

NOVA CHANCE, NOVOS CAMINHOS: A INFLUÊNCIA DA EDUCAÇÃO, DA PAIXÃO E DA MOTIVAÇÃO NA INTENÇÃO DE EMPREENDER

Antonia Márcia Rodrigues Sousa¹; Ingrid Vitória Lopes Marins²; Francisco Bruno Monte Gomes³; Ruan Carlos dos Santos⁴

¹, Universidade Federal do Ceará; ² Formada em Finanças, Universidade Federal do Ceará – UFC,

³ Instituto Federal do Ceará; ⁴ Centro Universitário Avantis (UniAvan)

pesquisadoramarciarodrigues@gmail.com

RESUMO

Este estudo investiga como a educação e a paixão empreendedora, além das motivações individuais, influenciam a intenção de empreender dos participantes do Projeto de educação para inclusão profissional, denominado de Nova Chance, em uma cidade do Ceará.. Utilizou-se de uma abordagem qualitativa a partir de entrevistas com 20 egressos, analisados com a técnica Bola de Neve, com o auxílio técnico do software Atlas. Ti. Com isso, foi possível identificar que a educação empreendedora fortalece o conhecimento e a motivação, enquanto a paixão é crucial para a persistência. Apontam-se alguns desafios como falta de recursos iniciais e limitações financeiras que se constituem como fortes obstáculos para apostar no empreendedorismo. O estudo destacou a importância de apoio financeiro e redes de contato, apontando o impacto positivo do projeto e sugerindo aprimoramentos para políticas públicas voltadas ao empreendedorismo em contextos similares.

Palavras-chave: empreendedorismo; educação empreendedora; paixão empreendedora; intenção empreendedora.

INTRODUÇÃO

A educação empreendedora amplia o aprendizado de estudantes inovadores e proativos, além de qualificar empreendedores para atuarem em organizações ou abrirem seus próprios negócios (Guerra & Grazziotin, 2010). Para Rauch e Hulsink (2015), o empreendedorismo estimula o crescimento econômico e o emprego, sendo, portanto, um fator relevante para o interesse pela educação empreendedora. Duval-Couetil (2013) complementa que esse tipo de educação oferece conhecimentos, habilidades e competências essenciais para a criação e gestão de empresas, agregando valor social e econômico.

Empresas inovadoras têm impactado a vida das pessoas com geração de empregos, novas tecnologias e melhoria de produtos e serviços (Leite, 2017). O crescente interesse pelo empreendedorismo levou governos e instituições de ensino a investirem no desenvolvimento do perfil empreendedor (Schmidt & Bohnenberger, 2009). Há, portanto, uma cooperação entre essas instituições e o poder público na promoção de atividades empreendedoras, com o

objetivo de gerar tecnologias e produtos que impulsionem o desenvolvimento regional (Ipiranga et al., 2017).

Nesse contexto, universidades e gestão pública exercem o desafiador papel de promover a capacitação empreendedora e criar um ambiente favorável ao desenvolvimento de iniciativas, sem dúvidas, a busca constante para consolidar estas práticas através da criação das políticas públicas consistentes (Rodrigues et al., 2019).

Diante destas perspectivas, o município de Sobral, que está localizado na região Noroeste do Estado do Ceará, distanciado a aproximadamente 240 km da capital Fortaleza, vem buscando organizar e propor através de projetos específicos uma agenda de atuação pautada no fortalecimento da educação empreendedora, por meio de estratégias de capacitação e qualificação profissional alinhado com as exigências do mercado da atualidade.

De acordo com o IBGE (2024), o município de Sobral tem uma população estimada em 215.286 habitantes e densidade demográfica (2022) de 98,15 hab./km². Com PIB per capita de R\$ 25.396,38 em 2021, ocupando a 12^a posição entre os municípios cearenses e a 2.570^a no Brasil. Em 2015, 82,9% de suas receitas eram externas (IBGE, 2024). Sua economia passou por mudanças significativas, reforçando seu papel como centro regional. O comércio, a agropecuária e a indústria continuam sendo setores relevantes (Rodrigues, 2020).

Baseado nestas premissas, o presente estudo tem como objetivo geral o de identificar a relação entre educação e paixão empreendedora na intenção de empreender dos participantes em projeto desenvolvido pela gestão pública do município de Sobral. Além disso, como objetivos complementares, analisar o impacto do projeto na motivação empreendedora dos participantes, investigar a percepção dos participantes sobre sua paixão empreendedora e avaliar o desenvolvimento de habilidades adquiridas durante o programa e sua influência nas intenções empreendedoras.

A pesquisa buscará destacar também os fatores que impulsionam o comportamento empreendedor, trazendo alinhamento e subsídios para aperfeiçoar programas futuros de educação empreendedora e orientar políticas públicas. Também visará o fortalecimento da cultura empreendedora em Sobral e outras localidades com características similares.

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

A inserção da Educação Empreendedora teve início no ensino superior, com sua introdução como disciplina em diversos cursos (Fayolle, 2013). Nos Estados Unidos, foi constatado um crescimento expressivo dessas disciplinas: em 1979, 93 instituições as ofereciam; em 2004, esse número ultrapassava 1.600, evidenciando a expansão do tema (Solomon, 2014).

Na Europa, a valorização da Educação Empreendedora ganhou destaque a partir de 2003. Três anos depois, o empreendedorismo e o senso de iniciativa foram incluídos entre as oito competências essenciais para a vida em uma sociedade do conhecimento. Desde então, documentos oficiais passaram a defender sua presença em todos os níveis educacionais. Em 2016, foi desenvolvido o EntreComp, um referencial com 15 competências fundamentais para programas na área (Bacigalupo et al., 2016).

No Brasil, o tema começou a se fortalecer nos anos 1990, inicialmente nos cursos de Administração, expandindo-se gradativamente para outras áreas. A inclusão do empreendedorismo na Base Nacional Comum Curricular em 2016 consolidou sua obrigatoriedade no Ensino Médio (Brasil, 2023).

