

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: ESTUDO DE CASO COM ALUNOS EM UMA ESCOLA ESTADUAL DA REGIÃO CENTRAL DO RIO GRANDE DO SUL¹

*ENTREPRENEURIAL EDUCATION: CASE STUDY WITH STUDENTS IN A
STATE SCHOOL IN THE CENTRAL REGION OF RIO GRANDE DO SUL*

**Gustavo Lau Druzian², Matheus Silveira Jardim³, Ana Carolina C. Josende da Silva⁴,
Andressa Falcade⁵, Jaqueline Carla Guse⁶, Márcia Samuel Kessler⁷ e Taís Steffenello Ghisleni⁸**

RESUMO

O presente trabalho versa acerca do incentivo do empreendedorismo entre a população jovem. Para isso, objetiva expor resultados parciais da implementação do projeto de extensão “Empreendedores do futuro”, desenvolvido com uma turma de Ensino Médio de uma escola pública da região Central do Rio Grande do Sul. Ao longo do texto são analisados dados do projeto, apresentando o público jovem envolvido bem como seus conhecimentos iniciais sobre o empreendedorismo. Para isso, utiliza-se de pesquisa quantitativa, mediante a coleta de dados primários, realizada junto aos participantes. Dentre os resultados parciais analisados pelo projeto, verifica-se que dos 21 participantes, a maioria não possui vínculo empregatício nem trabalha, mas demonstra interesse em abrir uma empresa e apresenta um grau mediano de interesse em ações voltadas à cultura empreendedora. Conclui-se, portanto, que os jovens participantes do projeto possuem um grande potencial, o qual pode ser desenvolvido durante a realização das oficinas do projeto.

Palavras-chave: empreendedorismo, projeto de extensão, ensino médio.

ABSTRACT

This article is about the incentive of entrepreneurship among young population. It aims to present partial results of the implementation of the project “Entrepreneurs of the future”, developed in a high school class of a public school in the central region of Rio Grande do Sul. This article aims to discuss data about this project, presenting the young audience involved as well as their initial knowledge on the subject of entrepreneurship. For this, it uses quantitative research, with the collection of primary data among participants. In the partial results, the majority of them did not have a job, but most of them showed interest in starting a business and had a medium degree of interest in actions directed to the entrepreneurial culture. It is concluded, therefore, that the young participants of the project have a great potential that can be developed in the project workshops.

Keywords: entrepreneurship, project extension, high school.

¹ Trabalho oriundo de Projeto de extensão, contemplado pelo edital nº 32/2016 da Pró-reitoria de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão do Centro Universitário Franciscano.

² Acadêmico do curso de Administração - Centro Universitário Franciscano. E-mail: gustavo_laudruzian@hotmail.com

³ Acadêmico do curso de Publicidade e Propaganda - Centro Universitário Franciscano. E-mail: silveira_m@outlook.com

⁴ Orientadora. Docente do curso de Administração - Centro Universitário Franciscano. E-mail: anacarolina_cj@yahoo.com.br

⁵ Coorientadora. Docente do curso de Ciência da Computação - URI - Santiago. E-mail: andressafalcade@gmail.com

⁶ Coorientadora. Docente do curso de Ciências Contábeis - Centro Universitário Franciscano. E-mail: jaqueline_guse@hotmail.com

⁷ Coorientadora. Docente do curso de Direito - Centro Universitário Franciscano. E-mail: marcia.kessler@unifra.br

⁸ Coorientadora. Docente do curso de Publicidade e Propaganda - Centro Universitário Franciscano. E-mail: taisghisleni@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem sendo temática corriqueira em estudos realizados em diversos países, dentre eles, o Brasil, visto sua importância econômica e social. Despertar o empreendedorismo consiste em uma tarefa que requer entusiasmo e perseverança. É acreditar na potencialidade de cada indivíduo de perceber problemas ao seu redor, inovar, enfrentar desafios e buscar meios para atingir objetivos.

