



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: GESTÃO EMPRESARIAL
ÁREA: EMPREENDEDORISMO

GABRIELA DENUCCI GARCIA SEABRA RESENDE
RA: 21173664

**O PAPEL DAS IES NA FORMAÇÃO DE UMA CULTURA EMPREENDEDORA NO
BRASIL**

Brasília
2015

GABRIELA DENUCCI GARCIA SEABRA RESENDE

**O PAPEL DAS IES NA FORMAÇÃO DE UMA CULTURA EMPREENDEDORA NO
BRASIL**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresa do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. MSC. Erika Lisboa

Brasília
2015

GABRIELA DENUCCI GARCIA SEABRA RESENDE

**O PAPEL DAS IES NA FORMAÇÃO DE UMA CULTURA EMPREENDEDORA NO
BRASIL**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresa do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. MSC. Erika Lisboa

Brasília, 14 de maio de 2015.

Banca Examinadora

Prof.(a): Erika Lisboa
Orientador(a)

Prof.(a):
Examinador(a)

Prof.(a):
Examinador(a)

O PAPEL DAS IES NA FORMAÇÃO DE UMA CULTURA EMPREENDEDORA NO BRASIL

Gabriela Denucci Garcia Seabra Resende

RESUMO

Este artigo tem como objetivo identificar quais práticas as Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras utilizam para contribuir na criação de uma cultura empreendedora no país. Com base nos conceitos de empreendedorismo e educação empreendedora e nos cenários do empreendedorismo e da educação do país, verificou-se a relevância que a educação empreendedora possui e como a mesma pode auxiliar na geração de riquezas e conseqüentemente no desenvolvimento social e econômico. Aplicou-se uma entrevista semiestruturada com duas IES com o intuito de verificar como essas promovem o empreendedorismo dentro das suas instituições e disseminam essa cultura entre seus alunos. A partir desses dados foi possível elencar ações como sugestão para que outras IES insiram atividades similares no seu meio acadêmico. Conclui-se que uma educação empreendedora de qualidade deve formar cidadãos com competências empreendedoras e geradores de riquezas para a sociedade em que vivem.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Educação Empreendedora; Desenvolvimento; Instituições de Ensino Superior.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento econômico é almejado por todos os países e sua procura tornou-se ainda mais latente com o advento da globalização. A sociedade busca maneiras de promover esse crescimento e o empreendedorismo pode ser uma delas. Pesquisas nessa área, como a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), desde 1999 apresentam dados que indicam a importância da atividade empreendedora na geração de riquezas e consequente crescimento econômico de um país. Ser empreendedor é direcionar esforços para gerar riquezas seja na transformação, na geração ou na inovação de conhecimentos (DOLABELA, 1999).

Além do empreendedorismo, não se pode deixar de destacar a relevância da educação para o crescimento econômico de um país. Isto se dá pelo fato de a educação ser uma importante fonte de geração de conhecimento, de formação de opinião e de desenvolvimento humano desempenhando assim um papel significativo na construção e aprimoramento da sociedade. Deste modo, a junção da educação com o empreendedorismo pode ser um eminente instrumento de desenvolvimento de um país.

No Brasil, o empreendedorismo é uma atividade crescente. De acordo com o GEM (2013) a taxa de empreendedores no Brasil, referente à população de 18 a 64 anos foi de 32,3% o que representa um aumento de 5,4% em relação a 2011 (26,9%) e de 11,4% em relação a 2002 (20,9%). Ainda segundo o GEM (2013), abrir o próprio negócio ocupa o terceiro lugar na lista de desejos dos brasileiros, enquanto fazer carreira em uma empresa aparece em oitavo lugar.

Dentro deste cenário de desenvolvimento do empreendedorismo, dados revelam que os jovens têm se interessado por abrir um negócio. Atualmente, o perfil dos empreendedores iniciais são brasileiros na faixa etária de 25 a 34 anos, ou seja, 21,9% dos jovens dessa idade estão empreendendo (GEM, 2013), idade de recém-formados, o que reforça a ideia das Instituições de Ensino Superior (IES) promoverem a educação empreendedora.

É importante ressaltar que ser empreendedor não significa necessariamente ser dono do próprio negócio, tendo em vista que o mercado de trabalho atual exige empregados com um perfil de características empreendedoras como saber identificar oportunidades, lidar com situações de risco e adaptar-se com as mudanças contínuas, característica principal do mercado globalizado (DOLABELA, 1999).

Nesse contexto, este artigo visa responder a seguinte questão: Quais práticas as IES utilizam para auxiliar na criação de uma cultura empreendedora no Brasil?

Sendo assim, o objetivo geral dessa pesquisa é identificar quais práticas as IES brasileiras utilizam para contribuir na criação de uma cultura empreendedora no país. Já os objetivos específicos são apresentar uma discussão conceitual sobre empreendedorismo e sobre educação empreendedora; expor dados que revelam os cenários do empreendedorismo e da educação no Brasil; apontar a relação entre empreendedorismo, educação e desenvolvimento de um país; identificar as ações das IES finalistas do Prêmio Spark Awards 2014 que trabalham com educação empreendedora; e sugerir práticas que visam a educação empreendedora para serem utilizadas por outras IES.

A relevância acadêmica desse trabalho justifica-se pelo fato de ser um tema novo e, conseqüentemente, há uma pequena quantidade de estudos relacionados ao mesmo. O empreendedorismo no Brasil tornou-se mais evidente em 1990, ou seja, há pouco mais de 20 anos. Até essa época pouco se ouvia falar sobre empreendedorismo, mas é possível dizer que o país tem condições de desenvolver um potencial programa de ensino empreendedor (DORNELAS, 2008).

Socialmente e economicamente esse artigo justifica-se pelo interesse da sociedade em buscar formas de desenvolvimento social e econômico do país. O objetivo de inserir o ensino empreendedor nas IES é a “formação de uma cultura em que tenham prioridade valores como geração e distribuição de riquezas, independência, inovação, criatividade, auto-sustentação, liberdade e desenvolvimento econômico” (DOLABELA, 1999, p. 23).

Sob o aspecto prático, essa pesquisa é relevante à medida que seus resultados possam contribuir para a conscientização sobre a importância do empreendedorismo e para a construção de estratégias a serem utilizadas pelas IES visando à incitação do ensino empreendedor e assim formar profissionais mais preparados, tanto para gerar o próprio emprego, quanto para serem empregados que atendam ao atual perfil exigido pelo mercado.