A ampliação das práticas educacionais empreendedoras fomentou a produção acadêmica e o debate sobre fundamentos conceituais mais consistentes e a integração entre

teoria e prática (Fayolle, 2013). Análises apontam fragilidades na articulação com teorias da aprendizagem, especialmente em relação à aprendizagem experiencial e à inovação (Kakouris; Georgiadis, 2016).

Estudos recentes destacam a incorporação de novas vertentes, como os empreendimentos afro, religiosos, públicos e culturais-artísticos, ampliando o escopo temático e gerando estratégias educacionais mais alinhadas ao desenvolvimento de competências específicas (Araújo; Sousa; Guimarães, 2023).

PAIXÃO EMPREENDEDORA

A paixão empreendedora refere-se a sentimentos intensos e positivos, conscientemente vivenciados, que emergem do engajamento em atividades empreendedoras ligadas a papéis centrais na autoidentidade do empreendedor (Cardon et al., 2009). Entre esses papéis, destaca-se o de desenvolvedor, voltado ao crescimento do negócio por meio de estratégias particulares (Cardon et al., 2013).

A estrutura teórica de Cardon et al. (2013) define três papéis centrais: o inventor (identificação de oportunidades), o fundador (criação do negócio) e o desenvolvedor (expansão). Cada um envolve emoções distintas e deve ser considerado na mensuração da paixão. Embora inspirado na visão de Schumpeter sobre a disposição para riscos e metas, o conceito ganhou consistência nas últimas décadas com estudos que exploraram sua dimensão emocional (Cardon et al., 2005; 2009; Thorgren&Wincent, 2015).

Para a presente pesquisa, o foco esteve no papel do inventor, relacionado à percepção de oportunidades e inovação. Evidências mostram que a paixão empreendedora melhora o foco e reduz preocupações com obstáculos (Biraglia & Kadile, 2017), estando positivamente associada à intenção empreendedora (Biraglia & Kadile, 2017; Stenholm & Renko, 2016).

Após a decisão de empreender, a paixão continua a influenciar a identificação e exploração de oportunidades, além de afetar desempenho e crescimento (Bao et al., 2017; Santos & Cardon, 2013). Essa intensidade não é estática, podendo variar ao longo do tempo (Cardon et al., 2009). Pesquisas longitudinais mostram que paixão e sucesso se influenciam mutuamente (Lima et al., 2016).

Estudos recentes reforçam a centralidade da paixão na relação entre educação empreendedora e intenção de empreender, evidenciando seu papel estratégico no processo empreendedor (Cazella& Machado, 2022).

INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A intenção empreendedora é a convicção consciente de que se pretende criar um negócio futuramente, configurando-se como decisão deliberada que orienta as ações para empreender (Thompson, 2009). Embora nem toda intenção leve à ação concreta (Davidsson, 1995), ela é reconhecida como elemento central na análise da criação de novos negócios (Carvalho & Gonzales, 2006).

Por tratar-se de um ato voluntário e planejado, a intenção pode ser estudada por modelos próprios, o que a torna relevante para formuladores de políticas, educadores e pesquisadores. Fayolle e Liñán (2014) apontam esse campo como um dos mais dinâmicos da pesquisa em empreendedorismo. Almeida (2013) destaca que o uso desses modelos permite

antecipar comportamentos, fornecendo uma base conceitual sólida para entender e prever ações empreendedoras.

O empreendedorismo, por sua vez, tem importância crescente para o desenvolvimento socioeconômico, especialmente no plano regional e sustentável (Viana et al., 2016). Como campo multidisciplinar, envolve dimensões diversas, sendo elas, econômicas, sociais, psicológicas e gerenciais, impossibilitando abordagens reducionistas (Franco & Gouvêa, 2008). Nesse contexto, atitudes e intenções ganham destaque como estratégias para promover inovação, produtividade e desenvolvimento local (Julien, 2010).

A formação da intenção empreendedora é influenciada por fatores pessoais e contextuais, como valores, crenças e autoeficácia. Para Fayolle (2014), modelos baseados em intenção superam abordagens tradicionais por integrarem motivações internas e o ambiente social. Assim, a relevância acadêmica do tema tem crescido de forma significativa (Silveira et al., 2017).

MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

Diversos fatores motivam o empreendedorismo, como a busca por realização, independência, implementação de ideias, insatisfação profissional, desejo de provar capacidade, controle da própria vida, expectativa de maiores ganhos, status e disposição para assumir riscos (Bernardi, 2010). Essas motivações, embora variem, envolvem desafios para alcançar o sucesso e podem ou não estar associadas a traços de personalidade, manifestando-se em contextos diversos.

Segundo Leite e Oliveira (2014), a prática empreendedora divide-se em duas categorias: por oportunidade, quando o indivíduo identifica uma possibilidade de lucro; e por necessidade, quando o empreendedorismo é a única alternativa profissional. Hisrich, Peters e Shepherd (2017) definem o comportamento empreendedor por quatro elementos centrais: inovação e criação, dedicação, disposição para riscos e recompensas, especialmente a satisfação pessoal.

As motivações empreendedoras abrangem dimensões sociais, econômicas e psicológicas que podem coexistir e se reforçar (Vale, Correia & Reis, 2013). A motivação é o processo que direciona e sustenta os esforços em busca de metas (Robbins & Sobral, 2010, apud Costa & Moura, 2018). McClelland (1972), citado por Vale, Correa e Reis (2014), enfatiza a importância dos valores e da autorrealização como motores da atividade empreendedora.

Para Maximiano (2006), muitos empreendedores são impulsionados pelo entusiasmo da oportunidade e pela satisfação de desenvolver uma ideia, além do desejo de ser chefe, alcançar independência, liberdade para tomar decisões e controle financeiro, evitando o risco de demissão. O autor destaca que a motivação para empreender é multifatorial, relacionada a oportunidades, habilidades, recursos e até antecedentes pessoais e familiares.

Conforme explicitado anteriormente, existe ainda um grupo que defende que as causas do processo empreendedor podem ser as mais variadas possíveis.

