

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE DIREITO

ISADORA MARIA QUIRINO GOMES GONÇALVES

**O IMPACTO DO EMPREENDEDORISMO NO
DESENVOLVIMENTO DO ESTADO: PROGRAMA
MEU PRIMEIRO NEGÓCIO INOVANDO NA
POLÍTICA PÚBLICA DE EDUCAÇÃO
EMPREENDEDORA**

Belo Horizonte
2018

ISADORA MARIA QUIRINO GOMES GONÇALVES

O IMPACTO DO EMPREENDEDORISMO NO DESENVOLVIMENTO DO
ESTADO: PROGRAMA MEU PRIMEIRO NEGÓCIO INOVANDO NA POLÍTICA
PÚBLICA DE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Monografia apresentada em
cumprimento parcial às exigências
do curso de Ciências do Estado da
Universidade Federal de Minas
Gerais para obtenção do grau de
bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo
Magalhães

Belo Horizonte

2018

ISADORA MARIA QUIRINO GOMES GONÇALVES

O IMPACTO DO EMPREENDEDORISMO NO DESENVOLVIMENTO DO
ESTADO: PROGRAMA MEU PRIMEIRO NEGÓCIO INOVANDO NA POLÍTICA
PÚBLICA DE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Monografia apresentada em
cumprimento parcial às exigências
do curso de Ciências do Estadoda
Universidade Federal de Minas
Gerais para obtenção do grau de
bacharel.

Aprovada em: _____

Prof. Dr. Rodrigo Magalhães
Professor Orientador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus e a minha amada mãe, que durante esses 23 anos dedicou sua vida para me tornar a mulher que sou hoje, me incentivando e guiando para o caminho dos estudos. Meu querido pai e irmã, e meus professores de Ciências do Estado, em especial, meu orientador Rodrigo Magalhães.

Gostaria também de agradecer nominalmente a cada um dos amigos que pude conquistar durante a graduação, que foram fundamentais, talvez mais que a sala de aula, para os conhecimentos que adquiri: Bruna Lima, Camila Duarte, Daniel Viegas, Fernanda Morato, Gabriel Carneiro, Laura Amâncio, Luan Zorzan, Marina Campos, Mateus Melo, Pollyana Martins, Reinaldo Sant'Ana, Ricardo Borges, Ricardo Carvalho e Tábatta Moreira.

Finalmente, agradeço aos meus padrinhos, em especial a Tia Nívea - talvez seja ela a responsável por eu ter cursado Ciências do Estado -á Dra. Bete e Dra. Luciana, Martha e aqueles da minha família que de certa forma contribuíram para minha formação.

Resumo

O presente trabalho parte da importância da educação empreendedora como política pública, destacando o programa Meu Primeiro Negócio como case de sucesso no âmbito de políticas públicas educacionais. O programa é uma iniciativa do Governo de Estado de Minas Gerais em parceria com a ONG Junior Achievement, coordenado pela Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (Sedectes), juntamente com a Secretaria de Estado de Educação (SEE) e tem como objetivo despertar o espírito empreendedor nos jovens, abordando temas como mercado de trabalho e matemática financeira. No decorrer do estudo, é desenvolvido conceitos do empreendedorismo, sua história e o seu impacto no Brasil, para que assim possamos compreender sua importância na educação e no desenvolvimento do Estado.

ABSTRACT

This study of the importance of entrepreneurial education as public policy, highlighting the program "My First Business" as success story in the context of educational public policies. The program is an initiative of the State of Minas Gerais in partnership with the ONG Junior Achievement; coordinated by the Ministry of Economic Development, Science, Technology and Higher Education (Sedectes), along with the State Department of Education (SEE / MG) and aims to awaken the entrepreneurial spirit in young people, addressing issues related to labor market and financial mathematics.

During the study, it is developed concepts of entrepreneurship, its history and its impact on Brazil, so we can understand its importance for the development of the state.

SUMÁRIO

1-INTRODUÇÃO	8
2. A importância do empreendedorismo no contexto da economia global.....	10
2.1 BREVE HISTÓRICO E CONCEITOS DO EMPREENDEDORISMO.....	11
2.2 O ADMINISTRADOR E O EMPREENDEDOR	12
2.3 IMPACTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	15
3. ESTUDO DE CASO PROGRAMA MEU PRIMEIRO NEGÓCIO: INOVANDO NA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA E NO DESENVOLVIMENTO DO ESTADO DE MINAS GERAIS	21
3.1 O PROGRAMA MEU PRIMEIRO NEGÓCIO	22
3.2 METODOLOGIA	23
3.2.1 REGULAMENTO DO PROGRAMA MINIEMPRESA	23
3.2.2 JORNADAS.....	23
3.3 RESULTADOS.....	35
CONCLUSÃO.....	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39

1. INTRODUÇÃO

Vivemos num mundo globalizado, em transição para uma nova ordem mundial, em que as oscilações no contexto internacional encorajam ainda mais a integração econômica dos países, elevando a competitividade e a disputa pela hierarquia de poder existente entre as nações.

É nesse contexto de uma economia global, que o empreendedorismo ganha destaque e importância na garantia do sucesso das organizações do setor público, que estimula a criação de novos empreendimentos para a geração de empregos, bem como o aumento da arrecadação, e do setor privado, que demanda a existência de indivíduos empreendedores capazes de manter a competitividade e perpetuar seus negócios no mercado atual.

Dessa forma, pretende-se explorar neste estudo a história do empreendedorismo e sua contribuição para o desenvolvimento econômico, social e sustentável do Estado, tendo como paradigma o programa Meu Primeiro Negócio, uma iniciativa do Governo de Estado de Minas Gerais em parceria com a ONG Junior Achievement, coordenado pela Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (Sedectes), juntamente com a Secretaria de Estado de Educação (SEE) que tem como principal objetivo promover a cultura empreendedora para jovens do ensino médio de escolas estaduais, beneficiando diversas regiões do Estado.

O programa proporciona aos alunos o conhecimento teórico e prático nas áreas de economia, administração, negócios e finanças através do método Aprender-Fazendo. Por meio do programa, que é desenvolvido em 15 semanas com jornadas semanais, almeja-se que o aluno adquira um comportamento empreendedor e inovador de modo que ele possa ingressar na academia e no mercado de trabalho com habilidades que lhe permita trabalhar com um amplo campo de conhecimento.

Ao final deste estudo, pretende-se compreender a importância de se investir em educação empreendedora, de que maneira o empreendedorismo e indivíduos com comportamento empreendedor podem contribuir para o

desenvolvimento econômico, social e sustentável do Estado e conhecerá as diversas abordagens relacionadas ao tema.

2. A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DA ECONOMIA GLOBAL

A globalização, com seus grandes fluxos econômicos espaciais, é o melhor cenário para se tratar de empreendedorismo, já que o empreendedor vive de oportunidades e inovação, elementos muito oferecidos pela economia global.