Pode-se afirmar que o empreendedorismo é considerado um dos principais mecanismos promotores do desenvolvimento da economia, da inovação e do bem-estar no país. O empreendedorismo é também, em grande parte, uma atitude mental que deve ser desenvolvida no seio da sociedade e fortalecida desde cedo na vida dos indivíduos (REDFORD et al., 2013).

Segundo Fillion (1999), a existência de um meio estimulante é determinante para o desenvolvimento do empreendedorismo entre os jovens. Jovens que tenham contato com o empreendedorismo, seja em contexto familiar ou no meio social em que estão inseridos, apresentam maior probabilidade de se tornarem empreendedores.

Neste sentido, uma pesquisa realizada em 2015 pela Confederação Nacional dos Jovens Empresários (CONAJE), em parceria com a Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, revelou que a maioria dos jovens empreendedores brasileiros são homens e possuem uma microempresa. Além disso, apresentou que embora estes jovens empreendedores sejam pessimistas em relação ao cenário político e econômico do país, desejam investir em um novo segmento de negócio (CONAJE, 2016).

Atualmente, o jovem empreendedor brasileiro vem cada vez mais sofrendo com o desenvolvimento socioeconômico do país (ZOUAIN; OLIVEIRA; BARONE, 2007). A difícil inclusão de jovens no mercado de trabalho faz com que eles tenham que buscar alternativas para enfrentamento do cenário econômico adverso.

Nesse contexto, o projeto “Empreendedores do Futuro” é desenvolvido com o intuito de fomentar o empreendedorismo em jovens estudantes de escolas estaduais da região central do Rio Grande do Sul. Este projeto teve início no mês de março de 2017 e é desenvolvido por docentes e acadêmicos de diferentes cursos de graduação de uma universidade privada.

Visando expor resultados parciais dessa implementação, este artigo objetiva discutir dados sobre essa prática, apresentando um perfil do público jovem envolvido bem como seus conhecimentos iniciais sobre o tema empreendedorismo. Esses dados serão revisitados em outro artigo a ser construído após a finalização do projeto, onde serão discutidas as experiências empreendedoras dos estudantes, assim como as potencialidades e limitações encontradas no decorrer deste estudo.

EMPREENDEDORISMO

O termo “empreendedor” é utilizado para qualificar o indivíduo que apresenta uma forma diferenciada e inovadora para organizar administrar e executar certa atividade. Este profissional inovador modifica, com sua forma de agir e pensar, qualquer área do conhecimento humano. No cenário econômico, este termo também é utilizado para identificar o fundador de uma empresa ou entidade, criando algo que ainda não existia (REIS; ARMOND, 2012).

Empreendedorismo é um processo inicial de implementar novos negócios, novas estratégias, novas mudanças em empresas já existentes. Ser empreendedor é ser agente de mudança apaixonado pelo que faz, com motivação singular de querer ser reconhecido e admirado, referenciado e imitado, querer deixar um legado e não se contentar em ser mais um na multidão (DORNELAS, 2008).

Greco (2012) salienta que capacidades empreendedoras despontam diante de uma cultura empreendedora. Conforme Dolabela (2006, p. 58),

as relações de trabalho estão mudando. O emprego dá lugar a novas formas de participação. Na verdade as empresas precisam de profissionais que tenham uma visão global do processo, que saibam identificar e satisfazer as necessidades do cliente. A tradição do nosso ensino, de formar empregados, nos níveis universitário e profissionalizante, não é mais compatível com a organização da economia mundial.

Para ser um(a) empreendedor(a) é preciso demonstrar determinadas características como: iniciativa, atenção aos riscos, eficiência, persistência, comprometimento, busca por informações, estabelecimento de metas e monitoramento sistemático de resultados. Contudo, da mesma forma, para Dolabela (1999) as características de empreendedor podem ser adquiridas e desenvolvidas com o tempo.

