



Empreendedorismo: uma análise sobre a capacitação de empreendedores na Região Centro-Sul do Paraná

Edinéia Lopes (UNICENTRO) edilopes.adm@gmail.com
Maricléia Aparecida Leite (UNICENTRO) mhleiten@yahoo.com.br
Patrícia Guerez (UNICENTRO) guerezp@gmail.com
Carlos Alberto Marçal Gonzaga (UNICENTRO) admgonzaga@yahoo.com.br

Resumo: Este artigo tem por objetivo abordar a experiência de capacitação de empreendedores desenvolvida no âmbito do Programa Bom Negócio Paraná (PBNP), na Região Centro-Sul do Estado do Paraná. A pesquisa foi conduzida com abordagem quantitativo-qualitativa. Como ferramentas para a coleta de dados foram utilizados questionários e a observação sistemática. Os dados coletados mostram que o PBNP-Centro-Sul do Paraná vem atingindo o objetivo de auxiliar os empreendedores da região a incorporar novos conhecimentos que dinamizem seus empreendimentos e fomentem a geração de renda e a empregabilidade.

Palavras chave: empreendedorismo, capacitação de empreendedores, extensão universitária, gestão organizacional, plano de negócios.

Entrepreneurship: a case study on the Training Course of Paraná Good Business Program

Abstract: This article aim to address the entrepreneurship training experience in the *Programa Bom Negócio Paraná* (PBNP - Parana Good Business Program), implanted at the Parana Central-South Region.. The approach of this research was quantitative-qualitative. The data were obtained with systematic observation and form application. The data analysis showed that the program in question is achieving its purpose of providing improvements to the entrepreneurship knowledge to assist in the generation of income and employment.

Key-words: entrepreneurship, entrepreneur development, academic communitarian service, organizational management, business plan.

1 Introdução

O empreendedorismo significa a realização de algo novo, de modo a alterar a situação presente, realizando a busca constante de novos negócios, visando a junção de indivíduos e processos que conduzem para a modificação de ideias em oportunidades (DORNELAS, 2003). O tema é de grande importância, porque se refere ao desenvolvimento de pessoas

inovadoras que possam criar valor com atividades empresariais e contribuir para a economia global.

Os cursos de empreendedorismo como o Programa Bom Negócio Paraná, são de grande relevância para o crescimento do município, possibilitando o aprendizado e conhecimento empreendedor por parte dos micros, pequenos e médios empresários, visando a geração de emprego, renda e desenvolvimento econômico e intelectual.

O projeto em estudo é do Governo do Estado do Paraná e realiza parcerias com as instituições de ensino visando o desenvolvimento local dos municípios, e em sinergia com o Banco Empreendedor Paraná - Fomento Paraná concede o uso de crédito para a aplicação no empreendimento como capital de giro ou investimento.

Observando a necessidade de investimentos em cursos de capacitação empresarial, e que os micro, pequenos e médios empresários necessitam de novas práticas para realizar um bom atendimento ao cliente e correta gestão do negócio, este artigo começa apresentando o conceito de empreendedorismo, fatos históricos sobre esta prática, o administrador e o empreendedor, as práticas empreendedoras no Brasil, bem como os cursos de capacitação e incubadoras. Visando compreender o pequeno empresário, esta pesquisa apresenta os objetivos do Programa Bom Negócio Paraná e identificação da satisfação e análise com relação à aplicação da teoria do curso de capacitação, na prática empresarial.

2 Revisão bibliográfica

2.1 Empreendedorismo

No início do Século XX, o economista Joseph Schumpeter conceituou empreendedor como sendo uma pessoa criativa e capaz de fazer sucesso com inovações. Posteriormente, Knight (1967) e Drucker (1970) observaram que ao conceito de empreendedorismo estão associados ao risco, visão de mercado e evolução (OLIVEIRA, 2012).

