



XI Colóquio Internacional
"Educação e Contemporaneidade"
São Cristóvão/SE/Brasil
21 a 23 de Setembro de 2017
ISSN: 1982-3657



Método de An

A INFLUÊNCIA DA DISCIPLINA DE EMPREENDEDORISMO NA PERCEPÇÃO DE ACADÊMICOS DE ADMINISTRAÇÃO DE OPÇÕES DE CARREIRA PROFISSIONAL

LUIZ EDUARDO DE ARAÚJO
MARINEZ MENEGHELLO PASSOS
SERGIO DE MELLO ARRUDA

EIXO: 23. PESQUISA FORA DO CONTEXTO EDUCACIONAL

RESUMO

Nos últimos anos o arrefecimento nas taxas de crescimento da economia com consequente redução na oferta de novos empregos, o que resultou, para as Instituições de Ensino Superior, em uma grande preocupação. Seguem se formando demais e empregos de menos e, com o crescimento do número de instituições e de formandos, há indícios de que os empregos poderão não ser suficientes para empregar as centenas de milhares de recém-formados que chegam anualmente ao mercado. Diante disso surge a indagação: De que forma os acadêmicos de Administração de uma universidade do Paraná percebem a possibilidade de empreender como opção de carreira? Este estudo objetiva apresentar a percepção dos acadêmicos ingressantes em Administração em relação ao tema Empreendedorismo. Para tanto foi aplicado um questionário aberto com todos os participantes que foram analisados pelo método de Análise de Conteúdo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Carreira Profissional. Análise de Conteúdo.

ABSTRACT

In recent years, the slowdown in the growth rates of the economy, with a consequent reduction in the supply of new job opportunities, which has been a major concern for Higher Education Institutions. According to Hecke (2011) graduates and fewer jobs, and with the growth in the number of institutions and trainees, there are indications that it will not be enough to employ the hundreds of thousands of newly graduates who arrive annually to the market. Faced with this, the management scholars of a university in Paraná perceive the possibility of undertaking as a career option. This study aims to present the perception of the incoming scholars of an Administration Course in relation to the topic Entrepreneurship. For this, a questionnaire was applied with all the participants. Data were analyzed using the Content Analysis method.

Keywords: Entrepreneurship. Professional career. Content analysis.

INTRODUÇÃO

Em tempos de turbulências políticas e econômicas e emprego escasso muito se discute se cabe ao Estado ou a outros caminhos para a geração de oportunidades e novos empregos e, ainda, qual o papel da universidade no auxílio e na criação de caminhos. Neste contexto cabe uma reflexão, seriam as empresas as geradoras de empregos? Como gerar empregos? Ser

Este estudo tem o propósito de analisar a percepção dos acadêmicos ingressantes em um curso de Administração

Pública do Estado do Paraná sobre o tema Empreendedorismo e sua influência nas decisões de escolha da carreira profi

Encontra-se organizado em três partes. A primeira apresenta definições sobre o tema empreendedorismo, comentário pesquisas realizadas sobre o tema e considerações acerca da inclusão da disciplina de Empreendedorismo no Curso Universidade. A segunda parte apresenta considerações sobre a metodologia de Análise de Conteúdo. Já a última apr análise nas respostas dos ingressantes no Curso de Administração sobre o tema Empreendedorismo.

EMPREENDEDORISMO: DEFINIÇÕES E COMENTÁRIOS

O conceito mais disseminado sobre empreendedorismo foi o proposto pelo economista Joseph Schumpeter (19 empreendedor um destruidor da ordem econômica existente, pois introduz novos produtos e serviços, cria novas forma explora novos recursos e materiais. Já para Dornelas (2001), o empreendedor “É aquele que faz acontecer, se antecipa visão futura da organização”. Ainda segundo Dornelas (2001) o empreendedorismo consiste na ação de criação e (negócio no qual o empreendedor assume riscos calculados em busca de lucros. Assim, os empreendedores são indivíduos competências para criar, iniciar e gerir uma empresa, de qualquer porte e gerar resultados satisfatórios.