Behling et al. (2015), afirmam que em diferentes situações o empreendedor tende a articular as competências necessárias, a fim de lidar com os cenários existentes e que estão em constante transformação.

Nesse sentido, percebe-se a possibilidade de um despertar do empreendedorismo no público jovem através dos diversos ambientes de ensino, tais como: escolas, cursos profissionalizantes e de graduação. Percebe-se a possibilidade de se permitir aos estudantes entender mais acerca do que é ser empreendedor, motivando-os a praticar o empreendedorismo.

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

A educação pode ser utilizada como uma importante ferramenta para o desenvolvimento de cidadãos críticos, inovadores e proativos. Nesse sentido, ensinar para uma educação empreendedora consiste em um desafio a ser enfrentado pelos educadores. Os Estados Unidos, por exemplo, é uma das maiores potências mundiais no que se refere ao empreendedorismo e à administração

(BOEIRA et al., 2011). Isto se dá, principalmente por seus jovens serem submetidos a matérias e cursos específicos sobre empreendedorismo desde cedo.

O início das atividades de educação empreendedora no Ensino Superior brasileiro surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas Getúlio Vargas, em São Paulo, e aos poucos foi se expandindo pelo país (DOLABELA, 1999). Entretanto, o ensino do empreendedorismo desde a educação básica não possui tradição no Brasil. Segundo relata Dolabela (2012), a origem dessa prática é recente, sendo que as primeiras notícias datam a partir de 2002, com as práticas de pedagogia empreendedora.

Dornelas (2008) destaca que até alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedorismo era inato, que o empreendedor nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Pessoas sem essas características eram desencorajadas a empreender. Hoje em dia, houve uma mudança de posicionamento, acreditando-se que o processo empreendedor possa ser ensinado e entendido por qualquer pessoa, sendo o sucesso decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades encontradas no dia a dia de seu empreendimento.

O ensino de educação empreendedora é uma forma de despertar e desenvolver o empreendedorismo diretamente nos alunos e, conseqüentemente, aos demais envolvidos na atividade educacional. Esta nova forma de educar está sendo implantada nas escolas, fornecendo aos indivíduos bases mais sólidas e seguras para enfrentar novos desafios (SANTOS, 2012).

Costa e Silva, Mancebo e Mariano (2017) apresentam uma pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), de 2014, que mapeou a atividade empreendedora em 73 países. A pesquisa detectou que o ensino do empreendedorismo está entre os principais indicadores das condições para o desenvolvimento da atividade empreendedora. Entre os países do grupo latino-americano e caribenhos, entre os quais se encontra o Brasil, encontra-se uma nota média de 1,86 para a Educação Básica e de 2,98 para o Ensino Superior. No Brasil, a nota atribuída para a Educação Básica foi 1,48 e 2,54 para o Ensino Superior. Em ambos os critérios o Brasil ficou em penúltimo lugar, atrás apenas do Equador na Educação Básica, e do Suriname no Ensino Superior. Isso significa que apesar de sua maior extensão geográfica e superioridade econômica na região (pelo menos em números absolutos), a educação empreendedora no Brasil deixa muito a desejar. Este fato abre um campo de oportunidades a ser desenvolvido no que se refere à temática em questão.

Segundo Tavares, Moura e Aleves (2013), torna-se importante repensar a educação no Brasil, tendo em vista a disseminação da cultura empreendedora como um fator gerador de oportunidades e fomentadora de desenvolvimento.

O projeto “Empreendedores do Futuro” possui, portanto, o objetivo de instigar o espírito empreendedor nos jovens em idade escolar. Dessa forma, esses estudantes podem ter subsídios para um desenvolvimento mais autônomo junto ao mercado de trabalho, passando a serem construtores dos próprios sonhos e realizadores de ideias.