Primeiramente foi apresentada uma fundamentação teórica sobre empreendedorismo, educação empreendedora, cenário do empreendedorismo e da educação empreendedora no país. Em seguida, foi exposta a metodologia utilizada, sendo o instrumento de pesquisa uma entrevista semiestruturada e assim apresentada uma análise e discussão dos dados. Por último, foram feitas as considerações finais evidenciando os resultados obtidos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

A palavra empreendedorismo aparece cada vez mais no cotidiano. Frequentemente ela está presente nas diversas mídias, cursos, palestras e timidamente em Instituições de Ensino Superior (IES). Além disso, existem programas como o SEBRAE que ganharam força nos últimos anos e têm como objetivos auxiliar os empreendedores e promover essa atividade. Contudo, há aqueles que não têm conhecimento sobre o que realmente significa empreendedorismo, limitando o termo apenas a aqueles que abrem um próprio negócio (LEITE; MELO, 2008).

Mesmo que para uns autores o termo empreendedorismo seja relativamente novo, outros defendem que este termo é tão antigo como a permuta e o comércio entre os indivíduos na sociedade (LANDSTRÖM; HARIRCHI; ASTRÖM apud VERGA; SILVA, 2014). Já para Dornelas (2008), o termo é mais recente. Para o autor, empreendedorismo no Brasil começou na década de 90 e antes disso quase não se falava em empreender. Esse fato mostra uma característica comum aos estudos dessa área: a falta de consenso sobre a definição do tema, os diferentes pontos de vista e as mudanças constantes de conceitos (RIMOLI et al apud TEIXEIRA et al, 2011).

Nesse estudo foi adotada a linha de que o empreendedorismo está presente na sociedade desde a antiguidade. O advento das grandes navegações, por exemplo, mostra a tentativa da sociedade em estabelecer relações comerciais, de identificar oportunidades e inovar. A iniciativa de Marco Polo ao tentar estabelecer uma rota comercial para Oriente mostrou-se inovadora e disposta a correr riscos caracterizando assim um comportamento empreendedor (HISRICH e PETERS, 2004). A chegada dos portugueses no Brasil também pode ser considerada uma forma de empreendedorismo, tendo em vista que os colonizadores descobriram aqui oportunidades de comércio como a venda do pau brasil, do açúcar e do ouro, contrariando assim a ideia de que o empreendedorismo no Brasil surgiu há pouco mais que duas décadas.

É possível considerar esses fatos históricos como demonstrações de empreendedorismo, pois nesse sentido empreendedores são “indivíduos que impulsionam a máquina capitalista, ao promover novos bens de consumo, além de métodos inovadores de produção e transporte, com inequívoca função social de identificar oportunidades e convertê-las em valores econômicos” (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011, p. 183).

Apesar da diversidade de conceitos sobre o tema, é possível destacar três abordagens: comportamental, gerencial e econômica. Sob a perspectiva comportamental, são estudados o

perfil e o comportamento dos empreendedores, ou seja, buscam-se definir quais são as características inerentes ao indivíduo empreendedor. Já a abordagem gerencial, tem como objetivo analisar a relação dessas características com o cotidiano organizacional, por exemplo, o intraempreendedorismo que se refere a pessoas que praticam o empreendedorismo dentro das organizações das quais são funcionárias. Por último, a abordagem econômica que estuda o empreendedorismo sob uma perspectiva de relação com inovação, risco e desenvolvimento (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

No sentido comportamental, Filion (1999) aponta como algumas das características dos empreendedores inovação, originalidade, capacidade de identificar oportunidades, autoconfiança, habilidade em lidar com ambientes de incerteza e liderança. O empreendedor é “a pessoa criativa, marcada pela capacidade de atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios” (FILION, 1999, p. 19). Ainda sob essa ótica, o SEBRAE (2005) determina dez características que formam o perfil de um empreendedor: busca de oportunidade e iniciativa, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, corre riscos calculados, estabelece metas, busca de informações, planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança.

A abordagem gerencial defende que algumas competências, habilidades e atitudes empreendedoras possuem relação com as atividades realizadas dentro de uma organização. Essas características estão ligadas ao “senso de identificação de oportunidades, à capacidade de relacionamento em rede, às habilidades conceituais, à capacidade de gestão, à facilidade de leitura, ao posicionamento em cenários conjunturais [...]” do empreendedor que são atributos de um gestor eficaz (MELLO et al, 2006, p.49). Sob esse viés o empreendedorismo é tratado não apenas como a abertura de um novo negócio, mas também como atitudes que podem ser tomadas dentro de uma organização por um funcionário empreendedor visando agregar valor ao trabalho realizado pela empresa e assim torná-la mais competitiva.

Já a terceira abordagem, a econômica, que trata da associação entre a ação empreendedora e a economia, destaca os estudos de Schumpeter (1949 apud DORNELAS, 2005) que define o empreendedor como sendo “aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução da inovação”, ou seja, o empreendedor é o autor dessa ruptura da ordem feita através da inserção de algo novo na economia e a inovação é uma característica inerente a esse indivíduo, sendo ela o estímulo desse processo.

Apesar de existirem diferentes enfoques e contextos sobre o tema percebe-se pontos em comum entre eles. Nas abordagens citadas é possível observar que os termos percepção de

oportunidades, inovação, capacidade de relacionamento, liderança e habilidade de lidar com incertezas estão presentes em todas mostrando assim pontos de congruência entre as teorias.

2.2 Cenário do Empreendedorismo no Brasil

A atividade empreendedora está crescendo em todo o mundo, não sendo diferente no Brasil. Segundo o GEM (2013), o Brasil está em oitavo lugar dentre os 28 países que têm seu desenvolvimento impulsionado pela eficiência apresentando uma taxa de empreendedores iniciais igual a 17,3%, ou seja, 17 a cada 100 brasileiros estão envolvidos de alguma forma com o empreendedorismo, há no máximo, 3,5 anos. Em 2013, entre os brasileiros de 18 a 64 anos, 21 milhões eram empreendedores iniciais e 19 milhões eram empreendedores estabelecidos, ou seja, 32,7% da população adulta brasileira são empreendedores (GEM, 2013). Esses dados mostram a relevância do empreendedorismo no Brasil, e se comparados, com outros anos revelam o aumento da presença dessa atividade. Em relação a 2012, houve um aumento de 2,1 pontos percentuais nas taxas de empreendedorismo e se comparado às taxas de 2002, o aumento foi de 11,4 %, como pode ser verificado na figura 1.