Para Schumpeter (1950), o empreendedor é o principal motor do desenvolvimento econômico de uma nação, respon crescimento e de crise.

Segundo Dornelas *et. al.* (2010) as pessoas empreendedoras em geral são importantes no processo de criação de n qualquer economia nacional, a criação de novos negócios é fundamental para a geração de riquezas e criação de empre forma adequada são responsáveis por inovações tecnológicas que impactam a economia positivamente. Em estágios | empreendimentos contribuem de maneira relevante para o crescimento econômico, agindo positivamente no incremen impostos e tributos pelos Estados.

Nos últimos anos, o arrefecimento nas taxas de crescimento da economia com conseqüente redução na oferta de novos vários transtornos, e para as Instituições de Ensino Superior uma grande preocupação. Segundo Hecke (2011), há empregos de menos e com o crescimento do número de instituições e de formandos, há indícios de que a geração de | ser suficiente para empregar, somente nos cursos de Administração e de Contábeis, os centenas de milhares de recém-| anualmente ao mercado.

PESQUISAS GEM 2015 E ENDEAVOUR 2013

Anualmente, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) divulga o resultado de Pesq Empreendedorismo, atualizando periodicamente informações sobre a disposição de empreender de pessoas em diferent mundo.

O estudo de 2015 informa que o projeto GEM tem como objetivo compreender o papel do empreendedorismo no desen e social dos países. A pesquisa é parte do projeto Global Entrepreneurship Monitor, iniciado em 1999 por meio de London Business School e o Babson College, abrangendo no primeiro ano 10 países. Desde então, quase 100 país projeto, que constitui o maior estudo em andamento sobre o empreendedorismo no mundo. Em 2015, foram incluídos 60 da população global e 83% do PIB mundial.

O Brasil é participante desde 2000. A pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Desde 2011, o Centro de Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas tornou-se parceiro acadêmico do projeto.

Os resultados da pesquisa no Brasil em 2015 estão resumidos neste documento, que é uma apresentação preliminar “Empreendedorismo no Brasil 2015”, que será publicado.

Destacamos que em 2015, a taxa total de empreendedorismo para o Brasil (TTE) foi de 39,3%; Estima-se, portanto, que de brasileiros, com idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos na criação ou manutenção de algum negócio, na condi em estágio inicial ou estabelecido.

As análises apresentadas em diversos itens da pesquisa GEM conduzem à conclusão de que, embora as taxas de e Brasil tenham aumentado entre 2014 e 2015, se comparadas aos últimos anos da pesquisa no Brasil, estas foram | empreendedorismo por necessidade, principalmente, entre os empreendedores nascentes. Empreender por necessida

negócio por absoluta falta de opção se utilizando de estudos e planejamentos frágeis e de pouca profundidade empreendedores nestas condições são iniciantes na vida economicamente ativa ou desempregados recentes que sobreviver se aventuram em novos negócios e empreendimentos.

Outra pesquisa sobre empreendedorismo é a realizada em 2013 pela Endeavor, organização internacional sem fim impulsionar o empreendedorismo de alto crescimento em países em desenvolvimento. Com o apoio do IBOPE esta objetivo principal identificar perfis empreendedores na sociedade brasileira. Tais perfis foram determinados a par sociodemográficas dos participantes, além de uma análise de suas atitudes, competências e chances de sucesso. Foi amostras: uma representativa da população brasileira, com 2.240 respostas recolhidas, e outra caracterizando o empreendedores 1.000 Participantes. Foram entrevistados proprietários de micro, pequenas e médias empresas de todos os empreendedores e até mesmo jovens e adultos que não pretendem abrir um negócio próprio.