MATERIAL E MÉTODOS

A fim de instigar o espírito empreendedor na população jovem do centro do estado do Rio Grande do Sul, está sendo desenvolvido um projeto de extensão universitária que aborda o tema em uma escola estadual da cidade de Santa Maria. Este projeto está em andamento, sendo realizado de forma presencial, contendo atividades relacionadas aos assuntos de: empreendedorismo, criatividade, sustentabilidade, gestão e divulgação de produtos.

Nesse sentido, este artigo visa expor resultados parciais dessa implementação. Ao longo do texto, serão discutidos dados sobre a realização desse projeto, apresentando um perfil do público jovem envolvido bem como seus conhecimentos sobre o tema empreendedorismo.

Quanto à natureza esta pesquisa é quantitativa, pois “tende a enfatizar o raciocínio dedutivo, as regras da lógica e os atributos mensuráveis da experiência humana” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 33). Ela também pode ser considerada bibliográfica, visto que tem por base livros e artigos sobre empreendedorismo e educação empreendedora. Conforme Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em materiais já elaborados e sua principal vantagem está no fato de permitir aos pesquisadores a cobertura de uma gama de fenômenos mais ampla. Conforme os objetivos já expostos, a pesquisa caracteriza-se como descritiva, buscando descrever a amostra e diagnosticar seus conhecimentos sobre o tema. Para Gil (2008), a pesquisa descritiva utiliza técnicas de coleta de dados como observação sistemática e questionários.

Quanto aos procedimentos técnicos utilizados, é um estudo de caso que, segundo Gil (2008), reflete um estudo aprofundado sobre objetos, permitindo uma análise ampla e detalhada da situação ou conhecimento. Além disso, para Alves-Mazzotti e Gewandsznajder (2006, p. 640) esse tipo de estudo focaliza apenas uma unidade: um indivíduo, um pequeno grupo, uma instituição, um programa ou um evento.

O instrumento utilizado para a coleta dos dados consiste em um questionário *online*, aplicado por meio do recurso *Google* Formulários, composto por três questões abertas e vinte e uma fechadas, elaboradas pelos pesquisadores, com base na teoria estudada. Vale ressaltar que neste artigo não serão apresentadas as questões em sua totalidade, sendo que foram selecionadas aquelas mais relevantes para o objetivo proposto.

Em relação à aplicação do questionário, ele ocorreu no primeiro encontro com os estudantes, visando a mapear o perfil dos participantes da pesquisa e seus conhecimentos iniciais sobre o tema empreendedorismo.

A população da pesquisa foi composta por uma amostra de análise não-probabilística por conveniência constituída por 21 estudantes do Ensino Médio de uma turma de uma escola pública estadual, da região central do Rio Grande do Sul. Os resultados obtidos com a aplicação deste questionário foram tabulados em planilha do *Excel* e, posteriormente, foi realizada a análise de frequência e porcentagem das respostas, informações que serão discutidas na próxima seção deste texto.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção serão apresentadas as análises dos dados obtidos a partir da aplicação do questionário respondido por uma amostra de 21 participantes do projeto “Empreendedores do Futuro”, desenvolvido junto a estudantes de uma escola estadual da região central do Rio Grande do Sul.

Essas discussões serão importantes para o entendimento acerca de características dos jovens participantes e seus conhecimentos sobre o tema empreendedorismo. Nesse sentido, torna-se fundamental conhecer inicialmente o perfil de gênero e a faixa etária do grupo.

Os participantes da pesquisa são compostos por doze garotas e nove rapazes, ou seja, mais da metade dos participantes (57,1%) são mulheres. Esse número está em consonância com o que foi identificado pelo Censo de 2010 da cidade de Santa Maria/RS, o qual já observava que 52,64% da população é composta por mulheres e 47,36% por homens (IBGE, 2010).