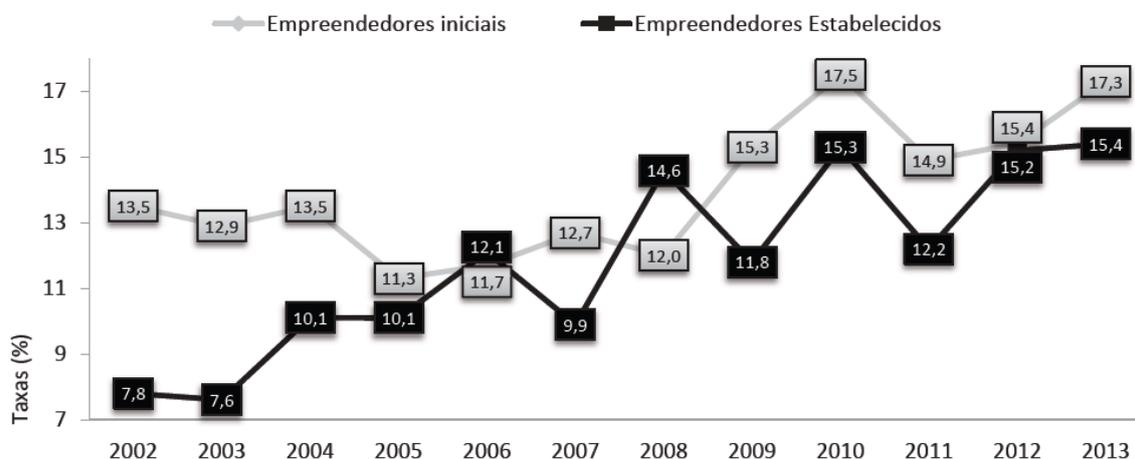


Figura 1- Evolução da atividade empreendedora segundo o estágio do empreendimento (TEA e TEE): taxas – Brasil – 2002:2013

Fonte: GEM, 2013

Atualmente, ser dono de uma empresa está em terceiro lugar dentre os sonhos dos brasileiros atrás apenas dos sonhos de comprar a casa própria e viajar pelo Brasil. Destaca-se que o desejo de fazer carreira em uma empresa aparece em oitavo lugar, cinco posições atrás do desejo de ter o próprio negócio. Enquanto 34,6% dos brasileiros sonham em ter o próprio negócio, 18,8% sonham em fazer carreira em uma empresa que não seja sua. Além disso, os brasileiros têm sido incentivados a empreender por oportunidade o que mostra uma opção

planejada em relação à escolha pelo empreendedorismo e, conseqüentemente, aumento na probabilidade de sucesso do negócio (GEM, 2013).

Quando analisados o perfil dos empreendedores brasileiros quanto à faixa etária identifica-se que os jovens possuem uma participação expressiva nessa atividade. Verificou-se que durante os últimos doze anos em que foram analisadas as taxas de empreendedorismo no Brasil, ou seja, de 2002 a 2013, em apenas quatro anos os brasileiros entre 25 a 34 anos não apresentaram a maior taxa de empreendedores. Isso é um indicio de que o jovem continua desempenhando um importante papel na criação de novos negócios no país (SEBRAE, 2014). Já entre os jovens de 18 a 24 anos, a taxa de empreendedores iniciais evolui próximo à média geral (figura 2), fato esse que não descaracteriza a importância deles no desenvolvimento da atividade empreendedora do Brasil.

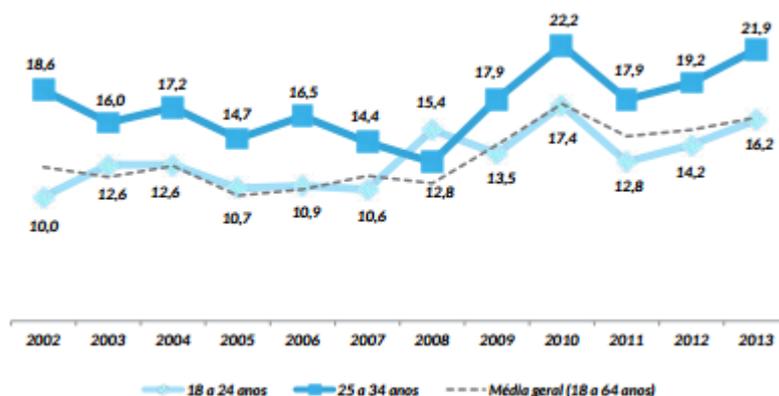


Figura 2- TEA em faixas etárias selecionadas e na média geral da população adulta (em %)

Fonte: SEBRAE, 2014

Essas faixas etárias são justamente as de jovens que estão na universidade ou que se formaram há pouco tempo. Segundo o Ministério da Educação (2014), a média de idade dos universitários é de 21 anos e a mais frequente para conclusão do curso é de 23 anos. Assim, é possível inferir que se desde a graduação for inserida uma cultura empreendedora esses jovens poderão colocar em prática suas ideias com um embasamento teórico sobre o tema e assim terem maior chance de sucesso.

Além disso, as micro e pequenas empresas são as mais presentes sendo essas as escolhidas por jovens que desejam ser donos do próprio negócio. Os jovens empreendedores, em sua maioria, não pretendem ter uma grande empresa pelo menos no médio prazo de cinco anos (ENDEAVOR, 2014). Porém, apesar de serem predominantes são esses negócios os com maior taxa de mortalidade e a inserção de uma educação empreendedora poderia ser uma forma

de diminuir essa taxa, pois assim os empreendedores teriam subsídios, conhecimentos para tocar a própria empresa.

2.3 Educação Empreendedora

No campo do empreendedorismo, existem discussões sobre o empreendedor ser um talento nato, ou seja, uma característica intrínseca e que não pode ser desenvolvida. Porém, o empreendedorismo pode sim ser aprendido, pois “como se trata de um ser social, influenciado pelo meio em que vive, a formação empreendedora pode acontecer por influência familiar, estudo, formação e prática” (SILVEIRA et al, 2007, p. 3).

A metodologia da educação universitária atual é voltada para a formação de empregados (DOLABELA, 1999). Contudo, essa metodologia não acompanhou as alterações das relações de trabalho do mercado onde é cada vez mais comum a exigência de profissionais com perfil empreendedor. Além disso, a tendência das grandes organizações é diminuir a estrutura, cortando o quadro de pessoal e terceirizando os serviços, sendo essa mais uma razão para a sociedade empreender (PARDINI; SANTOS, 2008). Ambas as tendências evidenciam a necessidade da inserção de uma cultura empreendedora visando atualizar a metodologia de ensino de acordo com as constantes mudanças de mercado e assim formar um profissional apto a ser um empregado empreendedor ou dono do próprio negócio.

De acordo com Dolabela (1999), a educação empreendedora deve ir além da razão e proporcionar um processo de aprendizagem que tenha como foco o desenvolvimento de um indivíduo autossuficiente, que saiba identificar oportunidades, que tenha coragem de assumir riscos e provocar mudanças. Portanto, a educação empreendedora deve enfatizar a aquisição de autoconhecimento extrapolando a simples transmissão do conhecimento, a aquisição de *know-how*, a autonomia, a autoconfiança, a perseverança, a determinação, a criatividade, a liderança e a flexibilidade. Essa aquisição de *know-how* deve focar principalmente na atividade dos empreendedores de “conhecer e entender mercados, identificar oportunidades de negócios, selecionar objetivos, imaginar visões, projetar e estruturar organizações e dar vida a essas organizações” (FILION, 2000, p. 5).