Dentre eles, Baggio e Baggio (2014), que elencam três fatores que motivam os empreendedores, conforme o quadro a seguir:

Quadro 1 - Fatores motivacionais para práticas empreendedoras

Fatores pessoais:	Desejo de realização pessoal, insatisfação no trabalho, desejo de ganhar dinheiro, desejo ardente de mudar de vida ou mesmo o fato de ser demitido de seu emprego.
Fatores ambientais:	Analisar e identificar oportunidades de negócios ou a possibilidade de entrar em um projeto.
Fatores sociológicos:	Possibilidade de ter um grupo de pessoas competentes com características semelhantes, influência de parentes ou modelos já desenvolvidos na família.

Fonte: Adaptação de Baggio e Baggio(2014,p.33)

Baggio e Baggio (2014) identificam quatro motivações principais para empreender: por necessidade, vocação, inércia e conhecimento. Já Chiavenato (2007) destaca três características essenciais da motivação empreendedora: necessidade de realização, disposição para riscos e autoconfiança.

A literatura revisada indica que as motivações para empreender são múltiplas e complexas, indo além da dicotomia necessidade/oportunidade. Correa, Reis e Vale (2014, p. 314) afirmam que essas motivações podem interagir e se reforçar mutuamente, variando conforme o indivíduo.

METODOLOGIA

O estudo adotou uma abordagem exploratória qualitativa com o método de estudo de caso, caracterizado como observacional, analítico e exploratório. A pesquisa exploratória visa coletar dados e analisar fenômenos para tirar conclusões (Gerhardt; Silveira, 2009), já a pesquisa qualitativa, se utiliza de dados não numéricos, como entrevistas e documentos, permitindo uma análise aprofundada das particularidades dos objetos estudados (Gerhardt; Silveira, 2009). Essa abordagem também facilitou a formulação de questões e a articulação entre teoria e prática (Gerhardt; Silveira, 2009). Segundo Cooper e Schindler (2016), a pesquisa qualitativa busca compreender, em profundidade, os processos e significados das ações investigadas. A amostra foi selecionada por meio da técnica Bola de Neve (SnowballSampling), de caráter não probabilístico e acidental, respeitando os preceitos éticos, inclusive o uso do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido nas entrevistas.

A pesquisa seguiu a evolução da compreensão analítica do tema investigado (Godoi; Mattos, 2006) e utilizou a técnica de snowballsampling, uma amostragem não probabilística em que participantes indicam novos sujeitos até o ponto de saturação, quando as entrevistas deixam de aportar informações relevantes (Baldin; Munhoz, 2011; Who, 1994). Essa técnica, baseada em cadeias de referência, facilita o acesso a populações de difícil alcance ou ocultas (Albuquerque, 2009) e permite a inclusão de subgrupos via informantes-chave (Sanchez; Nappo, 2002). Para garantir diversidade e profundidade, as “sementes” iniciais são participantes com conhecimento da comunidade estudada (Goodman, 1961).

A análise dos dados foi realizada por meio da análise de conteúdo, que interpreta mensagens de forma sistemática e objetiva, captando significados explícitos e implícitos (Bardin, 1994). Essa técnica permite apreender dimensões psicológicas, sociológicas e históricas a partir de um conjunto estruturado de dados (Dallagnelo; Silva, 2005) e segue três fases: pré-análise (organização do material e formulação de hipóteses), exploração (codificação e categorização) e tratamento e interpretação dos resultados (Bardin, 1994).

O estudo teve como objeto central de avaliação o Projeto Nova Chance, iniciado em julho de 2022 em Sobral-CE. Objetivo do projeto está centralizado em oferecer cursos profissionalizantes a adultos com 30 anos ou mais, especialmente aqueles fora do mercado de

trabalho ou que já tiveram algum tipo de oportunidade e desejam o reingresso ao mercado de trabalho. A iniciativa buscou ampliar oportunidades para população afetada pelos impactos econômicos promovidos pela pandemia de COVID-19.

O projeto foi executado pela Secretaria do Trabalho e Desenvolvimento Econômico (STDE), em parceria com o SENAC e o SENAI, entre 2022 e 2024, houve um investimento de R\$ 876.010,00. Foram ofertadas 62 turmas e 46 cursos, beneficiando 1.240 pessoas. Os cursos foram ministrados por instrutores qualificados em locais diversos do município, com opções nos turnos da manhã, tarde e noite.

O SENAC já atua em áreas como beleza, saúde, comércio e moda, enquanto o SENAI oferece predominantemente cursos em gastronomia, tecnologia, manutenção e mecânica. A pesquisa analisou os resultados do projeto apenas no período de 2022 a 2023, com base na amostra de 20 participantes concluintes, distribuídos em cinco segmentos, conforme destacados no quadro a seguir:

Quadro 2 - Segmentos de atuação

SEGMENTO	QUANTIDADE
Beleza	3
Gastronomia	6
Informática	1
Moda	3
Prestação de serviços	7
Total	20

Fonte: Elaboração própria

Na seleção dos participantes para esta pesquisa, foram adotados critérios de inclusão e exclusão para assegurar uma amostra alinhada aos objetivos do estudo. Foram elegíveis os indivíduos que concluíram integralmente o Projeto Nova Chance, receberam o certificado de conclusão e participaram dos grupos de WhatsApp administrados pelo coordenador do projeto. Também foram incluídos participantes de ambos os sexos, de todas as cinco áreas de cursos oferecidos que estavam dispostos a compartilhar suas experiências. Foram excluídos os que não finalizaram o curso metodológico dos cursos e também aqueles que não consentiram em participar ou não estavam dispostos a relatar suas vivências, participantes com limitações cognitivas ou linguísticas que dificultassem a clareza dos relatos também foram excluídos, para garantir a qualidade dos dados coletados.

Esses critérios garantiram uma amostra representativa das vivências dos participantes que concluíram o projeto Nova Chance, respeitando as diferenças individuais e assegurando uma análise precisa das experiências relatadas. A coleta de dados foi realizada por entrevistas estruturadas, visando obter informações detalhadas para o diagnóstico do estudo (Marconi & Lakatos, 2017). Esse método favorece a confiança entre entrevistador e entrevistado, incentivando respostas autênticas e aprofundadas (Leite, 2004). Conforme Hair Jr. et al. (2005), a entrevista envolve contato direto com registro das respostas para análise posterior.

