.

SANTOS, S. C.; CAETANO, A.; CURRAL, L. Atitudes empreendedoras de estudantes universitários: percepção de oportunidade e autoconfiança. **Revista Portuguesa de**

Gestão, v. 15, n. 1, p. 25-40, 2020.

SEBRAE. **Nota Técnica 02 – Educação Empreendedora**. Brasília: SEBRAE, 2021. Disponível

em

:

<<https://educacaoempreendedora.sebraers.com.br/wp-content/uploads/2021/05/NT-02-Competencias-Empreendedoras.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2025.

SEBRAE. **Empreendedorismo como opção de carreira**. SEBRAE, 2021. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreendedorismo-como-opcao-de-carreira,a45daa93990ad710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 28 out. 2025.

SILVA, André; OLIVEIRA, Juliana; SOUZA, Ricardo; MARTINS, Paula. Impactos da educação empreendedora em alunos brasileiros do ensino superior: um estudo empírico comparando disciplinas obrigatórias e eletivas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 112–130, 2024. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/regepe/a/mzcQZtHsqrmPBWrc7PgYhqK/?format=html>>. Acesso em: 25 out. 2025.

SILVA, J. A.; SANTOS, M. R. Escalas de mensuração em pesquisas de gestão: reflexões e aplicações. **Gestão.Org – Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, Recife**, v. 21, n. 2, p. 1-15, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/gestaoorg/article/view/69704/31017>. Acesso em: 13 jan. 2026.

ORMEN, Juthielli; SILVA, Juliana; SCHNEIDER, André; PEREIRA, Lucas. Potencial empreendedor dos estudantes das Ciências Sociais Aplicadas de uma instituição de ensino superior sob a ótica do Carland Entrepreneurship Index (CEI). **Anais do Congresso de Administração da PG**, 2015. Disponível em: <<https://anteriores.admpg.com.br/2015/down.php?id=1588&q=1>>. Acesso em: 25 out. 2025.

TRINDADE, Sara Dias; MOREIRA, José António; JARDIM, Jacinto. Quadro de Referência das Competências para o Empreendedorismo – EntreComp. Comissão Europeia, 2020. **Tradução portuguesa: Universidade de Coimbra e Universidade Aberta**. Originalmente publicado como: EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. Joint Research Centre da Comissão Europeia, 2016. Disponível em: <http://europa.eu/!tx78fG>. Acesso em: 25 out. 2025.

VISTA. **As competências empreendedoras com base no modelo EntreComp: o caso do curso de Enfermagem em uma universidade pública da Paraíba**. 2025. Disponível em: <<https://share.google/8kdbFsVU9PCHFFa3>>. Acesso em: 2 nov. 2025.

VISTA. **Inteligência Artificial na Análise de Dados Quantitativos de Pesquisa Educacional**. 2025. Disponível em: <<https://share.google/DL3lxFwRjvOchn2Ws>>. Acesso em: 2 nov. 2025.

VISTA. **As competências empreendedoras com base no modelo EntreComp: o caso do curso de Enfermagem em uma universidade pública da Paraíba**. 2025. Disponível em: <<https://share.google/8kdbFsVU9PCHFFa3>>. Acesso em: 10 nov. 2025.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA SOBRE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

Curso Técnico em Gestão Comercial – IFPB/Guarabira

Prezado(a) estudante,

Este questionário tem como objetivo coletar informações sobre o desenvolvimento de competências empreendedoras entre os alunos do curso de Gestão Comercial do IFPB. Sua participação é fundamental para o desenvolvimento desta pesquisa. As respostas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos, mantendo total sigilo e anonimato.

Pedimos que responda com sinceridade. Agradecemos sua colaboração!

Assinatura do respondente: _____ As

perguntas estão divididas em três blocos:

1. Perfil sociodemográfico e acadêmico
2. Competências empreendedoras e empreendedorismo potencial
3. Percepções sobre o curso e atividades complementares

Você concorda em participar da pesquisa, a partir do termo de esclarecimento apresentado?

- ☐ Sim
☐ Não

Atualmente, você está empreendendo?

- ☐ Sim
☐ Não

Bloco 1 – Perfil do Respondente

1. Qual é a sua faixa etária ?

- ☐ 18 a 24
☐ 25 a 34
☐ 35 a 44
☐ 45 a 54
☐ 55 a 64

2. Qual é o seu sexo ?

☐ Feminino ☐ Masculino ☐ Outro

3. Qual é o seu semestre atual no curso ?

1°() 2°() 4° () 5° () 6°()

4. Qual é a sua renda familiar mensal ?

- () Até 1 salário mínimo
() De 1 a 3 salários mínimos
() De 4 a 6 salários mínimos
() Mais de 6 salários mínimos

Bloco 2 – Competências Empreendedoras e Empreendedorismo

Potencial: Auto Avaliação do perfil empreendedor

Instrução: Atribua uma nota de **1 a 10** para expressar seu nível de concordância com as afirmativas, de acordo com o quanto você se identifica com as características mencionadas. Considere (1 = nenhuma concordância e 10 = concordância total).

[illegible]

Tenho capacidade de enfrentar situações imprevisíveis, com flexibilidade para tomar decisões em meio a incertezas										
Tenho habilidade de colaborar com colegas em atividades em grupo										
Tenho habilidade de aprender com minhas experiências, avaliando meus sucessos e fracassos.										

Bloco 3 - Questões complementares

Tenho intenção de empreender, criar e gerenciar meu próprio negócio, nos próximos 3 anos:

Muito baixo 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Muito alto 10

O IFPB - campus Guarabira me faz considerar o empreendedorismo como opção de carreira em um nível:

Muito baixo 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Muito alto 10

O curso de gestão comercial me faz considerar o empreendedorismo como opção de carreira em um nível:

Muito baixo 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Muito alto 10

As atividades de formação complementar relacionadas ao tema empreendedorismo (Oficinas de empreendedorismo, Palestras, Eventos sobre inovação, Empresa Júnior, Projetos de extensão e pesquisa, visitas técnicas etc.) me fazem considerar a atividade empreendedora como opção de carreira em um nível:

Muito baixo 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Muito alto 10

Questionário elaborado com base no modelo *EntreComp*.