Porém, é necessário saber que existe uma diferença entre educação gerencial e educação empreendedora (quadro 1). A não distinção dessas duas vertentes pode ocasionar a elaboração de metodologias de educação empreendedora apenas sob uma ótica gerencial e não sob a adaptação dessa ótica ao contexto empreendedor. Alguns conhecimentos de gerenciamento são interessantes para os empreendedores, mas antes esses precisam ter consciência e base conceitual sobre o papel que escolheram desempenhar e, a partir disso, se

inspirarem a buscar um aprendizado contínuo e definirem os conhecimentos gerenciais que acreditam serem necessários para seu aprendizado (FILION, 2000).

FORMAÇÃO GERENCIAL	FORMAÇÃO EMPREENDEDORA
• Baseada em cultura de afiliação	• Baseada em cultura de liderança
• Centrada em trabalho de grupo e comunicação de grupo	• Centrada na progressão individual
• Trabalha no desenvolvimento de ambos os lados do cérebro, com ênfase no lado esquerdo	• Trabalha no desenvolvimento de ambos os lados do cérebro, com ênfase no lado direito
• Desenvolve padrões que buscam regras gerais e abstratas	• Desenvolve padrões que buscam aplicações específicas e concretas
• Baseada no desenvolvimento do autoconhecimento com ênfase na adaptabilidade	• Baseada no desenvolvimento do autoconhecimento (conceito de si) com ênfase na perseverança
• Voltada para a aquisição de <i>know-how</i> em gerenciamento de recursos e na própria área de especialização	• Voltada para a aquisição de <i>know-how</i> direcionado para a definição de contextos que levem à ocupação de um lugar no mercado

Quadro 1: Diferenças básicas entre as formações gerencial e empreendedora

Fonte: Filion, 2000

Dito isso, surge a questão de como as IES podem promover a educação empreendedora sendo possível encontrar algumas metodologias que podem ser adotadas como as propostas por Filion (2000) e Dolabela (1999). Esses dois autores defendem a conveniência de aprendizes próximos a empreendedores estabelecidos evidenciando assim a necessidade de relações entre universidades e empresas. Esses empreendedores reais servirão como modelo para os novos empreendedores que, inseridos nesse mundo empresarial, poderão exercer a capacidade de conhecer o mercado e identificar oportunidades.

Portanto, algumas das iniciativas que poderão ser tomadas pelas IES são parcerias com empresas para que os potenciais empreendedores tenham contato com o mercado no qual atuarão, apresentação e análise de estudos de caso a partir dos quais os alunos poderão refletir sobre o que concordam e o que fariam diferente (DOLABELA, 1999). Além disso, as IES podem promover atividades que proporcionem ao estudante o autoconhecimento, trabalhos para a criação de empresas fictícias e estruturas como incubadoras para auxiliar os alunos que já são empreendedores. A educação empreendedora de qualidade busca desenvolver e melhorar as características empreendedoras, como a capacidade de inovação e a coragem de assumir riscos que são atributos necessários a todos que irão entrar no mercado de trabalho (GUESS, 2014).

2.4 Razões para difundir a Educação Empreendedora

De acordo com Dolabela (1999, p. 23), a introdução do empreendedorismo no ensino é o começo de uma caminhada para atingir um objetivo maior “a formação de uma cultura em que tenham prioridade valores como geração e distribuição de riquezas, independência,

inovação, criatividade, auto-sustentação, liberdade e desenvolvimento econômico- ou seja, a formação de uma ‘incubadora social’”.

Os motivos para a introdução e a disseminação da cultura empreendedora que pode ser feita por meio da educação são realização pessoal, estímulo ao desenvolvimento do país e da comunidade local, apoio a micro e pequena empresa, apoio a novos empreendimentos de base tecnológica e resposta ao desemprego (DOLABELA, 1999). Essas razões mostram que a propagação da cultura empreendedora estabelece uma relação de ganha-ganha, em que o indivíduo ganha com a independência e a satisfação pessoal e a sociedade ganha com o desenvolvimento econômico, social e cultural.

2.5 Cenário da Educação Empreendedora no Brasil

É possível observar alguns avanços na educação empreendedora no Brasil. Desde a oferta da primeira disciplina na área, em 1981, houve um aumento na disponibilidade de disciplinas empreendedoras, embora essas possuíssem maior ênfase na elaboração de plano de negócios. Além disso, nota-se a disseminação de centros de empreendedorismo existentes nas IES que têm como objetivo promover palestras, oficinas, cursos relacionados à atividade empreendedora, o estímulo à formação de *startups* e a realização de encontros científicos como o EGEPE (LIMA et al, 2014).

Contudo, os métodos do ensino brasileiro ainda não “sinalizam para o empreendedorismo, estando voltados em todos os níveis, para a formação de profissionais que irão buscar emprego no mercado de trabalho” (DOLABELA, 1999, p. 35). Apesar do progresso, ainda é necessário promover disciplinas que vão além da elaboração dos planos de negócios e estender a oferta a todos os cursos da instituição como o objetivo de disseminar a cultura empreendedora nos mais diversos campos de conhecimento.

Segundo Endeavor (2012), seis em cada dez estudantes universitários brasileiros desejam ter seu próprio negócio no futuro, mas 60,3% nunca cursaram uma disciplina ligada ao empreendedorismo. Em relação a 2014, houve uma diminuição de 9% dessa taxa, ou seja, 51,3% nunca fizeram uma disciplina da área em questão, sendo que desse valor, 17,6% não fizeram, pois a faculdade não oferece e, apenas 2,7%, não cursaram porque não se interessam pelo tema (ENDEAVOR, 2014).

Como pode ser verificado na figura 3, a vontade de cursar disciplinas relacionadas ao empreendedorismo é superior a 70% em todos os cursos em que a pesquisa foi realizada mostrando que há uma demanda significativa que não está sendo atendida e que as disciplinas

sobre o tema não fazem parte ou não são bem distribuídas em todos os cursos (ENDEAVOR, 2014).