A amostra incluiu 20 egressos do Projeto Nova Chance, selecionados por amostragem em bola de neve, permitindo a ampliação da rede por indicações. Utilizou-se um roteiro semiestruturado com 20 perguntas divididas em quatro categorias, combinando questões fechadas (quantitativas) e abertas (qualitativas). As entrevistas foram realizadas de acordo com a disponibilidade dos participantes: uma presencial, duas por telefone e dezessete pelo

Google Meet, com agendamento confirmado via WhatsApp. Um pré-teste externo à amostra validou o instrumento.

Adotou-se a técnica de entrevista em profundidade, que buscou captar a visão do entrevistado sem interferência do pesquisador (Ashworth, 1996 *apud* Lyra, 2008). Embora Lyra (2008) ressalte a importância do distanciamento, reconhece que a interação pode representar uma limitação. O foco central foi compreender as motivações para empreender, os fatores que influenciaram essa decisão e os desafios e facilitadores enfrentados no início dos negócios. Para subsidiar o estudo, optou-se por entrevistas semiestruturadas, que permitem flexibilidade ao entrevistador e liberdade ao entrevistado para relatar suas experiências, sem perder o foco do tema (Godoi & Mattos, 2006). O roteiro continha 30 perguntas distribuídas em cinco temas: educação para o empreendedorismo, paixão, motivações, intenção empreendedora e feedback sobre o curso. As entrevistas buscaram compreender o impacto do Projeto Nova Chance nas trajetórias e nas habilidades empreendedoras dos participantes.

As gravações foram feitas com diferentes softwares, conforme o meio utilizado, sempre com autorização prévia. O pesquisador contextualizou a pesquisa antes de iniciar os questionamentos e interveio apenas quando necessário para esclarecer ou complementar informações. Ao final, os participantes foram agradecidos e convidados a receber o trabalho por e-mail, caso desejassem. Foram realizadas 20 entrevistas entre novembro e dezembro de 2023 com egressos de cinco segmentos do projeto. Os dados foram analisados por meio de estatísticas descritivas (questões fechadas) e análise de conteúdo (respostas abertas).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O Projeto Nova Chance foi promovido pela Prefeitura de Sobral, por meio da Secretaria do Trabalho e Desenvolvimento Econômico (STDE), com execução totalitária de sua gerência de Qualificação Profissional e Inovação. Tem se constituído como uma das políticas públicas mais importantes dos últimos 4 anos com importante fomento à qualificação profissional e ao empreendedorismo para pessoas desconectadas do mercado e já detenham idade a partir dos 30 anos. A iniciativa de priorizar o empreendedorismo e a inovação por meio de capacitações e parcerias com o setor público-privado tem feito um grande diferencial nos resultados.

A iniciativa tem transformado ideias em oportunidades práticas, especialmente para empreendedores que enfrentam dificuldades na execução de seus projetos, muito embora o projeto promova o empreendedorismo, ainda há lacunas no entendimento sobre a influência da educação e da paixão empreendedora nas intenções dos participantes, surgindo um questionamento importante, sendo ele: qual a influência da educação, paixão empreendedora e das motivações dos alunos do Projeto Nova Chance na intenção de empreender?

Para a análise quantitativa utilizou-se de estatísticas descritivas, com auxílio do Google Forms e Docs, organizando respostas fechadas em tabelas e gráficos que evidenciaram padrões e tendências, facilitando a interpretação das variáveis estudadas. Já para análise qualitativa foi realizada via codificação e categorização no software Atlas.ti, identificando temas e relações emergentes nas respostas abertas para um entendimento mais detalhado das percepções dos participantes.

Os resultados são apresentados de forma integrada, com destaque para as conclusões quantitativas e qualitativas. A discussão relaciona os achados à literatura, apontando convergências e divergências. A conclusão sintetiza as principais descobertas, reconhece

limitações e sugere caminhos para pesquisas futuras, contribuindo para o avanço do conhecimento na área.

PANORAMA DE EXECUÇÃO DO PROJETO NOVA CHANCE

Entre julho de 2022 e abril de 2023, a Secretaria de Trabalho e Desenvolvimento Econômico de Sobral – CE (STDE) ofertou 500 vagas no âmbito do Projeto Nova Chance, distribuídas em três editais. Durante esse período, um total de 1.799 candidatos se inscreveram, demonstrando o interesse da população local nas oportunidades de qualificação profissional oferecidas pelo programa.

O primeiro edital, realizado em 2022, contemplou cursos nas áreas de qualificação técnica voltados para o mercado de trabalho. Os cursos oferecidos foram: Salgados Comerciais, Bolos e Doces Regionais, Básico de Corte de Cabelo Feminino e Escova, NR 10 - Segurança em Instalações e Serviços em Eletricidade, Eletricista Instalador Predial de Baixa Tensão, Eletricista Instalador Residencial, Pizzaiolo e Corte de Costura Feminina em Malha. Esses cursos foram estruturados para atender a demandas específicas do mercado local e proporcionar aos participantes conhecimentos práticos e técnicos, ampliando suas oportunidades de inserção e crescimento no mundo do trabalho. Esta distribuição pode ser visualizada no quadro posterior:

Quadro 3 – Vagas, inscritos e concludentes do 1º edital do Projeto Nova Chance (2022)

CURSO	QUANT. VAGAS	QUANT. INSCRITOS	QUANT. CONCLUENTES
Salgados comerciais	20	48	18
Bolos e Doces regionais	20	68	20
NR 10 - Segurança em instalações e serviços em eletricidade	20	30	20
Eletricista predial Baixa tensão	20	44	20
Eletricista Instalador residencial	20	28	18
Pizzaiolo	20	20	20
Corte e Costura Feminino em malha	20	37	20
Básico de corte feminino e escova	20	40	20
Total	160	315	156