Entende-se por globalização a integração econômica, social, cultural e política, entre os países, trazendo uma aproximação entre eles. Esse processo afeta todas as áreas da sociedade, trazendo vantagens como a maior acessibilidade a tecnologias e serviços, e desvantagens como a forte dependência econômica entre os países. Dessa forma, uma crise interna de um país, dependendo do seu grau de desenvolvimento e integração, pode gerar uma crise global, como foi a crise dos bancos nos EUA, em 2008, que acabou por gerar uma crise na Europa.

Mesmo sendo controversa, a globalização é um fenômeno importante para a economia mundial, e para o desenvolvimento de países emergentes como o Brasil. Resta saber como devemos agir da melhor forma nesse cenário tão contraditório e competitivo.

Pensando nisso, a seguir, será discutido um pouco mais das características do profissional que se adéqua perfeitamente á esse contexto multifacetado da globalização: o empreendedor. Ele é capaz de identificar os pontos negativos do fenômeno e criar barreiras contra eles, além de aproveitar as oportunidades oferecidas pelo mundo globalizado. Com todo seu conhecimento e experiência, esse profissional é essencial para o desenvolvimento econômico e social dos Países, atuando não só nas empresas privadas, mas também em empresas públicas e na própria Administração Pública.

2.1. BREVE HISTORICO DO EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo passou por diversas mudanças de significado desde sua criação, e mesmo antes do termo existir, já era possível identificar comportamentos empreendedores desde os primórdios até os dias de hoje, conforme estudaremos a seguir.

Pode-se entender como empreendedorismo o ato de executar qualquer projeto de maneira criativa e inovadora, de forma que o indivíduo empreendedor assuma um comportamento proativo na resolução e execução de tarefas, e que esteja preparado para assumir riscos. O empreendedor então é aquele disposto a estar em um processo de aprendizado permanente. Para podermos compreender melhor o significado desse termo é necessário uma análise histórica e contextualização desde o período de seu surgimento até a contemporaneidade.

Sabe-se que o termo empreendedorismo origina-se da palavra francesa *entrepreneur*, que significa aquele capaz de assumir riscos e iniciar algo novo. (CHIAVENATO, 2007). Nesse sentido, destaca-se o empreendedorismo, definido como o conjunto de hábitos e características pessoais com base na captação de ideias e iniciativas, transformadas em oportunidades de negócio (Filion 1977).

Para Dolabela (1999), trata-se de um fenômeno social e cultural muito importante para a atividade econômica de um Estado. O autor defende ainda que o empreendedorismo não é um tema novo: existe desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Já para Dornelas (2005) Marco Polo seria o primeiro exemplo de empreendedorismo, quando tentou estabelecer uma rota comercial no Oriente e se mostrou um grande empreendedor ao assinar um contrato com um homem se comprometendo a se aventurar para vender suas mercadorias, assumindo variados riscos para tentar algo novo, enquanto o homem assumiu apenas o risco financeiro.

Na idade média o empreendedor era conhecido como aquele que gerenciava grandes projetos sem assumir grandes riscos financeiros (Dornelas, 2005, p.29). Ainda nesse período “o termo empreendedor foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção.” (PETERS; HISRICH, 2004, p. 27).

A partir do século XVII o termo empreendedorismo passou a ter um significado mais concreto, sendo cada vez mais associado com o risco e o lucro. Foi nesse período que Richard Cantillon, escritor e economista, diferenciou os termos empreendedor – aquele que assumia riscos - e capitalista – aquele que fornecia o capital(Dornelas, 2005, p.30).

2.2O ADMINISTRADOR E O EMPREENDEDOR

O bacharel em Ciências do Estado é capacitado para atuar diretamente na gestão e execução de políticas sociais, seja na administração pública, no setor privado ou no terceiro setor. Nesse sentido, torna-se importante para o aprimoramento do trabalho do Cientista do Estado, identificar características presentes no comportamento empreendedor, uma vez que o empreendedor possivelmente se tornará um administrador, já o administrador nem sempre foi ou será um empreendedor.

Dornelas (2008 p.18-19) enfatiza que “as diferenças entre os domínios empreendedor e administrativo podem ser comparadas em cinco dimensões distintas de negócio: orientação estratégica, análise das oportunidades, comprometimento dos recursos, controle dos recursos e estrutura gerencial”.

Um das principais diferenças entre o empreendedor e o administrador, é que o primeiro realiza suas ações com o enfoque no campo estratégico das organizações, enquanto o segundo se limita nas atividades cotidianas.

O quadro 1.1 mostra as competências empreendedoras e administrativas.

Domínio Empreendedor		Domínio administrador		
Pressões nessa direção	Dimensões-chave do negócio			Pressões nessa direção
Mudanças rápidas: 1) tecnológicas 2) Valores Sociais 3) Regras Políticas	Dirigido pela percepção de oportunidades.	Orientação estratégica.	Dirigido pelos recursos atuais sob controle.	Critérios de medição de desempenho, sistemas e ciclos de planejamento.
Orientações para a ação: decisões rápidas; gerenciamento de risco.	Revolucionário com curta duração.	Análise das Oportunidades.	Revolucionário de longa duração.	Reconhecimento de várias alternativas, negociação da estratégia, redução do risco.
Falta de previsibilidade das necessidades; falta de controle exato; necessidade de aproveitar mais oportunidades; pressão por mais eficiência.	Em estágios periódicos, com mínima utilização em cada estágio.	Comprometimentos dos recursos.	Decisão tomada passo a passo, com base em um orçamento.	Redução dos riscos pessoais, utilização de sistemas de alocação de capital e de planejamento formal.
Risco de obsolescência; necessidade de flexibilidade	Uso mínimo dos recursos existentes ou aluguel dos recursos extras necessários.	Controle dos recursos.	Habilidade no emprego dos recursos.	Poder, <i>status</i> e recompensa financeira; medição da eficiência; inércia e alto custos das mudanças; estrutura da empresa
Coordenação das áreas-chave de difícil controle; desafio de legitimar o controle da propriedade; desejo dos funcionários de serem independentes.	Informal, com muito relacionamento pessoal.	Estrutura gerencial.	Formal, com respeito á hierarquia.	Necessidade e definição clara de autoridade e responsabilidade, cultura organizacional, sistemas de recompensa, inércia dos conceitos administrativos.

1.1 Fonte: Adaptado de Dornelas. 2008. p.20

Observando a tabela, vale destacar, ainda segundo Dornelas (2008,p.18), quando a organização cresce, geralmente os empreendedores sentem dificuldades nos momentos diários de tomada de decisão, pois se preocupam mais com “os aspectos estratégicos, com os quais se sentem mais a vontade”.

A questão da percepção de oportunidade é outro elemento que deve ser destacado com característica que deve ser desenvolvida nos Administradores Públicos, principalmente quando se trata da escassez de recursos do Estado.