Assim, puderam não só determinar, mas distinguir as características inerentes ao empreendedor daquelas da população todo. Entre as principais percepções da relação dos Brasileiros com o Empreendedorismo identificadas na pesquisa delas:

- Relação ambígua: Aproximadamente 88% da população acredita que “empreendedores são geradores de empregos empreendedorismo é a base de criação de riqueza, beneficia a todos nós”. Ao mesmo tempo, existem c empreendedores: 60% da população concorda com frases do tipo: “empreendedores exploram o trabalho c “empresários pensam apenas no seu próprio bolso”.
- Muita vontade: É notável a aspiração do brasileiro pelo empreendedorismo: 76% preferiria ter um negócio próprio funcionário de terceiros. É a segunda maior taxa do mundo, somente atrás da Turquia (Eurobarometer, 2012). É considerado um meio de alcançar mais prazer, autonomia e realização. Quase 90% dos brasileiros acredita que geradores de empregos” e praticamente todos concordam que “ter um negócio próprio é assumir responsabilida na massa”. No entanto, é justamente isso que falta: mão na massa.
- Pouca ação: Embora 3 em cada 4 brasileiros prefira empreender, apenas 19% acha muito provável abrir um novo próximos cinco anos. Além disso, entra aqueles que já têm negócios próprios, somente 14% (ou 4% do total da tem funcionários – ou seja, são, de fato, geradores de emprego.
- A educação é importantíssima para empreendedores: Empreendedores com funcionários – 4% da população bras com maior sucesso profissional e também mais escolarizados. Além de terem iniciado negócios por oportunidade apresentam maiores rendas e acesso a bens de consumo e informação. Entre eles, 24% completou o ensino média dos empreendedores em geral é de 16%. A renda pessoal do empreendedor com funcionário é a ma brasileiros, de R\$ 2.070,60 mensais.
- A importância dos exemplos: É notória a influência dos exemplos sobre o empreendedorismo. A pesquisa mostra relações familiares, especialmente entre pais e filhos. Um em cada três empreendedores empregadores vem d um (a) empresário (a). Já entre os empreendedores sem funcionários, 25% foi criado por empresários e 26% conta própria, mostrando, também, a importância do perfil de empreendedor tido como exemplo.

EMPREENDEADORISMO COMO DISCIPLINA NO ENSINO DE ADMINISTRAÇÃO

De acordo com Luna & Santos (2013) os graduandos, em geral, ingressam no ensino superior ainda sem uma carreira p ao longo de seus estudos acadêmicos vão conhecendo e delineando suas potencialidades e desejos futuros. A mesma e os alunos dos cursos de administração de empresas estudam durante sua permanência no curso superior, aspectos rela negócios, e são as disciplinas acadêmicas relacionadas a esse tema que podem vir a despertar ou transformar empreendedores. A disciplina específica de empreendedorismo já tem presença importante nas grades curriculares das i

Já Dolabela (1999) afirma que em decorrência da necessidade de competências e habilidades, as pessoas têm procura para o mundo do trabalho. Em vista disso, as instituições de ensino, em especial as de ensino superior, passaram a empreendedora. O papel das universidades tem sido importante na criação de novos empreendimentos, em especial pc desenvolvidas nas incubadoras. A participação das universidades pode ser materializada, desde a oferta de disciplinas negócios, empreendedorismo, incubadoras, ou mesmo, formalizando o ensino do empreendedorismo.

Nos Estados Unidos, até os anos 1970 as Faculdades de Administração se preocupavam muito com formar empregad em inovações e em geração de negócios. A partir da década de 1980, a educação em empreendedorismo ganhou maior o significativamente o número de Universidades ofertando a disciplina (DEGEN, 2009).

Hecke (2011) por sua vez argumenta que o tema empreendedorismo, ao longo dos últimos anos, aumentou gradativame

no meio acadêmico. Contudo, não há um padrão estabelecido entre as instituições na forma como a disciplina é ofertada e abordada como os métodos de ensino aplicados.

O tema Empreendedorismo ganhou destaque na Universidade Lócus da pesquisa em 2007. Como disciplina, passou a Curricular pela primeira vez, no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) proposto pelo Curso de Administração.

Em 2012 também foi incluído na matriz do Curso de Ciências Econômicas e em 2013 no Curso de Ciências Contábeis, permeando outras disciplinas.