A descrição de Drucker (2008) para um empreendimento é de que consiste numa prática baseada em conhecimento instrumental, não se trata nem de uma ciência nem de uma arte. Ou seja, para o empreendedor, o conhecimento é um meio para alcançar uma finalidade prática. Drucker (2008) também afirma que o empreendimento precisa ser tratado disciplinadamente como um dever, pois não é algo que ocorre por geração espontânea ou natural. O empreendedorismo, portanto, funda-se na atividade de elaborar estratégias para criar um empreendimento e fazer com que os negócios desenvolvidos viabilizem-se para o futuro.

Em seu contexto histórico, no Brasil, segundo Previdelli e Sela (2006), o empreendedorismo se intensificou em decorrência da grande preocupação com a redução da taxa de mortalidade empresarial, pois as micro e pequenas empresas contribuem com 43% dos vínculos empregatícios existentes. Além disso, conforme dados apresentados anualmente pela GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), o Brasil, no que se refere ao empreendedorismo, ultrapassou os países conhecidos como BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), visto que na amostra selecionada em 2013, 71% correspondem aos empreendedores iniciais de oportunidade e 28% são por necessidade. Além disso, os empreendedores iniciais apresentam participação de 61%, 65%, 66% e 70%, respectivamente, para os demais integrantes do grupo.

Com uma visão contrária às apresentadas, Razzolini Filho (2012) comenta que o aumento do empreendedorismo no Brasil ocorreu devido às mudanças estruturais no trabalho, ocasionadas pelas altas taxas de desemprego.

Na concepção de Oliveira (2012), o empreendedorismo no Brasil começou a se desenvolver nos anos 90, com a abertura do mercado de importações, tendo que se adaptar à

modernização. Antes disso, o cenário político e econômico não era favorável e o empreendedor não conseguia ajuda para dar início ao seu próprio negócio.

2.1.1 O empreendedor

O sujeito empreendedor, na concepção de Dolabela (2003), é aquele que modifica a realidade, de modo a fazer as coisas acontecerem. Portanto, o mesmo eleva as energias do meio que o cerca e coloca em prática os projetos com benefícios a comunidade.

Partindo desse conceito, Machado, citado por Razzolini Filho (2012, p. 70), elenca as características necessárias para um empreendedor, que consistem em autoconfiança, foco em oportunidade, amplo relacionamento social, habilidade para minimizar riscos, paixão pelo que faz, persuasividade; liderança e visão.

No entendimento de Oliveira (2012), porém, como as pessoas alteram seus comportamentos e estratégias de empreendimentos conforme as suas vivências, experiências de vida e circunstâncias às quais são expostas, então não se pode elaborar perfis de empreendedores sem o conhecimento prévio do ramo de atuação. São as circunstâncias que estimulam e moldam as características do empreendedor.

De acordo com Filion, *apud* Muniz (2008), há uma grande diferença entre o administrador e o empreendedor, pois aquele opera com base em uma estrutura organizacional já existente, utilizando racionalmente e de modo efetivo os recursos disponíveis, adaptando-se às alterações do ambiente, no entanto, este usa a determinação de uma visão e objetivos, identificando e alocando recursos para alcançá-los, além de os processos organizacionais serem moldados mediante a imaginação e criatividade.

Na concepção de Couto (2014), um empreendedor é diferenciado de outras pessoas pelo fato de pensar em coisas inovadoras que ninguém teria pensado antes. Nas dificuldades, o empreendedor não enxerga apenas obstáculos, mas o transforma em uma oportunidade. Para a formação de empreendedores, é importante ressaltar que o empreendedorismo deve ser incentivado desde a educação do indivíduo, mesmo os que são empreendedores natos, sendo aquele que se destaca desde a infância e está sempre à frente do pensamento dos demais, devem realizar pesquisas de mercado e planejamento para implantação ou formulação de empresa para garantir o sucesso do empreendimento.

2.2 Estímulo ao empreendedorismo

Dornelas *apud* Oliveira (2012) descreve que o Brasil vem apresentando algumas ações empreendedoras e incentivando a população a empreender, que é o caso de programas como o SOFTEX e o GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviço), que apoiam atividades de empreendedorismo em *software* nas universidades e a geração de novas empresas da área.