Continuando a relação entre diferenças e semelhanças do empreendedor e administrador, o quadro 1.2 destaca algumas características de ações comuns dos os administradores e empreendedores.

Temas	Gerentes Tradicionais	Empreendedores
Motivação Principal	Promoção e outras recompensas tradicionais da corporação, como secretária, status e poder.	Independência, oportunidade para criar algo novo, ganhar dinheiro.
Referência de tempo	Curto prazo, gerenciando orçamento semanais, mensais, etc. e com horizonte de planejamento anual.	Sobreviver e atingir 5 a 10 anos de crescimento do negócio.
Atividade	Delega e supervisiona.	Envolve-se diretamente.
Status	Preocupa-se com o status e com o modo como é visto na empresa.	Não se preocupa com o <i>status</i> .
Como vê o risco	Com cautela.	Assume riscos calculados.
Falhas e erros	Tenta evitar erros e surpresas.	Aprende com erros e falhas.
Decisões	Geralmente concorda com seus superiores.	Seguem seus sonhos para tomar decisões.
A quem serve	Aos outros (superiores).	A si próprio e a seus clientes.

Histórico familiar	Membros da família trabalham em grandes empresas.	Membros da família possuem pequenas empresas ou á criaram algum negócio.
Relacionamento com outras pessoas	A hierarquia é a base de relacionamento.	As transações e os acordos são a base do relacionamento.

1.2 Fonte: Adaptado de Dornelas. 2008. p.21

De modo geral, o administrador tem a formação para o planejamento e o controle, e é centrado em como melhorar os processos, controles, informações, análises e qualidade. Já o empreendedor, é focado no mercado, nas oportunidades, na inovação e na criatividade, e está associado nos negócios do presente e do futuro.

2.3 O IMPACTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

De acordo com alguns autores, a atividade empreendedora no Brasil se deu de maneira tardia, por se tratar de uma colônia de exploração. Entretanto alguns autores discordam desse argumento. Para Caldeira (2009) o papel do empreendedor na sociedade colonial brasileira foi fundamental para o desenvolvimento econômico da então colônia portuguesa. Já que as relações de trocas de produtos e serviços que ocorriam no mercado interno brasileiro na época colonial visavam à acumulação de riquezas e não somente a subsistência. Esse mercado era, na época, mais vigoroso que o mercado externo devido à presença do comportamento empreendedor nos brasileiros.

Segundo Dornelas (2001), a atividade empreendedora no Brasil aprimorou-se na década de 1900 quando entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para a Exportação de Software) foram criadas. Na época, as esferas políticas e econômicas não eram propícias, o que dificultava o acesso à informação pelos empreendedores.

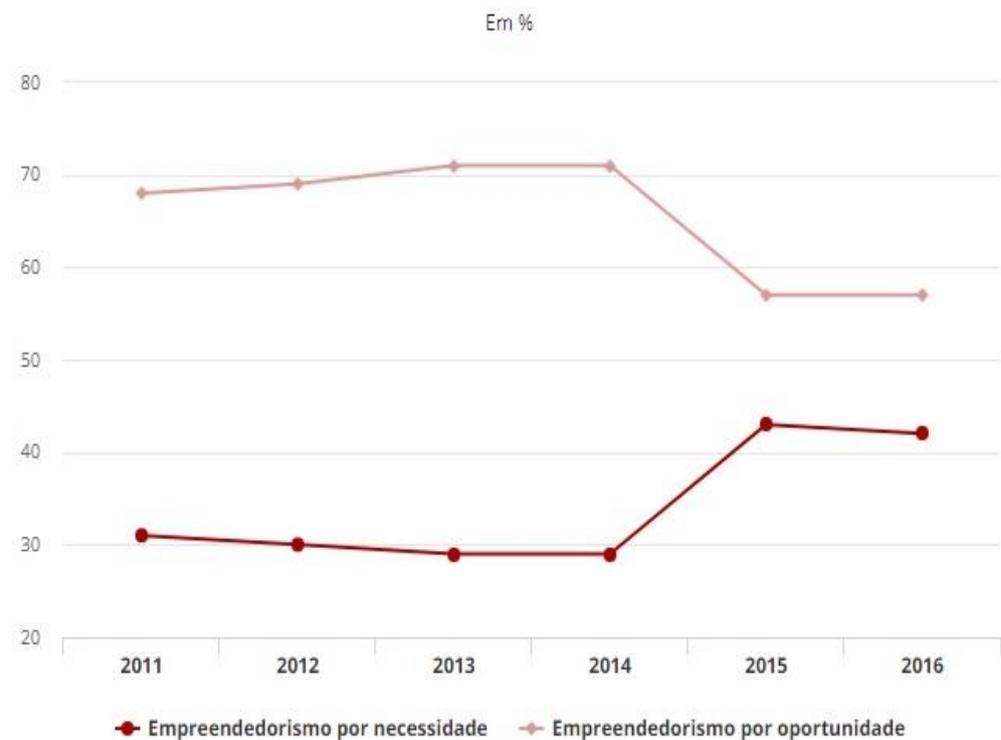
Apesar das dificuldades, o Brasil apresenta algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo. Desde alguns anos atrás, foram criados órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de novos negócios e as escolas superiores, que tem oferecido cursos e outros tipos de programas sobre o empreendedorismo (MAXIMIANO, 2006, p. 6).

Com o passar dos anos o empreendedorismo passa a ganhar cada vez mais força e incentivo no Brasil, sendo reconhecido como fator importante no crescimento econômico e social do país. A legislação contribui para esse processo e foram criadas a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa e a Lei do Microempreendedor Individual, que entraram em vigor em 2007 e 2008 respectivamente.

A reportagem “crise faz empreendedorismo por necessidade voltar a crescer no Brasil”, (melo 2017) ilustra o fato do chamado empreendedorismo por necessidade ter crescido consideravelmente, devido à últimas crises econômicas vividas no país, De acordo com uma reportagem de 2014 para cá, quando o Brasil entrou em recessão, grande parcela de pessoas abriram uma empresa por falta de trabalho, e não pelo fato de encontrarem uma boa oportunidade de negócio e mercado, como a maioria dos empreendedores.

O percentual de novas empresas (com até 3,5 anos) criadas por necessidade passou de 29% em 2014 para 43% em 2015, e se manteve praticamente estável em 2016. Os números são de um estudo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e considera os negócios registrados e empreendedores informais.