Fonte: Secretaria de Trabalho e Desenvolvimento Econômica de Sobral – CE (STDE) – 2023

No segundo edital, que ocorreu no segundo semestre de 2022, os cursos ofertados foram: Cuidador de Idosos, Doces e Salgados para Festas, Básico em Maquiagem Social, Técnicas Básicas de Manicure e Pedicure, Técnicas Básicas de Instalações Elétricas, Pizzas Doces e Salgadas, Bolos e Tortas, Salgados Comerciais, Montador de Sistemas Fotovoltaicos, Corte de Costura Feminina em Malha, conforme quadro abaixo:

Quadro 4 - Vagas, inscritos e concludentes do 2º edital do Projeto Nova Chance (2022)

CURSO	QUANT. VAGAS	QUANT. INSCRITOS	QUANT. CONCLUENTES
Cuidador de idosos	20	76	20
Doces e Salgados para festas	20	80	18

Básico em maquiagem social	20	48	19
Técnicas básicas de manicure e pedicure	20	23	19
Técnicas básicas de instalações elétricas	20	27	18
Pizzas doces e salgadas	20	30	18
Bolos e tortas	20	75	19
Salgados comerciais	20	28	19
Montador de sistemas fotovoltaicos	20	56	20
Corte de costura feminina em malha	20	137	20
Total	200	580	190

Fonte: Secretaria de Trabalho e Desenvolvimento Econômica de Sobral – CE (STDE) – 2023

Em relação ao terceiro edital do projeto, marcado pelo seu lançamento no primeiro semestre de 2023, contou com os cursos em questão, citado no quadro a seguir:

Quadro 5 - Vagas, inscritos e concludentes do 3º edital do Projeto Nova Chance – 2023

CURSO	QUANT. VAGAS	QUANT. INSCRITOS	QUANT. CONCLUENTES
Cuidador infantil	20	312	19
Doces e salgados para festa	20	117	20
Doces e salgados para festa	20	117	20
Informática básica	20	108	17
Design de sobrancelhas e embelezamento cílios	20	142	18
Mecânico de refrigeração de climatização residencial	20	94	20
Modelagem em moda feminina- tecido plano	20	54	19
Total	140	905	132

Fonte: Secretaria de Trabalho e Desenvolvimento Econômica de Sobral – CE (STDE) – 2023

Em relação a análise dos três editais do projeto, o total de vagas foi de 500, com uma amostra de 1800 inscritos. Ademais, verificou-se que o total de concludentes foram de 478 indivíduos, o que representa 95,6% do total de inscritos. Já os desistentes, representam 4,4% do total, fato que está detalhado no quadro 6.

Quadro 6 - Concludentes do projeto Nova Chance

CONCLUENTES DO PROJETO NOVA CHANCE ATÉ 2023	QUANTIDADE	PERCENTUAL
Primeiro edital	156	31,2
Segundo edital	190	38
Terceiro edital	132	26,4
Renunciaram	22	4,4

Fonte: Elaboração própria

9.2 Perfil do Entrevistados

Dos 20 questionários (gráfico 2), 70% (n=16) foram respondidos por mulheres e 30% (n=4) por homens. A maioria dos participantes concluíram o ensino médio, seguidos de ensino técnico, superior, seguidos pelos participantes que estava no supletivo (n=2). A Grande partados entrevistados se consideraram empregados do setor privado e empreendedores. A faixa etária que mais respondeu ao questionário foi a de 30-40 anos, correspondendo a 80% (n=16), e quase dois terços da amostra (60%, n=12) foi constituída por profissionais com renda entre 1 a 2 salários mínimos, seguidos por aqueles com até 1 salário mínimo e apenas 15% salientou receber acima de 2 salários mínimos, com destaque aos profissionais com mais de uma atividade comercial, com ênfase em prestação de serviços. A cidade de Sobral (65%, n= 13) foi a que mais apresentou participantes à pesquisa, sendo consideradas mais de uma cidade de atuação por alguns candidatos.

Nesse contexto, segundo Lima (2022) há evidências de que o público feminino tem se tornado cada vez mais presente em atividades empreendedoras, especialmente em programas de capacitação e incentivo ao empreendedorismo. Diversos fatores explicam esse fenômeno, conforme apontado na literatura.

Em primeiro lugar, muitas mulheres enxergam no empreendedorismo uma oportunidade para alcançar maior flexibilidade e autonomia em suas trajetórias profissionais, o que se mostra particularmente relevante frente aos desafios impostos por empregos formais, como jornadas rígidas ou dificuldades na conciliação entre vida pessoal e profissional (Welter, 2011; Brush et al., 2019). Além disso, o crescente reconhecimento do potencial inovador das mulheres e de sua contribuição para o desenvolvimento de negócios tem impulsionado iniciativas de apoio voltadas a esse público, ampliando o acesso a recursos e incentivos específicos (Welter, 2011; Brush et al., 2019).

Adicionalmente, projetos inseridos dentro da gestão pública como é o caso do Projeto Nova Chance tendem a oferecer um ambiente acolhedor e estruturado, o que pode ser especialmente atrativo para mulheres. Além da capacitação técnica, tais iniciativas proporcionam redes de apoio e oportunidades de networking, fatores fundamentais para a sustentabilidade e o crescimento de empreendimentos liderados por mulheres. No quadro que segue, observa-se a distribuição geográfica, conforme a naturalidade dos participantes respondentes.

Quadro 7 - Naturalidade dos respondentes

NATURALIDADE DOS RESPONDENTES	PERCENTUAL
Sobral	65
Outros municípios	20
Fortaleza	15

Fonte: Elaboração própria

Tais informações citadas anteriormente evidenciam a relevância local do projeto, indicando que suas ações e impactos estão fortemente concentrados na cidade de Sobral, com abrangência até mesmo regional. A predominância de participantes oriundos do município pode ser atribuída ao fato de que os cursos são ofertados na própria cidade e de onde também está localizada a principal instituição parceira do programa, o Serviço Nacional de

Aprendizagem Comercial (SENAC). Em contraste, participantes de Fortaleza e de outros municípios representam, respectivamente, 20% e 15% da amostra. Muitos desses indivíduos, embora naturais de outras cidades, atualmente residem em Sobral, o que facilitou sua participação nos cursos.