O autor ainda cita algumas ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE; e ainda o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, focando na capacitação de mais de 1 milhão de empreendedores e destinando recursos financeiros para investimentos em novas estratégias e inovações. Em Santa Catarina existe o programa Engenheiro Empreendedor, que capacita alunos de graduação em engenharia. O programa REUNE, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias), promove o empreendedorismo nas escolas de ensino superior, presente em mais de duzentas instituições brasileiras.

No Brasil, acontece um enorme crescimento do movimento de incubadoras de empresas. Dados da ANPROTEC (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas) mostram que em 2000, havia mais de 135 incubadoras de

empresa, contando com as empresas de Internet totalizam mais de 1.100 empresas incubadoras, que geram mais de 5.200 empregos. (DORNELAS, 2001 *apud* OLIVEIRA, 2012).

De acordo com um estudo realizado pelo Sebrae Nacional entre março e abril de 2012, mostram que 36% dos Empreendedores Individuais estão nas atividades de serviços e no caso das micro e pequenas empresas a porcentagem é de 28%. A participação no comércio das MPE é de 56% contra 39% dos EI. Do total, 17% dos empreendedores individuais atuam na indústria e 8% na construção civil, nas MPE as taxas são de 3% na construção civil e 13% na indústria. A venda de roupas lidera as atividades mais procuradas pelos EI, representando 10,4% do total. Em segundo lugar estão os cabelereiros (7,3%), seguido de obras de alvenaria (3%), lanchonetes (2,9%) e minimercados, mercearias e armazéns (2,6%).

Luiz Barretto, presidente do Sebrae Nacional, cita que a formalização é o primeiro passo para esses novos empreendedores, pois o fato da pessoa ser uma boa costureira não significa que ela é boa gestora, pois o conhecimento empresarial e o sucesso de uma empresa se adquire com a prática ligada aos estudos sobre gestão empresarial e empreendedorismo.

2.2.1 Empreendedorismo e ensino

Por meio de Gibb (1998) citado por Dolabela (2003) constata-se que o ensino do empreendedorismo faz chegar ao conceito de cultura empreendedora, sendo esta uma grande tarefa a ser executada pelo professor, pois ele ajudará a construir essa cultura, definida como valores e empreendedorismo social.

O autor destaca que para desenvolver essa consciência crítica nas pessoas é necessário reconhecer a importância da diversidade cultural e da transferência de conhecimento. Para isso, essa estratégia de educação empreendedora deve explicar sua racionalidade, entendimento e finalidade de tal processo, visando o desenvolvimento humano, social e econômico. No entendimento de Fillion (1994) *apud* Oliveira (2012 p. 10) “para saber se o empreendedorismo pode ser ensinado, devemos adaptar a abordagem pedagógica à lógica de cada disciplina ou campo de estudo. Não se pode ensinar empreendedorismo como se ensina outras matérias”.

Dolabela (2003) cita algumas práticas didáticas a serem desenvolvidas dentro da sala de aula, como a eliminação das aulas expositivas, adotando estratégias que representem a realidade que se quer abordar utilizando de recursos de noticiários, biografias, experiência vivida e outros. Deve-se entender a capacidade do aluno em suas diversas fases, e descobrir a linguagem e os processos motivacionais para que ele pense e responda como irá desenvolver um projeto para chegar ao seu objetivo.

O autor descreve que os processos de desenvolvimento para uma pedagogia empreendedora, são instrumentos de que a comunidade pode dispor para aprender a formular as suas metas e objetivos, estabelecendo uma proposta de novas ideias e soluções de problemas. A pedagogia empreendedora toma a escola como referência de comunidade, considerando-a um lócus de aprendizado da construção do futuro, derrubando muros e trazendo a realidade para dentro da sala de aula.