Tipo de empreendedorismo em empresas com menos de 3,5 anos



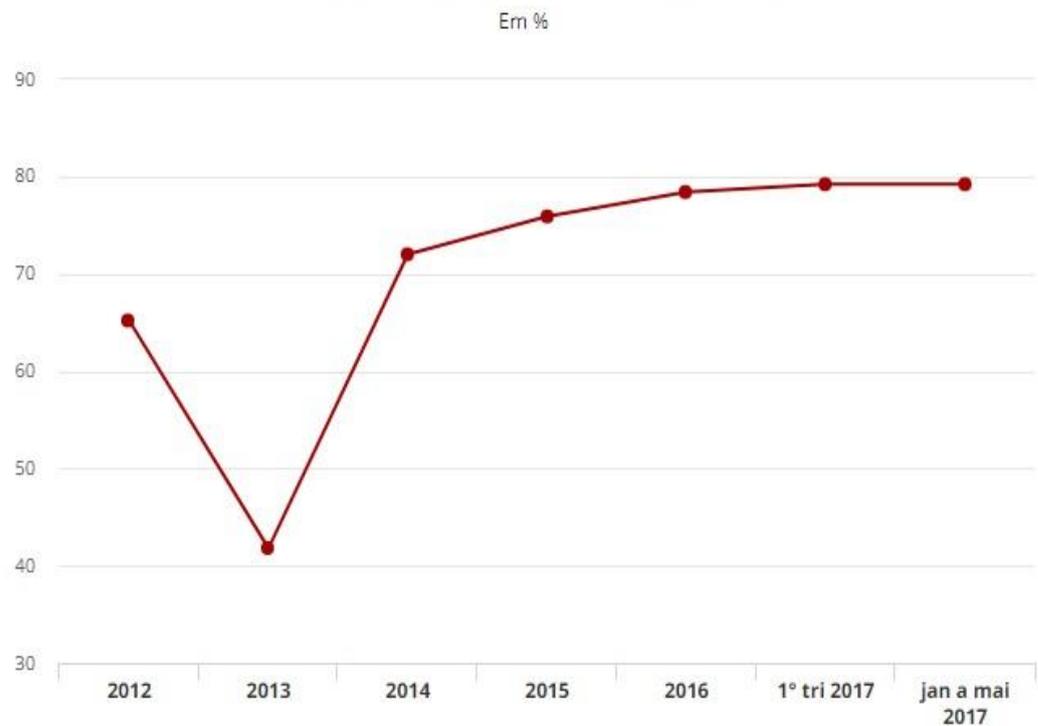
Fonte: Sebrae

De acordo com o estudo, havia cerca de 48,2 milhões de empreendedores no país em 2016, dos quais 26,2 milhões haviam entrado no ramo há menos de 3,5 anos, sendo 11,1 milhões deles por necessidade e falta de renda financeira.

A grande maioria das novas empresas se configura como um microempreendedor individual (MEI), ou seja, uma pessoa que trabalha por conta própria e se formalizou como pequeno empresário.

A representatividade dos MEIs no mercado aumentou junto com a taxa de desemprego. Das 955,3 mil empresas abertas entre janeiro e maio de 2017, 79,2% eram MEIs, de acordo com dados da Serasa. Em 2013, essa parcela ficava em 42%.

Parcela de MEIs entre os CNPJs criados

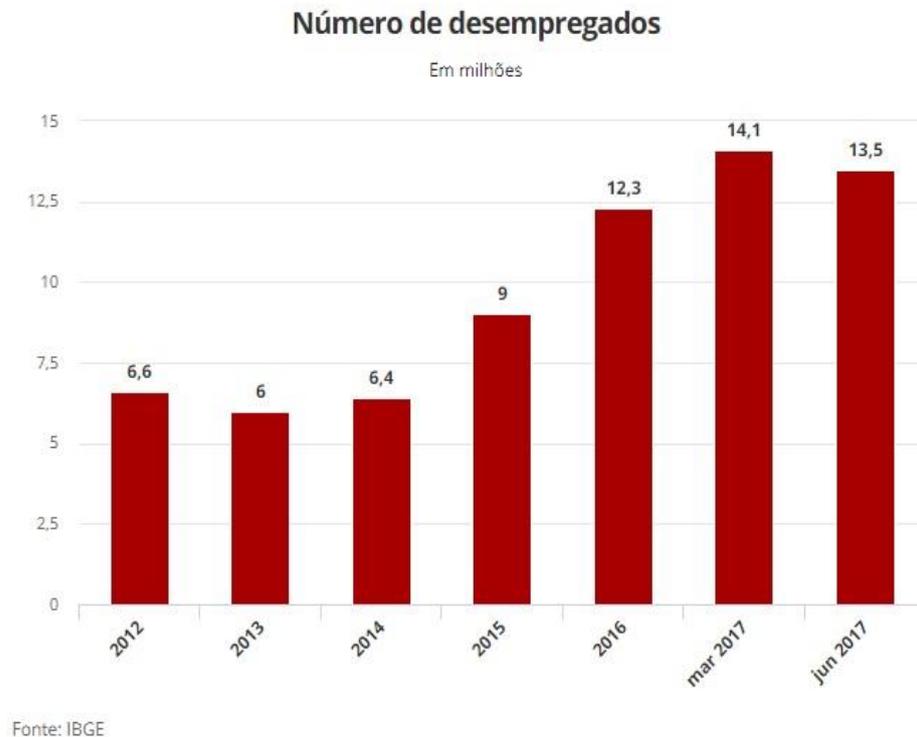


Fonte: Serasa

De acordo com dados do IBGE, no fim do primeiro trimestre deste ano, mais de 14 milhões de pessoas estavam fora do mercado de trabalho no Brasil, em junho, o número caiu para 13,5 milhões, mas com o aumento da informalidade.

O setor de serviços continua sendo o mais procurado por quem quer empreender: de janeiro a dezembro de 2017, 1.406.634 novas empresas surgiram neste segmento, o equivalente a 63,9% do total de empresas nascidas. Os novos comércios totalizaram 615.087 (27,9% do total) e, no setor industrial, foram abertas 173.736 empresas (7,9% do total).

Observa-se nos últimos sete anos um crescimento constante na participação das empresas de serviços no total de empresas que nascem no país, passando de 53,1% (janeiro a dezembro de 2010) para 63,9% (janeiro a dezembro de 2017). Por outro lado, a participação do setor comercial de empresas que surgem no país tem recuado (de 35,6%, em 2010, para 27,9% no mesmo período de 2017). Já a participação das novas empresas industriais se mantém estável, variando pouco (8,5% em 2010 e 7,9% em 2017).



Contudo, mesmo se livrando do desemprego, os novos empreendedores enfrentam um grande problema: fazer o negócio ir para frente e lucrar. De acordo com estudos do Sebrae 23% das empresas no Brasil fecham nos dois primeiros anos.

Com a falta de emprego e mais pessoas sem dinheiro para gastar no país, o movimento do comércio diminuiu e muitas empresas não conseguiram se manter.