Relação entre Educação Empreendedora, Paixão Empreendedora e as Motivações Empreendedoras na Intenção de Empreender

Os participantes da pesquisa, identificados como “R”, foram informados sobre os objetivos do estudo, com destaque para seu caráter acadêmico e científico. Os autores responsáveis pelo estudo, explicaram sobre os principais conceitos usados na entrevista, tais como, educação (aquisição de conhecimentos, habilidades e valores), paixão (forte interesse), intenção (predisposição para agir) e motivação (força que impulsiona a ação).

Todos os entrevistados reconheceram a importância da educação empreendedora recebida, afirmando que os conhecimentos adquiridos nos cursos contribuíram positivamente para o desenvolvimento de seus negócios.

Ao serem questionados sobre mudanças na visão do empreendedorismo após os cursos, os relatos foram expressivos. R2 passou a compreender melhor o cuidado infantil, valorizando práticas mais informadas para seu trabalho e para orientar pais. R8 destacou que aprendeu não apenas técnicas práticas, mas também conceitos de marketing e finanças, percebendo que empreender é mais desafiador e requer organização. R9 aprendeu sobre educação financeira, incluindo precificação e controle de custos, aplicando esses conceitos ao seu negócio.

R11 percebeu que o empreendedorismo é mais complexo e financeiramente desafiador do que imaginava. Já R16, com mais experiência, reconheceu erros iniciais na gestão financeira do negócio e a importância de equilibrar receitas e despesas.

A paixão pelo negócio foi apontada como fundamental para a permanência no empreendedorismo. R5 expressou desejo de expandir seu negócio motivado pela afinidade com moda e beleza, além do aspecto financeiro. R15 afirmou que a paixão o impulsiona a superar desafios e buscar aprendizado constante. R19 vê o empreendedorismo como uma vocação na área de segurança do trabalho e deseja capacitar outros profissionais. R3 destacou que a paixão pela confeitaria torna o esforço diário mais leve e gratificante. R8 também percebeu que a paixão pode crescer com o aprendizado.

Esses relatos mostram que a paixão oferece propósito, persistência e motivação para superar obstáculos, aspectos essenciais para o sucesso empreendedor.

Quanto às motivações, vários fatores foram identificados. R16 enfrentou medos e conflitos, mas viu essas dificuldades como oportunidades de crescimento. Cerca de 60% dos entrevistados destacaram o apoio familiar como fundamental para construir autoconfiança e coragem durante o curso e o desenvolvimento do negócio. Redes de apoio e conexões comunitárias também foram citadas como importantes; R1 ressaltou que conhecer profissionais de diversas áreas facilitou parcerias e criou um ambiente favorável para o crescimento.

Assim, paixão, resiliência, apoio social e desejo de desenvolvimento profissional formam um conjunto de motivações que influenciam tanto a decisão de empreender quanto o sucesso dos negócios.

Sobre as intenções empreendedoras, elas são moldadas por fatores pessoais, profissionais e contextuais. R5 exemplifica essa ideia ao afirmar que a motivação é a energia que permite enfrentar obstáculos e transformar desafios em aprendizado.

Por fim, destaca-se a codificação de palavras que mais se repetiram, a partir das extracções dos dados, conforme figura 03:



Figura 01 – Nuvem de Palavras da pesquisa

Fonte: Atlas.ti

A nuvem de palavras, extraída das entrevistas com 20 alunos do Projeto Nova Chance, da Prefeitura de Sobral-CE, revela os temas centrais relacionados à educação, paixão e motivações para empreender. Termos como “gente” e “curso” destacam a importância das interações interpessoais e do aprendizado oferecido pelo programa, enquanto “negócio” e “empreender” evidenciam o foco na criação e gestão de empreendimentos. Palavras como “paixão”, “motivação” e “importante” ressaltam o papel do entusiasmo e das motivações pessoais na intenção empreendedora, e a presença de “família” indica a influência significativa do apoio social nas decisões dos participantes, mostrando o impacto profundo do projeto em suas trajetórias de vida.

A intenção de empreender como fator influência para empreender

A análise das entrevistas aponta uma forte conexão entre a intenção empreendedora e a educação oferecida pelo Projeto Nova Chance. A capacitação proporcionada pelo projeto, aliada ao suporte durante a formação, mostrou-se fundamental para motivar os participantes a iniciarem seus próprios negócios. Essa influência se reflete na forma como os participantes desenvolvem confiança e reconhece a viabilidade do empreendedorismo como caminho profissional.

O relato de R1 ilustra esse cenário. Atualmente, ela obtém sua renda por meio de trabalhos realizados na Casa da Economia Solidária de Sobral¹, após ter deixado seu cargo em uma multinacional da região. Durante o curso de “Modelagem em moda feminina – tecido plano”, ela descobriu uma afinidade com a costura e, incentivada pelos colegas e pela professora, enxergou ali uma oportunidade concreta de empreender. Hoje, utiliza um espaço cedido pela prefeitura para oferecer seus serviços, mas tem como objetivo futuro estabelecer seu próprio ateliê, o que demonstra como a formação recebida contribuiu para a construção de sua intenção empreendedora.

Outro exemplo significativo é o de R5, que participou do curso de NR 10. Embora o conteúdo do curso estivesse enquadrado numa perspectiva introdutória, ela identificou um valor imediato em sua aplicação prática na área de atuação. A experiência reforçou sua convicção sobre a importância da qualificação contínua para alcançar suas metas no empreendedorismo, ampliando seu compromisso com o aprimoramento profissional.

R17 também evidenciou como a formação recebida influenciou diretamente sua intenção de empreender. Ele destacou a importância de ter contato com empreendedores experientes e a relevância das atividades práticas realizadas durante o curso. Esses elementos contribuíram para formar uma percepção mais clara e estruturada sobre o caminho empreendedor, despertando não apenas o desejo de empreender, mas também a confiança para executar esse plano.