O empreendedorismo surge de contextos culturais que se desenvolvem em torno de empreendedores que dirigem pequenas empresas. Hoje em dia se tornou muito fácil encontrar cursos, estudos de caso, trabalhos de campo na área do empreendedorismo, nos quais as pessoas se matriculam não necessariamente para se tornar um empreendedor, mas para descobrir esse novo mundo. Assim, os universitários tendem a priorizar elementos de conceitualização, enquanto que os empreendedores preferem geralmente o mais concreto (OLIVEIRA, 2012).

3. O Programa Bom Negócio Paraná

O Programa Bom Negócio Paraná consiste na execução de capacitação de empreendedores por meio de cursos de 68 horas-aula, ministrados em todo o Estado do Paraná, sob a orientação e execução das Universidades Estaduais. A capacitação prevê orientação para a elaboração de Plano de Negócios, necessário para a obtenção de crédito da Fomento Paraná, e para a adequada aplicação de recursos financeiros. Na sala de aula o empreendedor aprende interagindo com outros empreendedores. Sua origem, em 2012, foi inspirada no programa homônimo – Bom Negócio de Curitiba – desenvolvido pela prefeitura de Curitiba, a partir de 2005, sob a coordenação da Agência Curitiba de Desenvolvimento S/A. (FOMENTO PARANÁ, 2012).

O programa, conforme os dados expostos pela Fomento Paraná (2014), foi premiado pela Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), órgão ligado ao Ministério da Ciência e Tecnologia, e ficou colocado entre os cinco melhores projetos de desenvolvimento econômico da América do Sul no 10º Fórum Interamericano da Microempresa, promovido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Levando em consideração este histórico, segundo informações contidas na Fomento Paraná (2014), a partir de 2011 o Governo do Estado Paraná decidiu implantar um programa semelhante em todo o estado do Paraná. A implementação do Programa Bom Negócio Paraná nos municípios do Estado ocorreu depois de realizado um diagnóstico da economia paranaense. O diagnóstico apontava uma economia em transição, que exigia do governo diretrizes para a elevação da Qualidade de Vida e o Desenvolvimento Humano no Paraná. Neste contexto, buscou-se fortalecer o desenvolvimento das micro, pequenas e empresas individuais, para estimular novos empreendedores a formalizarem suas empresas e dinamizarem a economia paranaense com a geração de empregos e renda.

Segundo dados da página da Secretaria da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior - SETI (2014), o Programa Bom Negócio Paraná tem como principal objetivo, estimular o desenvolvimento econômico local dos municípios do Paraná, por meio da capacitação, consultoria e acompanhamento de empreendedores, fortalecendo as iniciativas que possam resultar na sustentabilidade das empresas e na geração de novos negócios. O Programa foi desenvolvido, prioritariamente, para as micros e pequenas empresas do Paraná, bem como para os empreendedores individuais.

O Programa Bom Negócio Paraná, conforme as informações do site da Fomento Paraná (2014), oferece financiamento com juros subsidiados (de 0,55% a 1,07% a.m, para valores entre R\$ 1.000,00 e R\$ 300.000,00), disponibilizados à empreendedores pelo Banco do Empreendedor, da Fomento Paraná, uma autarquia do Governo do Estado.

De acordo com dados do site da Fomento Paraná (2014), o maior objetivo desse projeto é capacitar e tornar o empresário capaz de avaliar previamente a real possibilidade de honrar os compromissos e de consolidar o seu empreendimento.

4. Metodologia

O presente trabalho teve por objetivo verificar as especificidades da educação empreendedora, relativas ao Programa Bom Negócio Paraná, com a finalidade de identificar a aplicabilidade dos conteúdos pelos empreendedores que dele participam. A pesquisa, de caráter quantitativo-qualitativa, foi realizada com uma amostra de 92 participantes, nos municípios de Irati, Prudentópolis, Rebouças e Rio Azul.