Ainda no que tange aos impactos do empreendedorismo no Brasil, a GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que reúne alguns dos melhores especialistas em empreendedorismo realizou uma pesquisa onde citava algumas vantagens e desvantagens para o empreendedorismo no Brasil. Entre os fatores que impulsionam o empreendedorismo no Brasil de acordo com o relatório da GEM, temos:

- O Brasil tem um grande mercado, com muitas carências;
- O movimento de criação de incubadoras de empresas, que ocorre desde a década de 1990;

- A redução dos empregos formais fazendo com que os brasileiros busquem outras formas de obter renda, como por exemplo, a criação de micro e pequenas empresas;
- A criatividade do povo brasileiro, que por viver em um ambiente político-econômico instável aprendeu a recorrer a outras ocupações para sobreviver.

Entre os fatores que representam uma barreira ao empreendedorismo no Brasil, a GEM (2013) cita:

- Dificuldade de acesso ao capital para empreender;
- O Estado impõe altas cargas tributárias e um excesso de procedimentos burocráticos para se abrir um novo negócio; - Não há integração entre os programas voltados ao empreendedorismo, o que dificulta o acesso à informação;
- O sistema educacional brasileiro é de baixa qualidade e não incentiva o estudo do empreendedorismo;
- A cultura brasileira é voltada para a busca do emprego formal.

3 ESTUDO DE CASO PROGRAMA MEU PRIMEIRO NEGÓCIO: INOVANDO NA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA E NO DESENVOLVIMENTO DO ESTADO DE MINAS GERAIS

A importância da educação empreendedora para o desenvolvimento de uma nação tem sido reconhecida, em diversos países do mundo, tendo sido colocada como prioritária nas agendas e debates políticos, econômicos e acadêmicos, incluindo os mais altos níveis de discussão das Nações Unidas (UNCTAD, 2015; LIMA et. al., 2015).

Conferências promovidas pelo órgão internacional da ONU responsável pela economia e pelo desenvolvimento apontam quatro áreas-chave para a educação empreendedora: a) incorporação do empreendedorismo na educação e treinamento, b) o desenvolvimento curricular, c) o desenvolvimento do professor e d) o engajamento com o setor privado (UNCTAD, 2011).

O desenvolvimento e implementação de programas de educação empreendedora seguem as recomendações da Unesco para a educação do século XXI, que se baseiam em quatro pilares: aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser. a Unesco recomenda outros aspectos da moderna educação relacionados ao empreendedorismo, a fim de que os estudantes desenvolvam a capacidade de inovar, reter conhecimento, desenvolver projetos próprios e lidar com as mudanças (LOPES; TEIXEIRA, 2010).

Em relação ao Brasil, existe a necessidade e a oportunidade de potencializar “uma educação empreendedora que permita que uma maior proporção do seu capital humano desenvolva o seu potencial empreendedor” (DOLABELA; FILION, 2013, p. 154).

A educação empreendedora pode aumentar a qualidade da preparação e o número de jovens inovadores, proativos e com iniciativa, tanto para trabalharem em uma organização ou atividade autônoma, quanto para tocarem seu próprio negócio. Em ambas as condições, o resultado é um impacto socioeconômico relevante (GUERRA; GRAZZIOTIN, 2010; LIMA et. al., 2014a).

3.1 O PROGRAMA MEU PRIMEIRO NEGÓCIO

Na contemporaneidade, a dinâmica do mercado de trabalho exige a presença de profissionais com capacidades múltiplas, adaptáveis, flexíveis, que tenham formações transversais e em novos campos do saber, além do conhecimento da prática gerencial e social. Sobretudo, passou-se a demandar dos administradores, privados e públicos, uma formação profissional mais abrangente, que seja capaz de lidar com os diversos recursos disponíveis nas organizações e na sociedade, sejam eles materiais, tecnológicos, financeiros ou de pessoal. Tornou-se necessária a utilização de informações e competências como matéria prima para a tomada de decisão. (SARAIVA; SOUZA, 2009).

Em função disso, devido à crise no mercado, o sistema de ensino, médio e superior, tem buscado desenvolver em seus alunos e futuros profissionais inseridos no mercado de trabalho, características empreendedoras, o que depende do desenvolvimento de competências, habilidades e conhecimentos práticos e científicos. A qualificação dos futuros gestores é mais complexa e aproxima-se mais do “saber ser” do que do “saber fazer” (Andrade, 2006).

Nesse sentido, o programa Meu Primeiro Negócio visa promover a cultura e o comportamento empreendedor entre os estudantes do ensino médio de escolas estaduais de Minas Gerais. Trata-se de uma iniciativa do Governo de Estado de Minas Gerais, capitaneado pela Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (Sedectes) em parceria com a Secretaria de Estado de Educação.

O programa foi efetivado com a cooparticipação da ONG Junior Achievement Minas Gerais, que concedeu a metodologia do seu programa, Miniempresa. Fundada em 1919, nos Estados Unidos, a Junior Achievement é a maior e mais antiga organização de educação prática em negócios, economia e empreendedorismo do mundo.

Trata-se então, de uma organização social de caráter educativo, sem fins lucrativos, mantida pela iniciativa privada, tendo como principal objetivo despertar o espírito empreendedor nos jovens, ainda na escola, estimulando o seu desenvolvimento pessoal e profissional, proporcionando uma interação e visão do mundo dos negócios, facilitando assim, seu ingresso no mercado de

trabalho. A ação é feita através de programas educativos que são aplicados por voluntários, corporativos ou não, em escolas públicas e privadas, além de outras realizações mantidas por pequenas, médias e grandes empresas.

Presente em Minas Gerais desde 2003, a Junior Achievement já beneficiou mais de 220 mil jovens em todo o Estado, com a colaboração de mais de 12.700 voluntários em aproximadamente 100 cidades.

3.2 METODOLOGIA

A metodologia de o programa baseia-se no método Aprender- Fazendo, de forma que os alunos vivenciam na prática a experiência de estarem integrados no mercado de trabalho, isso sem sair da sala de aula. Tendo o público alvo aluno do ensino médio, justamente pelo fato de muitos estarem ingressando no mercado de trabalho nesse período, o programa é desenvolvido em 15 encontros, em jornadas semanais, com duração de 3h30in, realizadas nas escolas, geralmente á noite. Os estudantes aprendem conceitos de livre iniciativa, estrutura e organização das empresas, mercado, comercialização, e produção.

Todo esse processo é feito com o acompanhamento de um professor, indicado pelas escolas selecionadas e, voluntários das áreas de Marketing, Finanças, Produção e Recursos Humanos.

A experiência e o aprendizado adquiridos no programa podem ser aplicados no âmbito pessoal, seja para melhorar as relações interpessoais, ou desenvolver habilidades ainda não descobertas, e no âmbito profissional, independente da profissão que o aluno irá seguir.

3.2.1 REGULAMENTO DO PROGRAMA MNIEMPRESA

De acordo com manual do Achievement, distribuído para todos os alunos se instruírem durante a execução do programa, o regulamento consiste em:

1. Jornadas

. O programa acontecerá na escola, em 15 encontros semanais de 3h30min cada. Quando o dia da jornada coincidir com o feriado, a miniempresa

deverá compensa – lá, comunicando a Junior Achievement, devendo ser acompanhada pelos advisers. Não é permitida a realização de jornada extra. Casos extraordinários serão avaliados pela Junior Achievement, com base nas informações trazidas pelos advisers.