Dessa forma, observa-se que a intenção empreendedora dos participantes foi fortemente moldada pelas experiências vividas ao longo do Projeto Nova Chance. A iniciativa não apenas transmite conhecimentos técnicos, mas também fortalece a autoestima, a visão de futuro e o comprometimento com metas pessoais e profissionais. O ambiente de aprendizado e troca proporcionado pelo projeto cria condições propícias para que os participantes convertam o aprendizado em ação, consolidando-se como agentes ativos em suas jornadas empreendedoras.

DISCUSSÕES DA PESQUISA

Os resultados do estudo destacam a influência da educação empreendedora na intenção de empreender dos participantes do Projeto Nova Chance, revelando percepções, motivações e desafios enfrentados no mercado de trabalho. Um dos achados centrais foi a valorização da paixão pelo trabalho, evidenciada pela fala de R4: "a melhor forma de trabalhar é trabalhar com o que se ama fazer". Esse sentimento, alinhado às teorias de Cardon et al. (2009), reforçam que a paixão impulsiona o compromisso e a persistência, essenciais para o sucesso empreendedor.

O projeto também se destacou por abrir oportunidades para pessoas acima de 30 anos, um público que tradicionalmente não é foco do empreendedorismo, Lima (2015) aponta que a experiência e os recursos financeiros são fatores facilitadores para esse grupo. Entretanto, nove entrevistados não atuam na área do curso, devido à falta de investimento e à existência

de outras oportunidades, evidenciando limitações socioeconômicas e a importância do acesso a recursos financeiros, como também destaca Cardon (2009).

A maioria manifestou interesse em multiplicar os conhecimentos adquiridos, o que sugere um potencial impacto social ampliado, conforme a teoria da aprendizagem social de Bandura (1977), que relaciona autoeficácia à capacidade de influenciar outros. Destacou-se também a predominância feminina entre os que buscam desenvolvimento profissional, com inspiração nas preceptoras, alinhado à literatura sobre desigualdade de gênero no mercado (Brush, 2006). Contudo, dificuldades financeiras e falta de redes de contato ainda limitam a concretização dos negócios, especialmente em setores como gastronomia e cuidado infantil.

Um caso emblemático revelou barreiras de gênero: um homem formado no curso de cuidado infantil relatou dificuldades em ingressar na área, que é majoritariamente feminina, evidenciando estereótipos que restringem a equidade no mercado, conforme England (2010). Embora sem interesse em continuar na área, reconheceu o valor do aprendizado para sua vida pessoal.

Dos participantes, apenas alguns transformaram a intenção em prática: cinco possuem negócios, sendo três anteriores ao curso; nove ainda não iniciaram, e seis apontaram dificuldades financeiras e baixa empregabilidade como obstáculos, reforçando a análise de Lima (2015) sobre a distância entre intenção e ação. R4 ressaltou a importância do planejamento financeiro desde o início, ecoando Silva e Pereira (2024), que destacam a educação financeira como chave para a sustentabilidade dos empreendimentos.

Motivação e paixão, como discutem Bandeira e Silva (2023), são essenciais para enfrentar desafios. R4 exemplificou resiliência ao planejar retomar as vendas, mesmo diante da instabilidade financeira. Outros relataram ganhos práticos, como o entendimento sobre formalização via MEI e organização financeira, ilustrados pelo caso de R5.

No geral, o Projeto Nova Chance foi reconhecido como transformador, impactando autoestima, autonomia e promovendo inclusão social e geração de renda, especialmente para adultos em busca de novas oportunidades, como evidenciado por R20, que destacou seu crescimento profissional na área da beleza.

CONCLUSÃO

A pesquisa analisou a relação entre educação e paixão empreendedora na intenção de empreender dos participantes do Projeto Nova Chance, além do desenvolvimento de suas motivações. Os resultados mostram que o projeto impactou positivamente a vida dos participantes, oferecendo capacitação, conhecimento prático e oportunidades de geração de renda e desenvolvimento profissional.

A paixão empreendedora, estimulada pelas experiências do programa, foi fundamental para superar obstáculos e fortalecer as intenções de empreender, enquanto a educação empreendedora favoreceu o desenvolvimento de habilidades e aspirações.

Apesar das limitações quanto ao número reduzido de participantes, foco regional e ausência de análise longitudinal, a pesquisa contribuiu com insights importantes para políticas públicas e aprimoramento de programas.

Futuras pesquisas devem acompanhar os participantes ao longo do tempo e ampliar o estudo a outras regiões para comparar diferentes contextos. Por fim, destaca-se a importância da colaboração entre governo, instituições educacionais e setor privado para fortalecer o ecossistema empreendedor, exemplificada pelo Projeto Nova Chance, cuja expansão e replicação são recomendadas.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Gracyanne Freire de; SOUSA, Antônia Márcia Rodrigues; GUIMARÃES, Jairo de Carvalho. Educação empreendedora: abordagens atuais, pedagogias e tendências. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 8, n. 3, p. 189-216, jun. 2023.
- BACIGALUPO, Margherita; KAMPLYLIS, Panagiotis; PUNIE, Yves; VANDER BRANDE, Gianluca. **Entrecomp: The entrepreneurship competence framework**. Luxembourg: Publication Office of the EU, 2016.
- BANDEIRA, Paulo Vitor Ribeiro; SILVA, Thiago Sousa. **Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade**. Id on Line Rev. Psic., Maio/2023, vol.17, n.66, p. 190-208, ISSN: 1981-1179
- BAGGIO, Anderson; BAGGIO, Daniela. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- BIRD, Barbara. Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. **Academy of Management Review**, v. 13, n. 3, p. 442-453, 1988.
- CARDON, Melissa S.; GREGOIRE, Denis A.; STEVENS, Christopher E.; PATEL, Pankaj C. Measuring entrepreneurial passion: conceptual foundations and scale validation. **Journal of Business Venturing**, v. 28, n. 3, p. 373-396, 2013.
- CARDON, Melissa S.; WINCENT, Joakim; SINGH, Jitendra; DRNOVSEK, Mateja. The nature and experience of entrepreneurial passion. **Academy of Management Review**, v. 34, n. 3, p. 511-532, 2009.
- CARVALHO, Paulo Marcelo Ribeiro; GONZÁLES, Luisa. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento Organizacional e Gestão**, v. 12, n. 1, p. 43-65, 2006.
- CAZELLA, Carlos Fernando; MACHADO, Helena Policarpo Viana. Paixão empreendedora: um estudo bibliométrico. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 11, n. 3, artigo e2034, 2022. <https://doi.org/10.14211/ibjesb.e2034>.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 12. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.
- DAVIDSSON, Per. Determinants of entrepreneurial intentions. In: Anais of **RENT (Research in Entrepreneurship) Conference**, Piacenza, Naples, Italy, 9, 1995.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FAYOLLE, Alain. Personal views on the future of entrepreneurship education. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 25, n. 7-8, p. 692-701, 2013.
- FISHER, Robert; MARITZ, Alex; LOBO, António. Evaluating entrepreneurs' perception of success. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 20, n. 5, p. 478-492, 2014.
- FRANCO, João Otávio Branco; GOUVÊA, Joaquim Braga. A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo. In: FRITSCH, Michael. How is new business training affecting regional development? **Small Business Economics**, v. 30, n. 1, p. 1-14, 2008.
- GEM. **Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo**, 2016. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20web.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2023.