Para subsidiar as informações referentes às visões que os indivíduos possuem sobre o objeto estudado, bem como para verificar a aplicabilidade dos conteúdos repassados nos Cursos de

Capacitação do Programa Bom Negócio Paraná – PBNP, foi realizado o levantamento de dados por meio da aplicação de questionários. Na concepção de Sellitz (1967) citado por Gil (2002), o questionário é uma importante ferramenta, que possibilita a compreensão do que os indivíduos conhecem, esperam, desejam, realizam e até mesmo a identificação das razões para as ações que realizam.

Além de questionários, foram efetuadas observações sistemáticas com alguns empreendedores em seus estabelecimentos, com a finalidade de analisar em que medida houve a aplicação da teoria na prática e em qual módulo do curso houve maior aproveitamento. Na concepção de Lakatos e Marconi (1991), por meio da observação sistemática o observador possui o conhecimento do que procura, podendo utilizar quadros e anotações, bem como escalas para desempenhar as verificações necessárias com relação ao tema pesquisado. Vale destacar que ela possui o papel de complementar as informações obtidas pelo questionário.

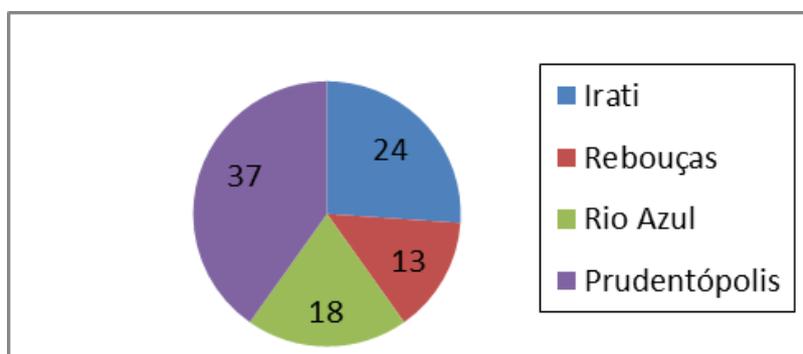
Como forma de análise foram confrontados os dados obtidos a partir dos diferentes instrumentos de coleta, no que se refere às perspectivas dos alunos em relação ao curso e aplicação do conceito dos módulos ofertados, nos municípios em análise.

5. Análise e Discussão de Dados

A coleta de dados foi efetuada a partir de um questionário de pesquisa pós-curso, sendo este aplicado aos alunos do Programa Bom Negócio Paraná com o intuito de avaliar a satisfação do curso de capacitação, envolvendo questões de acordo com o impacto pessoal, impacto empresarial e avaliação do curso. Esse questionário é padrão para todas as instituições de ensino que trabalham em parceria com o PBNP, servindo também como base para melhoramento das ações aplicadas em sala de aula.

A pesquisa foi realizada pelo núcleo da Universidade Estadual do Centro Oeste - UNICENTRO de Irati a partir do questionário pós-curso citado anteriormente, envolvendo três temas do questionário original, sendo duas sobre o impacto empresarial e uma sobre a avaliação do curso. Foram abordados 92 questionários de pesquisa pós-curso das turmas do curso de capacitação relativos ao primeiro semestre do ano de 2014, envolvendo empresários do ramo de prestação de serviços, agricultura, comércio e indústria.

As aulas das turmas dos municípios de Rio Azul e Rebouças foram ministradas no mês de março, com 18 e 13 alunos capacitados respectivamente; Prudentópolis iniciada em março e finalizada em abril, com 37 concluintes e; Irati no mês de abril de 2014 finalizada com 24 alunos.



Fonte: Dados coletados da pesquisa (2014).