- Três ausências não justificadas em jornadas eliminam o colaborador da miniprensa, que deverá ser notificado pelo Diretor de Recursos Humanos.

- É permitido o ingresso de Achievers até a 4ª jornada, desde que não ultrapasse os 30 alunos.

2. Escola

- A escola deverá disponibilizar um representante no turno do Programa, para o qual o grupo possa se reportar sempre que necessário, bem como disponibilizar local adequado para realização da jornada. É obrigatório o pagamento de aluguel para a escola.

3. Salários

- O salário mínimo para cada função é de:
 - Presidente: R\$ 2,50
 - Diretoria: R\$ 2,00
 - Funcionários: R\$ 1,50

4. Ações

- O capital inicial da miniprensa é formado através da venda de ações.
- É disponibilizado um lote de 100 ações por miniprensa, ficando o volume a ser comercializado vinculado á necessidade de recursos para início da produção.

- O comprometimento de cada aluno é o de comprar uma ação e vender pelo menos uma.

- Cada acionista poderá comprar somente uma ação.

- O valor de comercialização de cada ação é definido pela miniprensa, respeitando os valores estipulados pela Junior Achievement : R\$ 5,00 (valor mínimo) e R\$ 2,00 (valor máximo).

- Advisers e integrantes da equipe da Junior Achievement não podem tornar-se acionistas das minipresas.

5. Doações

- O valor correspondente aos impostos e encargos sociais deverá ser doado para uma instituição beneficente, com o devido comprovante da doação anexado ao relatório final, contendo carimbo e CNPJ.

- Não é permitida a doação para escolas e pessoas físicas.

6. Produto

- Uma boa pesquisa de mercado e a escolha adequada do produto são pontos primordiais para o sucesso da miniempresa. Produtos de apelo erótico, sexual ou que façam referência a qualquer tipo de droga lícita ou ilícita não serão permitidos.

- A Junior Achievement se reserva do direito de vetar o produto escolhido, que deve ser informado, de forma clara, nos relatórios de jornada que antecedem a produção.

- Se nas jornadas finais do Programa ainda existir estoque de produtos, a miniempresa deverá promover campanhas de marketing e vendas a fim de liquidar o estoque.

- Visando estimular a criatividade, a diversidade e a qualidade dos produtos, não é permitida a fabricação de produtos alimentícios, de produtos perecíveis e de produtos perigosos.

7. Premiações

- A Junior Achievement reconhece o comprometimento, a garra e o espírito inovador das miniempresas participantes a cada semestre. Por esta razão, a cada formatura são premiadas aquelas miniempresas que se destacaram ao longo do programa.

8. Terceirização

- Para concorrer às premiações a miniempresa não deverá terceirizar mais do que 30% do seu processo produtivo. Para calcular o percentual, utiliza-se a seguinte fórmula:

$$\text{Nº de etapas terceirizadas} / \text{Nº de total} \times 100 = \text{valor percentual}$$

9. Auditoria

Entre a 8ª e a 11ª jornada é realizada uma auditoria na sede da Junior Achievement, com a participação de toda a diretoria da miniempresa. A auditoria tem como objetivo mensurar o nível de conhecimento adquirido pelos alunos em decorrência do aproveitamento e da participação no Programa Miniempresa, até aquele momento. Durante a auditoria, realiza-se uma entrevista com cada diretor, além da verificação dos controles de cada uma das áreas referente ao fechamento do 1º exercício do Programa. O não cumprimento desta determinação implicará na desqualificação da miniempresa para concorrer às premiações.

10. Formatura

- A formatura dos achievers, bem como o recebimento dos certificados de participação, está condicionada à entrega dos cadastros, dos achievers e dos advsers, dos controles solicitados na auditoria, do relatório final (acompanhado das ações resgatadas e das ações não vendidas), bem como do cumprimento de todos os procedimentos e prazos estabelecidos no cronograma do Programa Miniempresa.

11. Relatório Final

- O prazo de entrega, estabelecido em cronograma divulgado no início do Programa, deve ser rigorosamente obedecido, devendo a entrega ser feita na sede da Junior Achievement pelo Presidente da miniempresa ou representantes de suas diretorias. Caso a entrega ocorra após o prazo estabelecido, a miniempresa estará, automaticamente, excluída das premiações.

3.2.2 JORNADAS

1ª Jornada

A primeira jornada é dedicada a apresentação do programa aos alunos, bem como apresentação da equipe participante, formada pelos voluntários, professor responsável pelo programa na escola e alunos.

Após as apresentações, os alunos iniciam as atividades com uma breve apresentação teórica sobre o papel da livre iniciativa, abordando temas como a origem das empresas, conceito de capital social, empresário, sociedade anônima, sociedade limitada e sociedade cooperativa,

Em seguida, há um brainstorming para a escolha do produto a ser produzido pela respectiva miniempresa. Os alunos (achievements) fazem a triagem para a escolha o produto de acordo com os seguintes princípios:

- Estudo de viabilidade: será analisada a viabilidade da produção do produto, levando em consideração, matéria prima, processo produtivo e propriedade intelectual.

- Impacto ambiental: os alunos irão avaliar os impactos que o produto faz ao meio ambiente, desde a produção, distribuição, consumo, até o descarte final.

- Inovação: O produto deverá ser inovador, ser desenvolvido para suprir necessidades do cotidiano da maneira mais prática possível. O sucesso de uma empresa está diretamente ligado com sua capacidade de inovar.

Na seqüência, os alunos aprenderão sobre pesquisa de mercado, na teoria e na prática, e a sua importância. Nessa etapa, eles irão refletir sobre o público alvo que querem atingir, para posteriormente, estudar o comportamento de seus clientes e descobrir suas necessidades e como supri-las.

Deverá ser estudado também nessa jornada, o custo do produto, fornecedores e metodologia da produção.

Ao final dessa jornada, cada grupo de alunos deverá fazer uma pesquisa de mercado, e trazer o protótipo do produto que aquele determinado grupo pesquisou, para que toda a sala possa avaliar a viabilidade de produzi-lo ou não.

2ª Jornada

A segunda jornada inicia-se com o resultado da pesquisa de mercado, de acordo com o conteúdo da primeira jornada, e após a análise de cada protótipo trazido pelos grupos de alunos, é feita a escolha do produto pela sala, em conjunto.

E seguida, os alunos deverão escolher um nome para a miniempresa enquanto aprendem propriedades e características de empresas, como o significado de ser uma “pessoa Jurídica”. Uma vez escolhido, o nome da empresa deverá ser acrescido da sigla S.A./E, Sociedade Anônima Estudantil.

Será estudado então o que é o capital social de uma empresa, e como ele se aplica, por meio de exercícios onde os alunos terão que simular o pagamento de despesas da miniempresa como: aluguel, salários, encargos sociais, equipamentos/materiais e matéria prima.