Na construção do PPC de Administração, atualmente em vigor, aprovado em 2012, o Empreendedorismo ganhou ainda como disciplina, mas como estratégia de formação de Profissionais preparados para o futuro e dispostos a incluir em sua carreira a criação de novos negócios e empresas.

Esta condição de importância maior do tema permitiu que o Colegiado do Curso investisse em softwares e equipamentos atender necessidades de simulações empresariais com práticas de gestão até então inexistentes na Universidade. Com o Curso caminha para ampliar o número de Docentes envolvidos no tema e capazes de fomentar o empreendedorismo entre os alunos.

Para colaborar nesse esforço de ampliação e envolver mais professores, Zacharakis e Allen (2015) afirmam que é importante que os professores compreendam a necessidade de se tornar um professor de empreendedores e não somente um professor de administração. Constrói uma economia de profissionais empreendedores se estamos apenas ensinando as pessoas a iniciar novos negócios.

Ainda segundo Zacharakis e Allen (2015) professores de empreendedores precisam ir além de simplesmente ensinar novos negócios, e ao invés disso, devem mostrar a eles como desenvolver uma vida de empreendedorismo. Criar o ambiente de empreendedorismo começa conosco – o professor de empreendedores.

CONSIDERAÇÕES SOBRE ANÁLISE DE CONTEÚDO

Considerando que a formação em análise de conteúdo faz-se pela prática, Bardin (2004) apresenta alguns exemplos que jogam entre a técnica e a interpretação.

No primeiro exemplo a autora apresenta um teste por associação de palavras para detectar estereótipos e conotações indutoras chega-se a palavras induzidas, ou seja, quando se fala um “termo” quais ideias ou imagens surgem. A proposta em: (1) A partir de palavras indutoras chega-se a palavras induzidas, que são reunidas em uma lista. (2) Tratamento das palavras chegando a representações condensadas (análise descritiva do conteúdo) e explicativas (análise de conteúdo com informações) (3) Reunião de palavras idênticas, sinônimas ou próximas em nível semântico. (4) Classificação das unidades de categorias.

O segundo exemplo trata de Análise de Conteúdo de tipo classificatório. Apresenta a análise de respostas a questões sobre o automóvel: “a que você compararia o automóvel?” e “se o seu carro falasse, o que falaria”. A proposta de análise é fluente, com intuições para se formular hipóteses. (2) Classificação segundo determinado critério. (3) Elaboração de procedimento de repartição pode fazer-se do geral para o particular, determinando-se as rubricas de classificação particulares, reagrupando-os por aproximação, finalizando com a atribuição de um título à categoria. A “grelha” tem uma relação simbólica e afetiva entre indivíduo e automóvel.

METODOLOGIA

O presente estudo é um recorte de uma pesquisa maior, que objetivou comparar a percepção de acadêmicos ingressantes em um Curso de Administração em relação ao tema Empreendedorismo. Do total de 340 estudantes do curso de Administração investigada, foram selecionados para participar deste estudo os acadêmicos das turmas B do 1º e do 4º ano. Selecionados ingressantes (1º ano/ turma 2016) e 35 concluintes (4º ano/ turma 2013). A seleção destas turmas considerou o fato de que em todas as turmas estão cursando o novo PPC, aprovado em 2012 e implantado em 2013.

Os questionários foram aplicados pelos professores no mesmo dia (21 de julho de 2016) e foram distribuídos antes da final do semestre. Em relação aos alunos do 1º ano, os 47 compareceram e responderam as questões, já os do 4º ano responderam o questionário.

O questionário solicitava a identificação de gênero e idade do respondente, ano de ingresso na universidade. Com perguntas objetivas de cunho profissional e familiar e também sobre a perspectiva de carreira; apresentava também um espaço para comentários.

escrevessem livremente 5 palavras, reflexões ou ações relacionadas ao tema “empreendedorismo”. O tempo de a exceder a 5 minutos. As questões objetivas foram brevemente explicadas antes do preenchimento. Estas abordavam:

1. A atividade profissional do pai e da mãe, atual ou passada (aposentado).
2. Área de atuação do trabalho dos pais.
3. Identificação de familiares com negócio próprio (permitido mais de uma resposta).
4. Expectativas em relação ao futuro profissional e ao Curso de Administração.
5. Opções traduzindo sua percepção sobre ter um negócio próprio.

ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS

Neste estudo apresentamos a análise das respostas dos acadêmicos ingressantes.

DADOS DOS ALUNOS

Ano de ingresso: 2016 Total: 47(24 homens/23 mulheres) Idade média: 19,62 anos

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

1. Em relação ao trabalho dos pais:

	Trabalha por conta	Func. Público	Empregado	Profis. liberal	Empresário	Professor	Não trabalha	Não respondeu
PAI	16	5	17	2	3	0	0	4
MÃE	17	10	8	0	4	0	2	6

- Observamos que 44,7% dos pais e também 44,7% das mães podem estar exercendo atividade empreendedora fo

1. Área de atuação profissional dos pais:

	▪	◦	◦	•	Não respondeu
A.	1.	1.	1.	1.	1.
•	1.	1.	1.	1.	1.

- Comércio e Serviços são as áreas predominantes das atividades dos pais.

1. Familiares com negócio próprio (permitido mais de uma resposta):

Avós	Tios	Amigos próximos da família
3	20	23

- Há uma quantidade significativa de familiares exercendo atividade empreendedora o que pode influenciar no futuro do ingressante.

1. Expectativas em relação ao futuro profissional e ao Curso de Administração:

Carreira Pública	Negócio próprio ou da família	Carreira em Grande Empresa	Outra
16	12	17	3

- Concurso Público e trabalho em grande empresa são as opções preferidas.

1. Qual das opções melhor traduz sua percepção sobre ter um negócio próprio:

--	--	--	--	--

Nunca pensei	Pensei/penso, mas é algo distante	Objetivo que tenho e pretendo realizar	Pretendo continuar os negócios da família	Já comecei um negócio
1.	1.	1.	1.	1.

- Quase 62% dos alunos ingressantes nunca pensaram ou acham distante a possibilidade de empreender;
- Apesar do significativo número de alunos que dizem achar distante a ação empreendedora, notamos que 9% dos iniciaram um negócio;

Os envolvidos deveriam apresentar 5 palavras ou reflexões ou ações que pensam ao ler/ouvir a palavra “empreendedoris

As palavras listadas pelos ingressantes são apresentadas no quadro abaixo:

UNIDADES	Qte Palavras	% no Total Palavras	GRUPO 75%	GR 25%
NEGÓCIO	12	5,77	X	
SUCESSO/BEM SUCED/REALIZAÇÃO	18	8,65	X	
ESTRATÉGIA	6	2,88		X
OPORTUNIDADE	4	1,92		X
CRIATIVIDADE	8	3,85	X	
INOVAÇÃO	8	3,85	X	
VISÃO DE MUNDO	6	2,88		X
ADM/GESTÃO/P/O/D/C	21	10,10	X	
TRABALHO	5	2,40		X
EMPRESA/EMPRESÁRIO	8	3,85	X	
PROFISSIONALISMO	3	1,44		X
FOCO/OBJETIVIDADE/DISCIPLINA	10	4,81	X	
FORÇA/CORAGEM/ATITUDE	9	4,33	X	
REALIZAR/FAZ ACONT/FAZ BEM/PRÁTICA	7	3,37	X	
LIDERA/INICIATIVA	5	2,40		X
RESP/PENS PESSOAS/PREOC SOC	5	2,40		X
LUCRO/CAPITAL/INVEST/	14	6,73	X	
PERSEV/EMPENHO/SUPERA/DEDICA/PERSIST/DETERMINADO	10	4,81	X	
OUSADO/ARRISCA/NÃO TEME/CONFIA	5	2,40		X
CONH/COMPREE MERC/PESQ/INF	11	5,29	X	
SONHO/PENSAR GDE/FUTURO	7	3,37	X	
DIFERENCIAL	3	1,44		X
EFICIÊNCIA/PRODUTIVIDADE	10	4,81	X	
MKT/VENDAS/PUBLIC	5	2,40		X
MUDANÇA	2	0,96		X
OUTROS	6	2,88		X
TOTAL	208	100		
14 UNIDADES			75%	
12 UNIDADES				25%

Fonte: os autores (2016).