Gráfico 1 - Quantidade de indivíduos capacitados

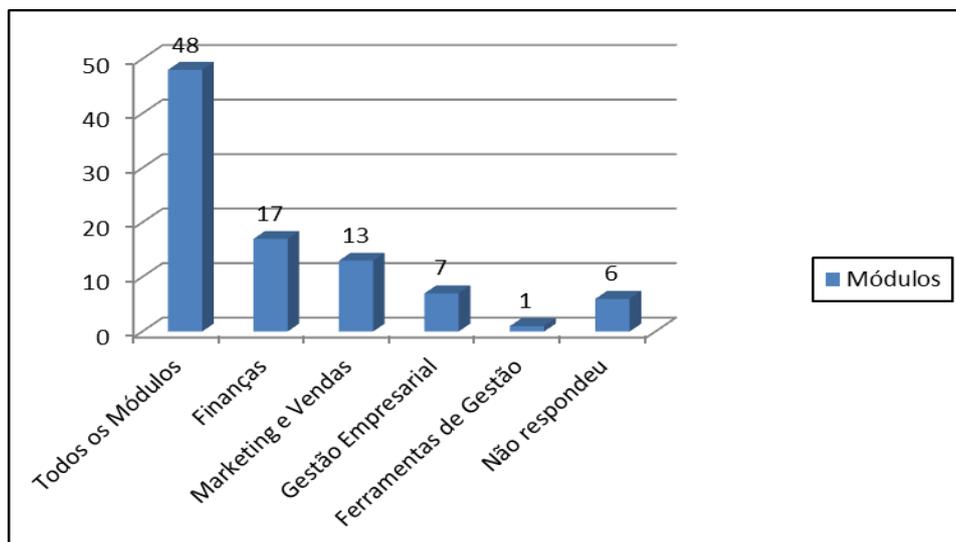
O curso de capacitação evolui cinco módulos da área administrativa, sendo Gestão de Negócios (Gestão Empresarial), que abrange o conceito de empreendedorismo, planejamento e plano de negócios; Gestão Comercial, no qual se estuda o composto de marketing, compras

e vendas; Financeira, com assuntos sobre finanças pessoais e empresariais, fluxo de caixa e preço de venda; Gestão de Pessoas, abordando a estrutura de cargos e atividades, recrutamento, seleção, desligamento de pessoas, ambiente de trabalho, e por fim; Gestão Estratégica (Ferramentas de Gestão), que abrange ferramentas de planejamento como ciclo PDCA, 5S, gestão do tempo e benchmarking.

Os resultados do programa nos municípios atendidos pelo núcleo da Universidade Estadual do Centro Oeste de Irati no ano de 2014 mostram que dos 92 alunos, 42 estão satisfeitos quanto à aplicabilidade dos módulos abordados no curso de capacitação, 17 deles obtiveram maior aproveitamento no módulo de finanças, sendo esta a ferramenta que os alunos mais necessitam para obter a gestão financeira adequada para o controle de compras, vendas, entradas, saídas e controle de caixa, ferramentas antes desconhecidas por alguns alunos.

O módulo de Marketing e Vendas teve grande aplicabilidade nas empresas de 13 alunos, melhorando o desempenho na divulgação do produto, atendimento ao consumidor e outros aspectos fundamentais na área comercial, sendo que em relação ao conteúdo de Gestão Empresarial, apenas 7 alunos utilizaram em seus empreendimentos as técnicas do módulo, talvez pelo fato da maioria se identificar com o conceito de empreendedorismo durante as aulas, sendo um fator que os levou a dedicar mais tempo em módulos e ferramentas que ainda não obtinham total controle.

As Ferramentas de Gestão são estratégias de grande importância para a reestruturação de planos, metas e objetivos empresariais, e apenas 1 aluno obteve aplicabilidade do módulo tratado, visto que os demais consideram como algo rotineiro, já incorporado à cultura organizacional.