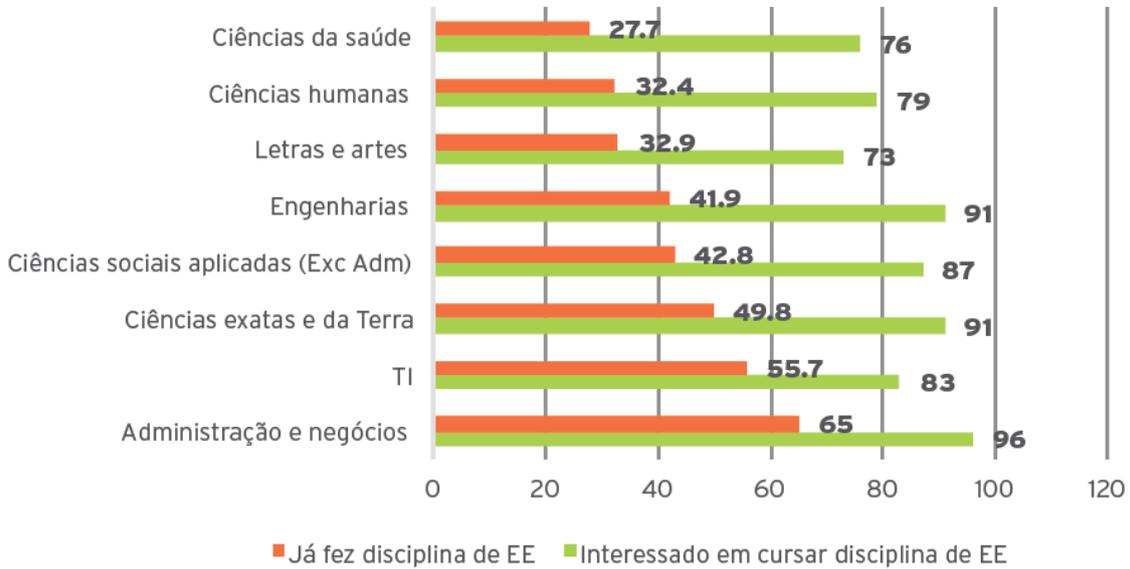


Figura 3: Interesse e participação em disciplinas de ensino de empreendedorismo, por curso (%)

Fonte: ENDEAVOR, 2014

Outro dado relevante é que segundo a Endeavor (2014), os universitários que já fizeram disciplinas relacionadas à educação empreendedora sentem-se mais confiantes do que antes de fazer a matéria ou do que aqueles que ainda não a fizeram. Como referência o nível de confiança dos alunos que ainda não cursaram a disciplina (33%) aumenta para mais da metade depois de cursada (69,2%). Isso indica que a disponibilidade da educação empreendedora por parte das universidades forma profissionais mais confiantes para abrir e gerir o próprio negócio.

Além de oferecer disciplinas, as IES podem disponibilizar programas extracurriculares como forma de disseminar e apoiar o empreendedorismo, como incubadoras, centros empreendedores, parcerias com empresas e feiras. Sendo assim, a educação empreendedora nas IES ainda precisa evoluir de modo que sejam oferecidas disciplinas de qualidade sobre o tema, além de mecanismos de apoio aos alunos já empreendedores.

3 METODOLOGIA

Essa pesquisa possui caráter descritivo, pois seu objetivo é descrever o que é o empreendedorismo e educação empreendedora, além da relação destes com o desenvolvimento econômico e social de um país. Também se realizou entrevistas com duas Instituições de Ensino

Superior (IES) que possuem experiência com a educação empreendedora com a finalidade de responder o problema de pesquisa, ou seja, descrever quais são as práticas as IES pesquisadas utilizam para auxiliar na criação de uma cultura empreendedora no Brasil. As pesquisas descritivas têm como propósito “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2008, p.28).

No que diz respeito ao método de abordagem do problema, este é classificado como qualitativo. Esse estudo propõe identificar quais práticas as IES brasileiras utilizam para a inserção e a disseminação de uma cultura empreendedora no país, por meio da análise qualitativa das entrevistas, ou seja, os dados coletados não serão traduzidos em números e porcentagens. A pesquisa qualitativa “não busca enumerar ou medir eventos e, geralmente, não emprega instrumental estatístico para análise dos dados” (NEVES, 1996, p. 1).

A técnica de pesquisa adotada foi entrevista, pois esse estudo possui método de abordagem qualitativo e por meio dessa técnica é possível apresentar as informações sem estarem baseadas em representações numéricas. O instrumento de pesquisa utilizado foi um roteiro de entrevista semiestruturado, composto por 12 perguntas com o intuito de permitir aos entrevistados maior flexibilidade para abordar assuntos derivados do tema principal (GIL, 2008). Os entrevistados, os diretores de empreendedorismo de duas IES finalistas da categoria “Melhor Universidade para Empreendedores” do prêmio Spark Awards 2014, foram convidados a participar do estudo por contato telefônico, sendo que uma das entrevistas foi realizada na própria instituição e a outra via Skype. Ambas tiveram em média quarenta minutos de duração e aconteceram na primeira semana de Abril/2014.

Esses entrevistados foram selecionados, pois as instituições representadas por eles foram consideradas importantes no cenário da educação empreendedora ficando elas entre as três finalistas de um prêmio que tem o intuito de prestigiar aqueles que se destacam no contexto empreendedor. Destaca-se que o total de finalistas do Prêmio Spark Awards 2014 eram três, mas as entrevistas foram realizadas com dois deles.

Para a análise dos dados obtidos a técnica utilizada foi a análise de conteúdo, sendo que as categorias foram definidas *a priori* (quadro 2) levando-se em consideração os temas abordados no referencial teórico e as perguntas da entrevista. Segundo Bardin (2010, p.44), essa técnica é

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Categorias
1. Percepção do Empreendedorismo
2. Educação, Empreendedorismo e Desenvolvimento
3. Ações de Educação Empreendedora
4. Fatores Favoráveis
5. Desafios

Quadro 2: Categorias

Fonte: Elaborado pela autora.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Os participantes desta pesquisa foram dois responsáveis pelas IES finalistas do Prêmio Spark Awards 2014 na categoria “Melhor Universidade para Empreendedores”. O prêmio é promovido pela Microsoft e pela Associação Brasileira de Startups e visa reconhecer em 10 categorias aqueles que estão se destacando dentro do ecossistema empreendedor. De acordo com o regulamento geral do prêmio, a indicação dos candidatos é realizada pelo público através do site da premiação e os três nomes mais indicados de cada categoria vão para a próxima etapa, contabilizando, no total, 30 finalistas. Ao final do processo de votação, os finalistas participam de um evento de premiação no qual são anunciados os vencedores. Destaca-se que um dos requisitos da premiação é que, obrigatoriamente, o indicado deve exercer suas atividades no Brasil e o mesmo indicado pode ganhar o prêmio em mais de uma categoria (REGULAMENTO GERAL SPARK AWARDS, 2014).