PALAVRAS DESCRITAS

Para facilitar o processo de unitarização e dar maior objetividade à análise optamos por separar as palavras em 2 grupos formado por 25% das palavras ou grupo de palavras citadas. Um segundo grupo formado por 75% das palavras ou grupo. O grupo maior (75%) será objeto dessa análise:

As palavras ou grupo de palavras semelhantes identificadas nos grupos de acadêmicos do 1º ano mais citadas foram descritas no quadro abaixo com suas respectivas categorias:

Pos.	Palavra ou Grupo de Palavras	QTDE	% no total	Categoria
1	ADM/GESTÃO/PLAN/ORG/DIR/CONT	21	10,10	D
2	SUCESSO/BEM SUCEDIDO/REALIZAÇÃO	18	8,65	E
3	LUCRO/CAPITAL/INVEST/	14	6,73	B
4	NEGÓCIO	12	5,77	B
5	CONHECIM/COMPREENSÃO MERCADO/PESQ/INFORM	11	5,29	D
6	FOCO/OBJETIVIDADE/DISCIPLINA	10	4,81	C
7	PERSEV/EMPENHO/SUPERA/DEDICA/PERSIST/DETERMIN	10	4,81	C
8	EFICIÊNCIA/PRODUTIVIDADE	10	4,81	D
9	FORÇA/CORAGEM/ATITUDE	9	4,33	C
10	CRIATIVIDADE	8	3,85	A
11	INOVAÇÃO	8	3,85	A
12	EMPRESA/EMPRESÁRIO	8	3,85	A
13	REALIZAR/FAZ ACONTECER/FAZ BEM/PRÁTICA	7	3,37	C
14	SONHO/PENSAR GRANDE/FUTURO	7	3,37	E

Fonte: os autores (2016).

Em seguida essas 14 unidades de análise foram agrupadas em 5 categorias e alocadas na coluna da direita do resultado da Pesquisa GEM de 2015 onde identificamos e destacamos as principais percepções da relação dos Br Empreendedorismo e o que pensam sobre os empreendedores que foram:

- A. Geradores de emprego, de empresas e base da criação de riquezas;
- B. Só pensam em dinheiro, exploram o trabalho dos outros e só pensam no próprio bolso;
- C. Vontade de empreender, características e qualidades para a ação de empreender;
- D. Educação e conhecimento sobre Gestão e visão de oportunidade;
- E. Influência de outros empreendedores e exemplos de sucesso.

Assim pudemos evidenciar semelhanças entre as palavras citadas pelos respondentes e a Pesquisa GEM pois:

- 24 unidades de análise ou 11,55% das citações se enquadram na categoria A, ou seja, estão relacionadas à criação e empresas.
- Na categoria B que diz respeito a dinheiro, lucro e que na pesquisa GEM representou a parte negativa da percepção relacionamos 26 unidades ou 12,5%.
- Na categoria C, ou seja, naquela relacionada às qualidades e características da pessoa que empreende e faz a coisa 36 unidades de análise ou 17,32%.
- Já na categoria D associada ao conhecimento e a educação adquiridos para o efetivo exercício de empreender, a 20 unidades de análise, ou seja, 20,2%, o maior número de citações;
- Por último na categoria E, a que se refere aos exemplos de sucesso e influências de outros empreendedores, a 12 unidades ou 12,02%.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por ser parte de um estudo maior os resultados apresentados neste artigo atingiram os objetivos propostos, pois respostas dos acadêmicos no contexto de ingressantes em Ensino Superior que são, em sua maioria, oriunda da região da Universidade.

Nosso país vive um momento singular de aguda crise econômica e política o que influencia o nascimento de novas empreitão farta mão de obra qualificada oriunda das faculdades e universidades espalhadas pelo país, o que não é diferente atuação, Norte do Estado do Paraná.