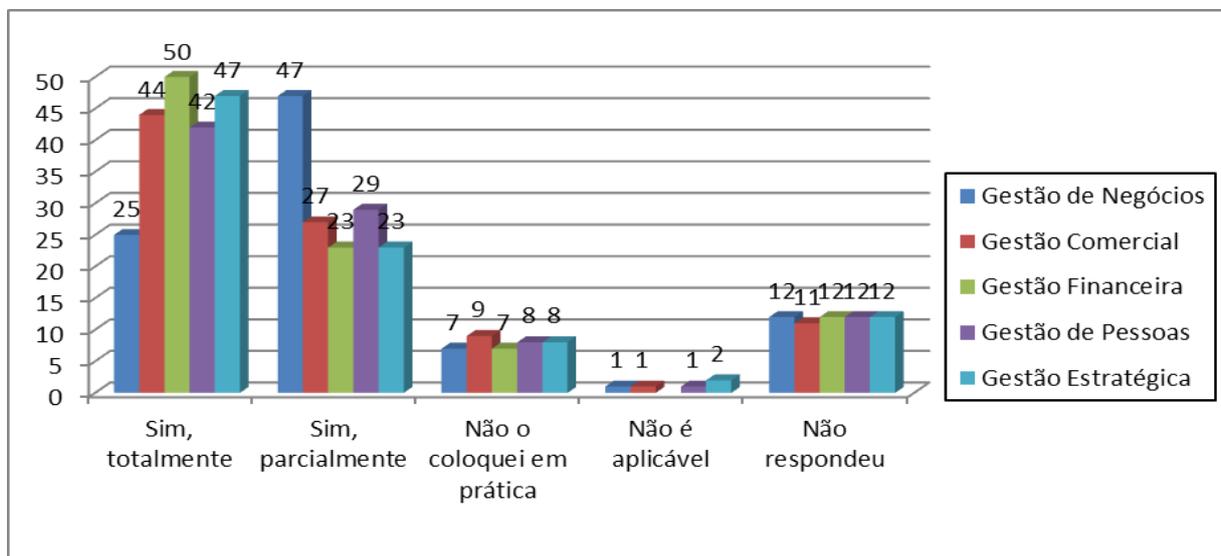
Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Gráfico 2 – Relação de módulos e sua aplicabilidade no empreendimento

Sobre a aplicabilidade dos módulos nos empreendimentos como tratado no gráfico 3, de um total de 92 alunos, de 25 a 50 empresários são os que aplicaram 100% das ferramentas de todos os módulos em suas empresas, entre 23 e 47 aplicaram parcialmente, entre 7 e 9 alunos não colocaram em prática o conteúdo repassado dos módulos, e em média de 2 pessoas consideram que os módulos estudados não são aplicáveis na empresa, e 12 pessoas não responderam a esta pesquisa.

A pesquisa sobre o grau de aplicabilidade foi coletada no período em que alguns gestores ainda estavam em processo de reestruturação da empresa, ou que não achava conveniente aplicar determinada ferramenta de gestão na organização. Um dos objetivos do curso em sala

de aula é fazer com que o aluno/empresário perceba que todas as ferramentas de gestão são importantes para o seu empreendimento. Muitas vezes, o ramo de trabalho não se adapta à determinada ferramenta de gestão, sendo que, de acordo com os dados expostos no gráfico 3, o gestor/aluno tentou aproveitar o máximo que pode dos módulos estudados durante o curso.



Fonte: Informações coletadas na pesquisa (2014).

Gráfico 3 – Avaliação do grau de aplicabilidade de cada módulo para os empreendimentos dos indivíduos capacitados.

O Programa Bom Negócio Paraná (PBNP) visa contribuir e focar o desenvolvimento dos empreendedores locais para fomentar a sustentabilidade econômica das comunidade por meio dos curso de capacitação. Ao realizar a inscrição para o curso de capacitação do PBNP, o aluno projeta uma expectativa em relação ao conteúdo e metodologia de ensino, e de acordo com os dados expostos no gráfico 4, nota-se que dentro do esperado, obteve um elevado grau satisfação dos alunos, sendo que a maior parte dos participantes avaliaram a qualidade do curso como acima do esperado em relação às suas expectativas.



Fonte: Dados obtidos da pesquisa (2014).

Gráfico 4 – Grau de satisfação em relação ao Programa Bom Negócio Paraná.