- HALL, Graham; FULSHAW, Simon. Factors associated with the relative performance amongst small firms in the British instrumentation sector. In: KLANDT, Heinz (ed.). **Entrepreneurship and Business Development**, p. 227–237. Aldershot: Avebury, 1993.
- HISRIC, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Tradução: Francisco Araújo da Costa. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **SOBRAL – CEARÁ**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/sobral/panorama>. Acesso em: 09 fev. 2024.
- JULIEN, Pierre-André. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- KRUEGER, Norris F.; REILLY, Michael D.; CARSRUD, Alan L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, v. 15, n. 5, p. 411-432, 2000.
- LANDSTRÖM, Hans; HARIRCHI, Gouya; ASTRÖM, Fredrik. Entrepreneurship: exploring the knowledge base. **Research Policy**, v. 41, n. 7, p. 1154-1181, set. 2012.
- LEITE, Emanuel Faria. O processo de criação de empresas de base tecnológica via incubadora: o perfil do empreendedor do Norte de Portugal e do Brasil. **Tese (Doutorado em Ciências da Engenharia)** – Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto, 1998. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/72709/1/Emanuel.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2023.
- LIMA, Jorge Cesar. Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho? **Sociologias**, Ano 2012, N. 25, p. 158-198, 2010.
- LIN, Carolyn Yu. Success factors of small and medium sized enterprises in Taiwan: an analysis of cases. **Journal of Small Business Management**, v. 36, n. 4, p. 43–56, 1998.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnica de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- MENEZES, Adailto Brito. **Intenção empreendedora dos estudantes universitários da área de TI**. 2022. 58 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Sistemas de Informação) – Universidade Federal do Ceará, Campus de Quixadá, Quixadá, 2022. Disponível em: Acesso em: 09 jun. 2022.
- OLAISON, Lars; SORENSEN, Bent Meier. The abject of entrepreneurship: failure, fiasco e fraude. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 20, n. 2, p. 193-211, 2014.
- PH.D; Profa. Windyz Ferreira. **TÉCNICA SNOWBALL (bola de neve) de definição de Amostra populacional**. Youtube, 30 maio 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nmN5roOIE18>. Acesso em: 15 abr. 2024.
- REIJONEN, Helena; KOMPPULA, Raija. Perception of success and its effect in small firm performance. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 14, n. 4, 2007.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O empreendedorismo e o mercado de trabalho**. Relatório Especial, 2017. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/relatorio-especial-o-empendedorismo-e-o-mercado-de-trabalhodetalhe52,5cdfda0e84ebe510VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em: 29 maio 2023.
- Silva, M.; Pereira, A. A importância da educação financeira para o sucesso empresarial. **Revista Brasileira de Finanças**, 18(2), 89-104, 2023.
- SILVA, Juliana Aparecida Moura; ISTOE, Sérgio Elias; SILVA, Edimara Bizerra. **Empreendedorismo: necessidade X oportunidade**. In: V Expociência - Faculdade Metropolitana São Carlos - FAMESC, 2020. Disponível em:

<https://www.doity.com.br/anais/vexpofamesc2020/trabalho/166171>. Acesso em: 12/03/2023.

SILVEIRA, Ana Luiza Barbosa et al. Factors and approaches of entrepreneurial EU Regional Policy. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 263-290, 2017.

SOLOMON, George T. A Pesquisa Nacional sobre Educação Empreendedora: Uma Visão Geral dos Dados da Pesquisa 2012-2014. **The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence**, 2014.

SOS; Ciência. **Estatística Básica: O que é amostragem por BOLA DE NEVE e como realizar?** Youtube, 07 fev. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jo-95ed6Hf4>. Acesso em: 22 jun. 2024.

VALE, Glaucia Maria Vasconcellos; CORREA, Victor Sousa; REIS, Renato Francisco dos. **Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?** RAC, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, art. 4, p. 311-327, 2014. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac>. Acesso em: 27 jun. 2023.

VIANA, G. et al. **O capital social e o empreendedorismo: notas de leituras**. Revista Capital Científico, v. 14, n. 2, 2016.

TANAGUCHI, Silvia.P.; PELARIN. André; CRISTOFOLI, Fulvio. **O que todo empreendedor deveria saber**. São Bernardo do Campo – SP: Metodista, 2014.

TESTAS, Carla Patrícia; MOREIRA, Filipa Ramos. O Empreendedorismo no Ensino Superior. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, p. 139-163, 2014.

THOMPSON, Edward R. **Intenção empreendedora individual: esclarecimento do construto e desenvolvimento de uma métrica internacionalmente confiável**. Entrepreneurship Theory and Practice, v. 33, n. 3, p. 669-694, 2009.