Dentre as categorias premiadas, a denominada “Melhor Universidade para Empreendedores” tem como objetivo premiar a IES que oferece práticas voltadas para educação empreendedora e para o mercado empreendedor. Na edição de 2014, os três finalistas dessa categoria foram: o Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), a Universidade Federal de Itajubá (UNIFEI) e a Faculdade de Informática e Administração Paulista (FIAP).

Com base no que foi apresentado no referencial teórico, os diretores de empreendedorismo das instituições A e B foram questionados sobre empreendedorismo, sobre o papel do empreendedorismo no desenvolvimento de um país e sobre as ações de educação empreendedora que suas instituições estão promovendo. Os dados apresentados no quadro 3 foram classificados em categorias que foram definidas *a priori*.

Categorias	Comentários	
Percepção do empreendedorismo	Diretor de Empreendedorismo A	“Empreendedorismo para a instituição representa formar esses cidadãos com atitudes, proativas, que possam interceder na sociedade de modo a agregar valor em todas as ações.”
		“Empreender é inovar, é ter um olhar crítico, é ter atitudes proativas.”
		“Criar negócios, de criar empresas, de ter uma atitude proativa dentro das empresas, dentro do governo, de tal forma que esse comportamento faça parte da cultura.”
		“A gente vê o empreendedorismo de uma forma muito ampla, ligada ao comportamento.”
		“O empreendedor sustentável. Não adianta você criar alguma coisa se ela não é sustentável, sustentável sobre o ponto de vista ambiental, sobre o ponto de vista social, sob o ponto de vista econômico.”
	Diretor de Empreendedorismo B	“Para nós, empreendedorismo está ligado ao comportamento e ação empreendedora.”
“Empreendedor é para nós uma pessoa que cria e gerencia projetos, projetos que demandam a utilização de recursos materiais, recursos financeiros, recursos humanos e tem um objetivo que pode ser o lucro, mas também pode ser algum fim social.”		
“Você pode ser empreendedor gerenciando e criando um grande projeto dentro de uma grande corporação e você se torna um intraempreendedor.”		
Educação, empreendedorismo e desenvolvimento	Diretor de Empreendedorismo A	“O país e o desenvolvimento do mesmo dependem fundamentalmente do seu povo e isso passa necessariamente pela educação e além da educação por atitudes empreendedoras.”
		“A gente vê historicamente a força do povo e da educação empreendedora.”
		“A visão é de que o empreendedorismo seja transversal, permeando todos os níveis da educação.”
	Diretor de Empreendedorismo B	“O aluno universitário tem por obrigação possuir as competências empreendedoras para criar e gerenciar projetos que venham ajudar na sociedade.”
		“Tudo permeia-se pela educação.”
		“Onde há o investimento na educação, há o desenvolvimento do país.”
“Se você trabalha com educação empreendedora naturalmente alguma das pessoas, dos alunos que desenvolveram essas competências vão querer criar também negócios, ou seja, empresas que vão gerar riquezas para o país.”		
Ações de educação empreendedora	Diretor de Empreendedorismo A	“Ao se dar o conteúdo o professor já alerta, já mostra, já estimula aquele que está recebendo o conteúdo a ver qual é a sua aplicação e como ele pode desenvolver negócios, como ele pode desenvolver a partir daquilo que recebeu atitudes, melhorias em processos, em produtos, etc.”
		“Temos a incubadora de empresas onde os projetos incubados, selecionados, ficam até dois anos e depois

		saem para o mercado sempre com a cobertura de consultorias e ações de apoio.”
		“A empresa júnior para aqueles que querem exercitar, dirigir uma empresa montada e dirigida pelos próprios alunos de forma multidisciplinar.”
		“Disciplina chamada gestão empreendedora que possibilita ao aluno ter uma formatação de conteúdo mais adequada a montar um plano de negócios que pode se adequar a sua especialidade e a sua necessidade futura.”
		“Qualificação profissional para o mercado, são cursos, workshops.”
		“A supervisão que nós fazemos dos estágios e esse controle é também uma atitude empreendedora.”
		“O Workshop do Empreendedor que é a apresentação do resultado da disciplina gestão empreendedora.”
	Diretor de Empreendedorismo B	“Duas disciplinas, sendo uma comportamental ligada a criar uma ciência sobre a importância de desenvolver competências empreendedoras como criatividade, negociação, comunicação e a outra disciplina que é voltada para criação de ideias de negócios.”
		“Curso de Administração com habilitação em empreendedorismo.”
		“Formação complementar que é o Minor onde alunos das engenharias e ciências participam dessas duas disciplinas e do Desafio SEBRAE Universitário.”
		“Eventos de aceleração que duram um fim de semana, o Startup Weekend.”
		“Evento na Semana Global de Empreendedorismo que é um evento de empreendedorismo social.”
		“Trabalhamos no ensino fundamental, no ensino médio, no ensino técnico vocacional com alunos nossos no TED, disseminando a educação empreendedora.”
		“Oficina para crianças do fundamental onde eu e os meus alunos vamos lá trabalhar com essas crianças.”
		“Temos um mestrado em administração profissional onde existe a linha de formação em empreendedorismo.”
		“Programa de pré-aceleração onde dentro do empreendedorismo os alunos recebem acessoria na área de gestão.”
		“Nós temos a incubadora, temos aqui na universidade a Empresa Júnior.”
		“Oficinas de educação empreendedora para professores onde a gente treina os professores para ministrarem a sua aula utilizando a educação empreendedora seja qual for a disciplina que ele ministra.”
		“Temos o clube do empreendedor que são encontros para discutir sobre o empreendedorismo na universidade.”
		“Rede de empreendedores UNIFEI, que são o que chamamos de padrinhos, empreendedores e intraempreendedores do mercado que estão dispostos a nos auxiliar.”
Fatores favoráveis	Diretor de Empreendedorismo A	“O primeiro fator favorável foi a decisão da administração superior em apoiar esse projeto.”

		“Parcerias com empresas que pudessem apoiar determinados projetos.”
	Diretor de Empreendedorismo B	“Primeiro quando eu comecei foi a persistência.”
		“Extremamente importante que a escola e a universidade tenham o apoio institucional do seu diretor, do seu reitor.”
Desafios	Diretor de Empreendedorismo A	“A cultura existente que deve-se fazer concurso público.”
		“Acompanhamento das mudanças constantes, tem que ser ágil.”
		“Dificuldade de captar recursos, sendo o financeiro o principal deles.”
	Diretor de Empreendedorismo B	“Conservadorismo da universidade, dos professores, até mesmo os sistemas internos, as normas internas.”
		“Questão de recursos.”
		“Você vê bolsas de iniciação científica, mas não existe bolsa de iniciação empreendedora.”