Somente uma porcentagem mínima de alunos ficaram insatisfeitos, podendo justificar pelo fato de que alguns ainda estão em fase de implantação de empresa e não tem total confiança e conhecimento da área que desejam atuar.

No período de realização das consultorias e no decorrer das aula, notou-se que os alunos tem maior interesse e dificuldade em encontrar um curso mais focado na área de Gestão

Financeira e Treinamento em Vendas para os colaboradores das respectivas empresas. Sendo que alguns alunos ao iniciar o curso, ainda não sabem como trabalhar com cálculos financeiros, estratégias em vendas e investimento em meios de comunicação para atrair clientes e promover a empresa, bem como a marca de seus produtos.

6. Conclusão

Com bases nos dados apresentados anteriormente conclui-se que o objetivo principal do Programa Bom Negócio Paraná está sendo alcançado, pois com o aumento significativo de empreendedores, o estado do Paraná desenvolveu um programa com uma política crescente e envolvente na qual os empreendedores adquirem e empregam técnicas de mercado, gerenciamento e finanças em seus negócios.

Portanto ao ser apresentado ao PBNP, o empreendedor aprende de maneira clara e concisa, alguns conceitos e práticas gerenciais, desenvolvidos por intermédio de discussões em sala, para que sejam aplicados, visando à busca pela maior qualidade em seu empreendimento, evitando assim falhas que ocorrem por falta de capacitação e preparo para atender as turbulências que o cenário econômico apresenta. Dessa maneira, o empreendedor desenvolve uma nova fonte de conhecimento trazendo ferramentas capazes de torná-lo mais competitivo, evitando assim a mortalidade precoce das empresas.

Logo um dos principais objetivos do programa é atendido, pois a capacitação fornece o alicerce necessário para avaliar previamente a real necessidade do empreendedor e sugerir novas alternativas para consolidar o ramo de trabalho do aluno. Por meio de uma metodologia objetiva e sucinta é possível ao empreendedor reproduzir na sala de aula os problemas enfrentados no dia a dia, interagindo e promovendo trocas com o ambiente, aproveitando oportunidades e muitas vezes reconhecendo e aprendendo com os próprios erros.

Portanto, em conformidade com o que foi observado na literatura, verificou-se a enorme importância da capacitação aos empreendedores como uma forma de fomentar a economia e evitar a mortalidade precoce das organizações.

Referências

COUTO, EDILENE. Empreendedorismo: a arte de inovar. **Administradores**, jan. 2014. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-a-arte-de-inovar/75155/>>. Acesso em 09 de junho de 2014.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia empreendedora: O ensino de empreendedorismo na educação básica voltado para o desenvolvimento social sustentável**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FOMENTO PARANÁ. Disponível em: <<http://www.fomento.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=192>> Acesso em 17 de junho de 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GEM [GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR]. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo, 2013**. Curitiba: GEM, 2014. Disponível em: <http://www.sebraemg.com.br/Atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Pesquisa-GEM-2013---Relatorio-executivo>. Acesso em: 16 de março de 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

MUNIZ, Christine Naome Saito. **Atitude empreendedora e suas dimensões: um estudo em micro e pequenas empresas**. Brasília, 2008. Dissertação (Mestre em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA, Universidade de Brasília – UNB, Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade – FACE.

OLIVEIRA, Fabiana Morais de. Empreendedorismo: teoria e prática. **Especialize Revista On line IPOG**, mai. 2012. Disponível em:<<http://www.ipog.edu.br/nao-aluno/revista-ipog/download/empreendedorismo-teoria-e-pratica>>. Acesso em 09 de junho de 2014.

PREVIDELLI, José J.; SELA, Vilma Meurer. (Org.). **Empreendedorismo e educação empreendedora**. Maringá: UNICORPORE, 2006.

RAZZOLINI FILHO, Edelvino. **Administração da pequena e média empresa**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2012.

SECRETARIA DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR – SETI. Disponível em:<<http://www.seti.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=246>>. Acesso em 09 de junho de 2014.