Já com relação à idade pode-se observar que a faixa etária desta pesquisa abrange a faixa etária de 16 a 19 anos, sendo que dez estudantes possuem 16 anos (47,62%), seguido de oito participantes com 17 anos (38,10%). Apenas dois estudantes informaram ter 18 anos e um estudante afirmou ter 19 anos. A faixa etária identificada nesta amostra condiz com os dados de Brito (2017), que afirma ser entre 16 e 18 anos a idade para certificação no Ensino Médio.

Na tabela 1, é apresentada a situação dos alunos sobre seus vínculos com oportunidades de trabalho e/ou emprego.

Tabela 1 - Você possui vínculo de trabalho/emprego?

Você possui vínculo de trabalho/emprego?	N	Porcentagem
Não possuo	9	42,9%
Não possuo, mas estou à procura	3	14,3%
Sim, trabalho como Jovem Aprendiz	6	28,6%
Sim, realizo estágio	1	4,8%
Sim, trabalho com carteira assinada	1	4,8%
Sim, trabalho em troca do curso pré-vestibular	1	4,8%
Total	21	100%

Fonte: elaborada pelos autores.

Como é possível observar na tabela, a maioria dos estudantes não possui vínculo empregatício, sendo que de um total de nove alunos (42,9%), três (14,3%) manifestaram interesse e afirmaram que estão procurando. Entre os demais estudantes, seis afirmam trabalhar como jovens aprendizes (28,6%), um é estagiário, um trabalha em troca do curso pré-vestibular e apenas uma afirmou ter carteira assinada. Isso se justifica pela idade apresentada por eles, sendo que a grande maioria tem 16 ou 17 anos. Segundo Barros (2005), a relação de emprego tem natureza contratual exatamente porque é gerada pelo contrato de trabalho, por isso a maioria dos respondentes não tem vínculo empregatício.

Entretanto, suas experiências profissionais podem começar em cursos como jovem aprendiz, para desenvolver outras habilidades.

Dentre as perguntas do questionário, os estudantes responderam se eles se consideram empreendedores. Neste sentido, ainda existiam dúvidas em relação ao questionamento, visto que nove alunos afirmaram que não (42,9%) e outros nove alunos responderam que não sabem (42,9%), enquanto apenas três dos alunos (14,3%) indicaram que se consideram empreendedores. Verifica-se, portanto, que os estudantes apresentam dúvidas em relação à percepção como pessoa empreendedora é explicada, o que pode ter como justificativa a fase jovem em que se encontram, com pouca idade e sem antes terem sido questionados sobre o assunto.

Sintetizando os dados referentes a criatividade, apresenta-se a tabela 2.

Tabela 2 - O quanto você se acha criativo?

O quanto você se acha criativo?	N	Porcentagem
Criativo	11	52,4%
Muito criativo	3	14,3%
Pouco criativo	7	33,3%
Total	21	100%

Fonte: elaborada pelos autores.

Conforme pode ser observado na tabela 2, onze alunos se consideram criativos (52,4%), três responderam ser muito criativos (14,3%) e sete alunos acreditam ser pouco criativos (33,3%). A criatividade é uma característica do empreendedor. Ao longo dos anos, sem o devido estímulo, o indivíduo pode ir perdendo a criatividade. Ela está relacionada com os processos de pensamento que se associam com a imaginação, o *insight*, a invenção, a intuição, a inspiração, a iluminação e a originalidade (DORNELAS, 2008).

Os alunos também foram questionados em relação ao interesse em abrir um negócio. A maior parte deles demonstra interesse em abrir uma empresa, sendo que doze dos alunos responderam que sim (57,1%) e nove afirmaram que não possuem nenhum interesse (42,9%).

Na tabela 3 são apresentadas as respostas sobre um questionamento hipotético. Os estudantes foram questionados sobre a oportunidade de abrir um negócio e os principais desafios para que o empreendimento pudesse dar certo.