Quadro 3: Percepções e Ações das Instituições

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir das afirmações dos entrevistados é possível notar alguns pontos de congruência. Como pode ser visto na primeira categoria, percepção do empreendedorismo, ambas as instituições acreditam que abrir a própria empresa é apenas uma das formas de se empreender, sendo que o indivíduo também pode ter atitudes empreendedoras em outros segmentos. De acordo com Dolabela (1999) ser empreendedor não significa necessariamente ser dono do próprio negócio, tendo em vista que o mercado de trabalho atual exige empregados com um perfil de características empreendedoras.

Ainda na categoria sobre a percepção do empreendedorismo, observa-se que as instituições percebem o empreendedorismo pelos três enfoques: comportamental, gerencial e econômico (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011). No sentido comportamental, pois os dois representantes das IES veem o empreendedorismo ligado ao comportamento, a atitudes e apontam algumas características inerentes a esse indivíduo como inovação, iniciativa e busca por oportunidades, atributos esses presentes na teoria de Filion (1999) e definidos pelo SEBRAE (2005).

Já abordagem gerencial pode ser observada na fala dos entrevistados quando os mesmos abordam que o empreendedor deve criar e gerenciar projetos, afirmando assim que sob esse viés o empreendedor deve ter competências, habilidades e atitudes de um gestor eficaz (MELLO et al, 2006). Por último, os diretores de empreendedorismo das IES pesquisadas também entendem o empreendedor como um indivíduo que atua na economia, gerando riquezas e desenvolvimento no meio que está inserido, caracterizando assim a abordagem econômica, a qual aborda o empreendedor como aquele que insere algo novo na economia, rompendo a ordem (SCHUMPETER, 1949 apud DORNELAS, 2005).

Na categoria educação, empreendedorismo e desenvolvimento há outro ponto comum. Os dois entrevistados afirmam que educação e empreendedorismo estão atrelados ao desenvolvimento. Quando perguntados sobre essa relação, as respostas do Diretor de Empreendedorismo da instituição A e a do Diretor de Empreendedorismo da instituição B foram respectivamente: “O país e o desenvolvimento do mesmo dependem fundamentalmente do seu povo e isso passa necessariamente pela educação e além da educação por atitudes empreendedoras” e “Se você trabalha com educação empreendedora naturalmente alguma das pessoas, dos alunos que desenvolveram essas competências vão querer criar também negócios, ou seja, empresas que vão gerar riquezas para o país”. Um dos objetivos de inserir o empreendedorismo em uma IES é criar cidadãos que gerem e distribuem riquezas e conseqüentemente contribuam para o desenvolvimento econômico (DOLABELA, 1999).

Ao serem questionados sobre quais as ações praticadas por suas instituições para promover o empreendedorismo, descritas na categoria ação empreendedora (quadro 3), os dois diretores citaram primeiramente a criação de uma área fim voltada exclusivamente para lidar e desenvolver estratégias de educação empreendedora. Esse fato mostra a tendência da disseminação de centros de empreendedorismo existentes nas IES que visam promover palestras, oficinas, cursos relacionados à atividade empreendedora (LIMA et al, 2014).

Além disso, no momento que foram indagados sobre como as suas instituições veem a participação das IES na criação de uma cultura empreendedora as respostas foram as mesmas: a educação empreendedora ainda é tímida e apesar de ter avançado nos últimos anos, essa movimentação das outras instituições não são suficientes dentro de um contexto global. Essa percepção dos entrevistados vai de encontro com os dados da pesquisa ENDEAVOR (2014) que apontam que a vontade de cursar disciplinas relacionadas ao empreendedorismo é grande em todos os cursos em que a pesquisa foi realizada, mas essa demanda não está sendo atendida.

Destaca-se também que os dois entrevistados apontaram a importância do apoio da diretoria da instituição para o desenvolvimento dos programas de empreendedorismo (categoria fatores favoráveis – quadro 3) e enfatizaram que os entraves para inserção dessa cultura empreendedora são muitos e citaram igualmente a dificuldade de se conseguir recursos (categoria desafios – quadro 3).

Tendo como base as entrevistas é possível enumerar algumas ações de educação empreendedora que são utilizadas pelas instituições pesquisadas (quadro 4). O mesmo pode ser utilizado como referência por outras IES que desejam inserir o empreendedorismo dentro das suas instituições e, conseqüentemente, contribuir para o desenvolvimento e disseminação da cultura empreendedora no Brasil.

AÇÕES
Criação de uma área específica para desenvolvimento da educação empreendedora.
Disponibilidade de disciplinas voltadas para o desenvolvimento de competências empreendedoras.
Disponibilidade de disciplinas voltadas para o desenvolvimento de planos de negócio.
Incubadora de Empresas.
Empresa Júnior.
Formação Complementar (workshops e cursos).
Oficinas de educação empreendedora para professores.
Programas de empreendedorismo social.
Parcerias com órgãos de apoio ao empreendedorismo.
Parcerias com empreendedores já estabelecidos no mercado.
Acompanhamento do desenvolvimento de competências empreendedoras nos estágios realizados pelos alunos.

Quadro 4: Ações de Educação Empreendedora

Fonte: Elaborado pela autora.

Nota-se que a maioria das ações são desenvolvidas pelas duas instituições e que essas estão presentes no que foi proposto por Filion (2000) e Dolabela (1999) ao mencionarem que as IES podem realizar parcerias com empresas e empreendedores para que os potenciais empreendedores tenham contato com o mercado no qual atuarão, realizar atividades que proporcionem ao estudante o autoconhecimento, promover trabalhos para a criação de empresas fictícias e disponibilizar estruturas como incubadoras para auxiliar os alunos que já são empreendedores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O termo empreendedorismo está em destaque e apesar de existirem diferentes abordagens sobre o que é empreendedorismo é possível observar concordância de que percepção de oportunidades, inovação, capacidade de relacionamento, liderança, habilidade de lidar com incertezas e correr riscos são características inerentes ao empreendedor. A partir de dados do GEM (2013), observa-se que o empreendedorismo é uma atividade relevante para os brasileiros, sendo que essa atividade ocupa o terceiro lugar na lista de desejos da população e 17,3% estão empreendendo.

Além da importância do empreendedorismo, nota-se também a relevância da educação e no quão eficaz pode ser a junção desses dois fatores para o desenvolvimento de um país. Segundo Dolabela (1999), a inserção de uma educação empreendedora no país justifica-se pelo fato de essa oferecer realização pessoal, estímulo ao desenvolvimento do país e da comunidade local, apoio a micro e pequena empresa, apoio a novos empreendimentos de base tecnológica e

resposta ao desemprego, mostrando uma relação em que tanto o indivíduo como a sociedade ganham.