No grupo apresentado neste artigo, pudemos observar que metade das unidades de análise no grupo maior de palavras estão vinculadas às categorias C e D, ou seja, para o ingressante no Curso de Administração o empreendedor é um real sabe o que está fazendo e se preparou para empreender pois adquiriu conhecimentos para isso.

Já a continuidade deste estudo avalia a influência da disciplina de Empreendedorismo ofertada no Curso de Administração acadêmicos do Curso pela atividade empreendedora.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. 3.ed. 2004
- DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor**: Empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2012.
- DORNELAS, José Carlos de Assis, TIMMONS, Jeffry A., SPINELLI, Stephen. **Criação de novos negócios**: empre século 21. Adaptação da 8. ed. americana. São Paulo: Elsevier, 2010.
- EMPREENDEDORES BRASILEIROS: perfis e percepções. Sumário Executivo. Endeavor Brasil. 2013.
- EMPREENDEADORISMO NO BRASIL – RELATÓRIO EXECUTIVO, 2015. Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getulio Entrepreneurship Monitor. 2015.
- HECKE, Adriana P. **A intenção empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em administração contábeis das instituições de ensino superior de Curitiba-PR**. Dissertação (Mestrado em Contabilidade), Universidade Curitiba, 2011.
- LUNA, Lúri N., SANTOS, Mariana M. Profissão e carreira: relações entre escolhas por cursos de graduação e âncora Psicologia e Argumento. Curitiba, v. 31, n. 75, p. 653-663, out./dez. 2013.
- SCHUMPETER, Joseph. Capitalism, Socialism, and Democracy. 3rd edition, Harper and Row, New York, 1950.
- ZACHARAKIS, Andrew; ALLEN, Matt R. SIMPÓSIO PARA EDUCADORES DE EMPREENDEDORISMO – SEBRAE PAI – CURITIBA, outubro de 2015.

Luiz Eduardo de Araújo - Mestre em Administração pela Universidade Federal do Paraná (2009), graduado em Administração pela Universidade Estadual do Norte do Paraná (1991) e MBA em Gestão Empresarial pela FGV. Professor Assistente Estadual do Norte do Paraná (UENP).

Marinez Meneghelo Passos - Bacharel e Licenciada em Matemática (UEL, 1981-1982), Mestre em Matemática (UEPR Educação (UEL, 2004) e Doutora em Educação para a Ciência (Unesp, 2009). Professora da Universidade Estadual do Paraná. Atualmente é Professora Sênior da Universidade Estadual de Londrina, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática. Possui diversos artigos e trabalhos publicados em Educação Matemática e Ensino Matemático, diversas dissertações de mestrado e teses de doutorado em Educação Matemática e Ensino de Ciências. Atuou em

ensino e pesquisa como coordenadora e/ou colaboradora. Autora de livros didáticos em Matemática e Ciências para o Ensino Fundamental e Educação de Jovens e Adultos. Atualmente coordena e colabora com projetos de pesquisa. É líder do grupo de pesquisas

Sergio de Mello Arruda - Bacharel em Física (USP, 1976), Mestre em Ensino de Ciências (USP, 1994) e Doutor em Educação (UEL, 2009). Foi professor da Universidade Estadual de Londrina (UEL) de 1978 a 2016, Atualmente é Professor Sênior da UEL e Sênior da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Aprovou diversos projetos de pesquisa e extensão no âmbito da UEL. Possui diversos artigos e trabalhos publicados em Ensino de Ciências. Orientou diversas dissertações de mestrado e teses de doutorado em ensino de ciências. Cargos exercidos: coordenador do Programa em Ensino de Ciências e Educação Matemática de 2009 a 2014; Museu de Ciência e Tecnologia da UEL de 2009 a 2014; coordenador institucional do projeto PIBID/UEL de 2009 a 2014; coordenador de extensão da UEL de 2014 a 2016. É líder do grupo de pesquisa EDUCIM.