Como pode ser observado, dez dos estudantes acreditam que o principal desafio seria o planejamento (47,6%), sete deles consideram que precisariam de um capital inicial (33,3%), apenas dois afirmaram que precisariam de conhecimento técnico, um estudante indicou que precisaria de orientação e um estudante indicou que precisaria de capital inicial e planejamento. Segundo Ferreira et al. (2005), o desenvolvimento de um planejamento lançará as bases para a construção de um futuro promissor e a geração de um mercado mais profissional e preparado para as constantes mudanças.

Tabela 3 - Caso surgisse uma oportunidade de abrir um negócio, na sua avaliação quais seriam os principais desafios para que o empreendimento pudesse dar certo?

Com oportunidade de abrir um negócio, qual seria o principal desafio?	N	Porcentagem
Planejamento	10	47,6%
Ter conhecimento técnico sobre o produto/serviço	2	9,5%
Ter um capital Inicial	7	33,3%
Ter um capital Inicial / planejamento	1	4,8%
Orientação	1	4,8%
Total	21	100%

Fonte: elaborada pelos autores.

Na tabela 4 são apresentados os dados compilados em relação às características que os estudantes acreditavam defini-los.

Tabela 4 - Quais das características abaixo definem você?

Características do empreendedor	N	Porcentagem
Autoconfiança	10	9,0%
Comprometimento	17	15,3%
Coragem para correr riscos calculados	8	7,2%
Estabelecimento de metas	12	10,8%
Iniciativa	14	12,6%
Persistência	18	16,2%
Planejamento e monitoramento sistemáticos	5	4,5%
Proatividade na busca de informações	8	7,2%
Qualidade e eficiência no que faz	15	13,5%
Rede de contatos	4	3,6%
Total	111	100%

Fonte: elaborada pelos autores.

Conforme pode ser verificado na tabela 4, os alunos indicaram ter pelo menos cinco das características do empreendedor abordadas por Dolabela (1999). Em primeiro lugar, 18 estudantes indicaram ter persistência, enquanto 17 afirmaram ter comprometimento, 15 indicaram qualidade e eficiência no que fazem e 14 afirmaram ter iniciativa. O estabelecimento de metas está em quinto lugar, com 12 indicações. As demais características indicadas pelo autor também foram confirmadas pelos alunos, porém, em menor número.

Com relação à pergunta aberta sobre o que é empreendedorismo, notou-se que entre os 21 respondentes, a maioria desconhecia o assunto, talvez devido à falta de conversas e trabalhos sobre o tema na escola e em seus bairros de moradia. Algumas das respostas foram: “não sei”, “é uma pessoa que tem empresa”, “é investir em algum projeto”, mostrando que os respondentes são desprovidos de um conhecimento empírico em relação a “o que é ser empreendedor”.

CONCLUSÃO

O presente artigo buscou analisar os dados primários obtidos por meio da aplicação de uma pesquisa diagnóstica acerca do perfil dos jovens participantes do projeto de extensão “Empreendedores do futuro”, desenvolvido junto a uma turma do Ensino Médio de uma escola estadual da região central do Rio Grande do Sul.

A partir da análise realizada foi possível perceber que o perfil do público do projeto consiste de jovens de 16 a 19 anos, que em sua maioria ainda não possuem vínculo trabalhista, mas que em algum momento da vida já tiveram intenção de abrir uma empresa própria. Como principal desafio para a abertura de um empreendimento, os jovens entenderam ser necessário um bom planejamento. Diante disto, os resultados apresentaram tais resultados pelo motivo de terem conhecido suas oportunidades perante o mercado, abrindo mais opções para quem pretende seguir um planejamento de ter seu próprio negócio.

A partir das informações apresentadas, observa-se que o desenvolvimento de projetos de extensão universitária voltados ao empreendedorismo no Ensino Médio é de extrema relevância. Permitir um melhor direcionamento dos jovens para o desenvolvimento de atitudes empreendedoras permite a eles não somente despertar suas competências, mas também contribuir para o desenvolvimento regional, servindo como catalisadores de mudança social.