Nessa jornada, acontecerá a venda de ações para a capitalização de recursos financeiros. Cada aluno, ou agora, miniempresários, deverá comprar uma ação para serem acionistas da miniempresa e vender pelo menos uma para o público externo. O preço das ações deverá ser estabelecido em conjunto pelos alunos, de acordo com o ponto de equilíbrio e lucro que a miniempresa almeja alcançar.

3ª Jornada

A terceira jornada tem a finalidade de calcular os diversos custos de uma empresa, além de passar aos alunos uma noção de investimentos e finanças no geral.

No primeiro momento é feita a capitalização, ou a conferência e o recolhimento do capital inicial, obtido por meio da venda das ações, durante a semana entre a segunda e terceira jornada. Em seguida, os alunos deverão calcular os seguintes custos, aplicados na empresa:

- Custo fixo
- Custos de materiais diretos
- Custos variáveis

- Preço de venda
- Margem de contribuição
- Ponto de equilíbrio
- Previsão lucro líquido
- Metas de produção e venda para a Miniempresa.

Nessa jornada, iniciam-se os preparativos para a eleição da diretoria, na qual os alunos assumirão os cargos de Presidente, Diretor de finanças, Diretor de marketing e vendas, Diretor de produção e Diretor de recursos humanos. O restante dos alunos configura-se como funcionários.

4ª Jornada

Os alunos interessados em se candidatar para um cargo de diretoria o fazem, e, posteriormente, a eleição é feita por meio de uma votação secreta envolvendo todos os alunos participantes.

Com a diretoria escolhida, é hora de definir a missão, visão e valores da miniempresa em questão, e em seguida ocorre a apresentação do estatuto e do funcionamento da empresa, formulado pelos próprios alunos.

A jornada se encerra com a primeira reunião de Diretoria, que deverá ser realizada em todas as jornadas em diante.

5ª Jornada

Essa jornada é de suma importância para o sucesso da miniempresa. É a partir dessa jornada que se inicia o processo de produção.

De acordo com a área de interesse, os miniempresários serão divididos em grupo, coordenados pelos diretores de cada área, para que efetuem o planejamento das quatro áreas da miniempresa. Independente da sua área de atuação, todos os alunos deverão participar da produção e das vendas, inclusive os alunos que compõem a diretoria. Caso necessário, poderão ser criadas gerências. Ex.: gerente de controle de qualidade, gerente de matéria prima, etc.

Neste momento, as equipes de cada área devem tomar as seguintes decisões:

1) Diretoria de Produção

- Definir os equipamentos necessários para produção (comprar ou alugar);
- Definir a matéria prima (quantidade iniciais a serem compradas);
- Definir funções da mão de obra;
- Organização da produção;
- Local de estoque;
- Determinar as metas de produção;
- Registro da produção.

2) Diretoria de Marketing e Vendas

- Determinação dos objetivos da párea de marketing;
- Formulários de registros, impostos;
- Determinação de metas para a venda individual.

3) Diretoria de Recursos Humanos

- Preparação dos estágios;
- Registro de presença.

4) Diretoria de finanças

- Controle de Fluxo de caixa;
- Elaboração de recibos;
- Repassar recursos para a compra de matéria prima;
- Abertura de relatoria de cada jornada.

6ª Jornada

A partir dessa jornada, a responsabilidade da administração da Miniempresa passa inteiramente para os diretores, que farão uma reunião geral com todos os miniempresários. O presidente abre a reunião, agradece ao esforço de todos e passa a palavra ao:

Diretor de Produção, que:

- Informa quantas unidades foram fabricadas na primeira jornada de produção;
- Reportar sobre os problemas encontrados;

- Estabelecer a meta de produção até o final do programa (décima terceira jornada);

Diretor de Marketing e Vendas, que:

- Estabelece as metas de venda;
- Informa as promoções e eventos.

Diretor Financeiro, que:

- Reporta sobre a receita até a data;
- Reporta sobre as despesas;
- Reporta sobre o valor de caixa.

Diretor de Recursos Humanos, que:

- Comenta sobre a motivação da equipe;
- Informa sobre as faltas ocorridas até essa data.

Presidente, que:

- Coordena as perguntas e sugestões e obtém aprovação das metas a serem atingidas;
- Reforça metas estabelecidas;
- Atribui responsabilidades.

Após a reunião, os alunos continuam o processo de produção.

7ª Jornada

Essa jornada tem a produção como prioridade. Após a reunião da diretoria que enfatiza os pontos importantes da semana, todos os alunos se direcionam a produção para que as metas estabelecidas sejam cumpridas.

8ª Jornada

A oitava jornada é um momento muito importante, pois será feito o fechamento ou o balanço da miniempresa para avaliar seu andamento. Dessa forma, o Diretor de Recursos Humanos irá fazer o fechamento das folhas de pagamento, enquanto o Diretor de Marketing irá preparar o ranking de vendas por aluno, o Diretor de Produção irá preparar o relatório de metas e matéria prima, o Direto de Finanças irá fazer o balanço patrimonial e o presidente fará o relatório geral de acompanhamento da miniempresa.

Os salários do primeiro dia de produção até aqui, deverão ser pagos nessa jornada.

A produção tem continuidade após os balanços feitos.

9ª á 13ª Jornada

Essas jornadas são semelhantes, como cronograma mais simples. As jornadas iniciam-se com a reunião da Diretoria, avaliando o andamento da miniempresa, seguindo depois para a produção, que se encerra na 13ª jornada.

14ª Jornada

MARKETING E VENDAS

- Lançar as vendas da última semana.
- Receber o dinheiro e repassar para o Diretor de Finanças.
- Calcular as comissões e passar para o Diretor de Recursos Humanos.
- Receber os produtos não vendidos e decidir seu destino.

RECURSOS HUMANOS

- Fechar o formulário de presenças, estimando a participação de todos na última reunião.
- Calcular os salários e encargos.
- Receber o controle de comissões de Marketing.
- Fechar a folha de pagamento e passar para as Finanças.

FINANÇAS

- Preparar os cheques para pagamentos (fornecedores, aluguel e outros).
- Receber o valor proveniente das vendas relativas á última semana.
- Calcular os Impostos do último período e preparar os cheques.
- Receber a Folha de Pagamento e preparar os cheques.
- Preparar o Demonstrativo de Resultado Final.
- Preparar os cheques para os acionistas.

PRODUÇÃO

- Fechamento da produção.

- Fazer o levantamento do que foi produzido.
- Fazer o levantamento do que foi rejeitado.
- Fazer a divisão ou a venda da sobra da matéria-prima.
- Limpar e guardar os equipamentos.
- Fazer o levantamento da conservação dos equipamentos, caso tenham sido alugados.
- Fazer o levantamento dos resíduos gerados e o encaminhamento destes.