Sendo assim, os objetivos dessa pesquisa foram alcançados ao longo do desenvolvimento desse estudo, tendo em vista que no referencial teórico foi apresentada uma discussão conceitual sobre empreendedorismo e educação empreendedora, além de terem sido expostos os cenários do empreendedorismo e da educação brasileira. Também foi demonstrada a relação entre os principais temas, ou seja, entre empreendedorismo, educação e desenvolvimento, sendo que ser empreendedor é direcionar esforços para gerar riquezas seja na transformação, na geração ou na inovação e que a junção da educação e do empreendedorismo pode ser uma importante ferramenta para o desenvolvimento de um país (DOLABELA, 1999).

A proposta de identificar as ações utilizadas pelas IES finalistas do Prêmio Spark Awards 2014 que trabalham com educação empreendedora foi igualmente alcançada tendo em vista que foram realizadas entrevistas com os diretores de empreendedorismo de duas instituições finalistas do prêmio na categoria “Melhor Universidade para Empreendedores” que visa prestigiar IES de promovem a educação empreendedora. Já o objetivo de sugerir práticas de educação empreendedora para serem adotadas por outras IES também foi atingindo, pois por meio das ações das instituições entrevistadas foi possível elencar práticas que poderão servir de exemplo, respondendo assim o problema desta pesquisa.

Como limitações para a realização desse artigo aponta-se a dificuldade de conciliação de horários para a realização das entrevistas com os responsáveis pelas instituições e o fato de não ter sido possível realizar a entrevista com a outra instituição finalista da premiação evidenciada nesse estudo.

Para agenda futura, sugere-se que sejam pesquisadas em outras IES o que elas estão fazendo para promover o empreendedorismo entre os alunos e investigar como órgãos de apoio ao empreendedorismo, como o SEBRAE, enxergam a educação empreendedora.

Conclui-se que a educação empreendedora é uma importante estratégia para o desenvolvimento social e econômico e que, apesar de avanços na promoção dessa educação, ainda há o que ser trabalhado. Uma educação empreendedora de qualidade deve formar cidadãos com atitudes empreendedoras, ou seja, inovadores, proativos, líderes dispostos a correr riscos calculados e protagonistas de mudanças que gerem valor para toda a sociedade.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; CARVALHO, José Luis Felício. A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. **RAC**, v.15, n.2, p. 179-197, mar./abr. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n2/v15n2a02.pdf>> Acesso em: 21 Mar 2015.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo. Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro. Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro. Editora Campus, 2005.

ENDEAVOR. Empreendedorismo nas universidades Brasileiras – resultados quantitativos. 2014. Disponível em:< <https://endeavor.org.br/empreendedorismo-nas-universidades-2014/>> Acesso em: 07 de Mar 2015.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v.34, n.2, p. 6-28, 1999.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE Light**, v.7, n.3, p.2-7, jul./set. 2000.

GEM. **Relatório Executivo do Global Entrepreneurship Monitor. 2013**. Disponível em:< http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM_2013_Pesquisa_Completa.pdf> Acesso em 06 de Março de 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GUESS. **Relatório do Estudo GUESS Brasil**. 2014. Disponível em:< <https://grupoapoe.files.wordpress.com/2015/01/cp-2014-03-relatorio-estudo-guesss-brasil-2013-2014.pdf>> Acesso em: 07 de Mar 2015.

HISRICH, R. D; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

LEITE, Elaine da Silveira; MELO, Natália Maximo. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. **RESOCP**, v.16, n.31, p.35-47, nov. 2008. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v16n31/v16n31a05.pdf>> Acesso em: 20 Mar 2015.

LIMA, Edmilson; NASSIF, Vânia Maria Jorge; LOPES, Rose Mary Almeida; SILVA, Dirceu da. **Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório GUESSS Brasil 2013-2014**. Grupo APOE, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE, 2014.

MELLO, Sérgio carvalho Benício de; LEÃO, André Luiz Maranhão de Souza; PAIVA JÚNIOR, Gernando Gomes de. Competências Empreendedoras de Dirigentes de Empresas Brasileiras de Médio e Grande Porte que Atuam em Serviços da Nova Economia. **RAC**, v.10, n.4, p. 47-69, out./dez. 2006. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rac/v10n4/a03v10n4.pdf>> Acesso em: 21 Mar 2015.

MICROSOFT E ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS. **Regulamento Geral Prêmio Spark Awards 2014**.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Censo de Educação Superior 2012: resumo técnico**. Disponível em: http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2012/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2012.pdf Acesso em: 23 Mar 2015.

NEVES, José Luiz. **Pesquisa Qualitativa – Características, usos e possibilidades**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v.1, n. 3, 2º sem./1996.

PARDINI, Daniel Jardim; SANTOS, Renata Veloso. Empreendedorismo e interdisciplinaridade: uma proposta metodológica no ensino de graduação. **Revista de Administração da FEAD – Minas**, v.5, n.1/2, p.157-172, 2008.

SEBRAE. **Manual do Empreendedor – O empreendedor e suas características. 2005**.

Disponível

em:<[http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/BECA25B60A8F51D8032570F8006539AF/\\$File/fasciculo_1.pdf](http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/BECA25B60A8F51D8032570F8006539AF/$File/fasciculo_1.pdf)>. Acesso em: 06 Mar 2015.

SEBRAE. Os Donos de Negócio no Brasil: Análise por Faixa Etária (2002-2012). 2014.

Disponível em:<

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6147a9d7c729046b5c11ac7fd0bc8f99/\\$File/4837.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6147a9d7c729046b5c11ac7fd0bc8f99/$File/4837.pdf)> Acesso em: 23 Mar 2015.

SILVEIRA, Ailton Carlos da; BONELI, Jardel Javarini; GONÇALVES, Giovanini; CASTRO, Niciane Estevão; BARBOSA, Priscila Amorim; VILLENA, Daniele Jannotti S. Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender. Foco – **Revista Eletrônica do Curso de Administração da Faculdade Novo Milênio**, v.2, n. 1, p.1-11, 2007. Disponível em: <<http://www.novomilenio.br/Periodicos/index.php/foco/article/view/1>> Acesso em: 22 Mar 2015.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; DUCCI, Norma Pimenta Cirilo; SARRASSINI, Noeli dos Santos; MUNHÊ, Vilma Pimenta Cirilo; DUCCI, Larissa Zamarian. Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. REGE, v.18, n.1. p.3-18, jan./mar. 2011. Disponível em:<<http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36722/39443>> Acesso em: 05 Mar 2015.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: Evolução Histórica, Definições e Abordagens. **VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)**, 2014. Disponível em: <<http://www.egepe.org.br/anais/tema05/186.pdf>> Acesso em: 20 Mar 2015.