Vale salientar que a partir desta análise inicial, será dada ênfase à realização de oficinas que promovam a criatividade e que demonstrem o “como fazer” do planejamento de um empreendimento, visando estimular os estudantes a apresentarem práticas empreendedoras e, quem sabe, motivá-los a abrir um negócio próprio. Além disso, esta pesquisa será utilizada em uma análise comparativa dos resultados referentes à turma de 2017 e as futuras turmas do projeto.

Para a conclusão desta primeira parte do projeto, evidenciou-se nas respostas uma limitação dos alunos em relação ao conhecimento prévio sobre o tema, o que dificultou as respostas. Diante disto, é necessário que se desenvolva um diálogo inicial com as próximas turmas, a fim de contextualizar sobre o empreendedorismo e permitir que eles possam se dedicar a projetos que lhes forneçam dinheiro e sirvam para a mudança de suas realidades.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, A. J.; GEWANDSZNAJDER, F. Usos e abusos dos estudos de caso. **Cadernos de Pesquisa**, v. 36, n. 129, p. 637-51, 2006.

BARROS, Alice Monteiro de. **Curso de Direito do Trabalho**. São Paulo: LTR, 2005.

BEHLING, G. et al. Microempreendedor Individual catarinense: uma análise descritiva do perfil dos empreendedores individuais em Santa Catarina. **NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, n. 1, p. 65-78, 2015.

BOEIRA, B. F. et al. A educação empreendedora e o sucesso empreendedor. IN: VIII CONVIBRA ADMINISTRAÇÃO - CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, 2 a 4 de dezembro de 2011. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <<https://goo.gl/Ffo7i5>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

BRITO. **Organização Educacional Farias Brito**. Faixa etária. 2017. Disponível em: <<http://www.fariasbrito.com.br/>>. Acesso em: 18 ago. 2017.

COSTA e SILVA, F. da.; MANCEBO, R. C.; MARIANO, S. R. H. Educação Empreendedora como Método: o caso do minor em empreendedorismo inovação da UFF. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 196-216, 2017.

CONAJE - Confederação Nacional de Jovens Empresários. **Perfil do jovem empreendedor brasileiro** - relatório executivo 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/f3yK8g>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

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

_____. **O segredo de Luisa**. São Paulo: De Cultura, 2006.

_____. **Pedagogia empreendedora**: ensino de empreendedorismo na educação básica. 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/Zpfpz2>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

DORNELAS, J. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em Negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FERREIRA, M. A. D. et al. A importância do planejamento estratégico para o crescimento das empresas. **Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais**, v. 2, n. 1, p. 34-39, jan./jun. 2005.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRECO, S. M. de S. S. (Coord.) et al. . Empreendedores do Brasil e regiões segundo o estágio dos empreendimentos. In: **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2012. 162p.

IBGE. **Censo**. 2010. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 05 ago. 2017.

REDFORD, D. T. et al. **Uma escola de futuro: empreendedorismo e capacitação dos jovens**. Programa Escolhas. Porto: Universidade Católica Portuguesa, 2013.

REIS, Evandro Paes dos; ARMOND, Álvaro Cardoso. **Empreendedorismo**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2012. 332p.

SANTOS, M. C. dos. **O ensino do empreendedorismo nas escolas municipais um estudo de caso**. 2012. 42f. Monografia (Especialização em Gestão Pública Municipal) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, Campus Curitiba, 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/Ri8Jyz>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

TAVARES, C. M.; MOURA, G. L. de; ALVES, J. N. Educação empreendedora e a geração de novos negócios. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**, Número 188, 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/mEjnxU>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

ZOUAIN, D. M.; OLIVEIRA, F. O.; BARONE, F. M. Construindo o perfil do jovem empreendedor brasileiro: relevância para a formulação e implementação de políticas de estímulo ao empreendedorismo. **RAP - Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 4, p. 797-807, jul./ago. 2007.