PRESIDENTE

- Completar o endereçamento dos envelopes.
- Completar o rascunho do relatório.

Essa jornada é dedicada à produção dos relatórios finais que serão apresentados na assembléia dos acionistas.

15ª Jornada

A última jornada do programa tem a finalidade de encerrar a miniempresa assim como se encerra uma empresa de verdade. Será feita uma Assembléia Geral com os acionistas para apresentação dos resultados obtidos, onde a diretoria deverá apresentar os resultados e compará-los às metas estabelecidas, além dos pagamentos dos vencimentos finais.

A Assembléia Geral segue a seguinte pauta:

- 1) Presidente: Abertura da Assembléia
 - 2) Agradecimento pela presença e pela confiança na miniempresa
 - 3) Apresentação do roteiro da Assembléia
- Apresentação da diretoria da miniempresa
 - Resgate dos certificados de Ação com os acionistas
 - Resultado da miniempresa
 - Experiências adquiridas
 - Problemas encontrados
 - Soluções adotadas
 - Temas abordados

- Capital
- Lucro
- Planejamento
- Impostos / Encargos
- Segurança no Trabalho
- Administração
- Trabalho em equipe
- Produção
- Finanças
- Marketing
- Recursos Humanos

4) Palavra aberta aos presentes: advisers, Junior Achievement, colégio e acionistas.

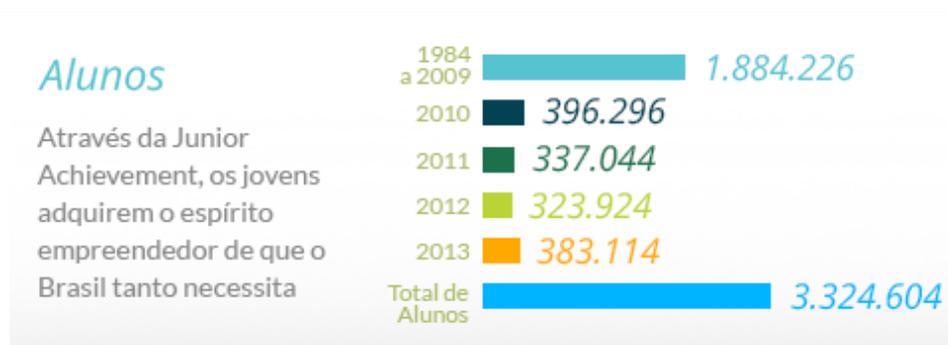
5) Encerramento pelo presidente da miniempresa.

Após a assembléia, o encerramento da jornada fica a critério da equipe.

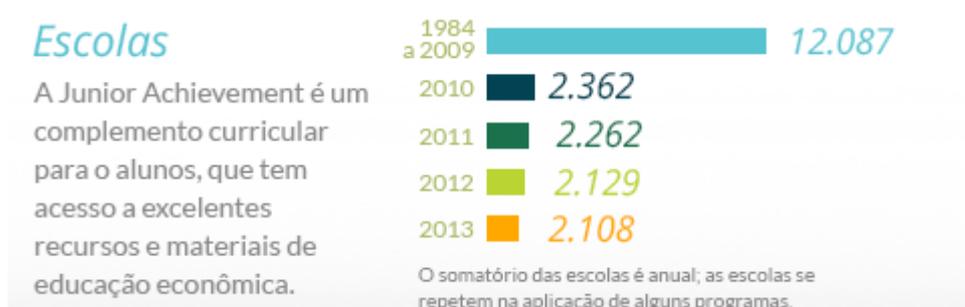
3.3 RESULTADOS

O programa Meu Primeiro Negócio ainda está em construção, já que o piloto foi rodado em meados de 2017, tendo continuidade em 2018. Mesmo recente, os resultados do programa impressionam, e antes mesmo de começar, o programa Miniempresa, que serviu de base metodológica para o Meu Primeiro Negócio, já impactou milhares de jovens no Brasil e no mundo.

Alguns resultados da Junior Achievement em todo o Brasil:



Fonte: Junior Achievement



Fonte: Junior Achievement



Fonte: Junior Achievement

De acordo com os gráficos, os programas de educação empreendedora da ONG Junior Achievement não impactam somente alunos, mas influenciam todo o ambiente escolar, além de incentivar e proporcionar o voluntariado um aprendizado único, dando-lhe a oportunidade de mudar o futuro de muitos jovens brasileiros.

Em 2017, a Junior Achievement atingiu a expressiva marca de mais de 220 mil estudantes beneficiados em todo o estado através dos programas de educação empreendedora. Mais de 12 mil voluntários foram envolvidos nos projetos da Associação. Os resultados mostram o trabalho sério e a força que a Junior Achievement vem ganhando em Minas Gerais. A meta agora é unir esforços para superar os desafios traçados. A Junior Achievement quer inspirar novos voluntários, executivos e empresários, dispostos a fazer diferença e despertar o espírito empreendedor nas escolas.

Buscando alcançar grandiosos resultados, em 2017 o piloto do Programa Meu Primeiro Negócio beneficiou 120 escolas da rede pública, 70 cidades do estado de Minas Gerais e 3600 jovens estudantes impactados.

Para 2018, o Programa Meu Primeiro Negócio tem planos ousados e beneficiará cerca de 400 escolas, e em média 12 mil alunos.

O programa ainda é recente, embora os dados sejam altos, o Meu Primeiro Negócio ainda tem muito que crescer e mostrar todo o seu potencial.

CONCLUSÃO

A partir da análise das diversas concepções do termo empreendedorismo, tendo como base a teoria comportamentalista, percebe-se a importância da educação empreendedora nas escolas, como política pública, para o desenvolvimento profissional e pessoal do aluno, bem como o consequente desenvolvimento social e econômico do Estado.

O empreendedorismo é um estudo que pode ser aplicado em qualquer nível da vida, sendo que todos nós podemos ser empreendedores, se formos preparados para tal. É justamente essa a importância da educação empreendedora: O preparo para se tornar um empreendedor depende de algumas características que são desenvolvidas desde a infância.

O empreendedor consegue enxergar soluções e oportunidades nas mais diversas circunstâncias, inclusive em situações que apresentam problemas. A criança ou o jovem que tem o contato com a educação empreendedora, possivelmente saberá lidar melhor com a solução de problemas, além de desenvolver características importantes como a liderança e o trabalho em equipe.

Nos anos 80, Robert Hisrich reformulou o conceito de empreendedorismo, que para ele, é a capacidade de se criar algo melhor e diferente do que já existe. Dessa forma, a educação empreendedora busca o desenvolvimento de todos os agentes envolvidos no âmbito escolar, desde os alunos, passando pelos pais, até professores e funcionários da instituição de ensino. Por meio da educação empreendedora a escola terá novas propostas para o ensino, que agora será feito de forma inovador e ainda mais transformador, com foco no desenvolvimento de todas as pessoas envolvidas nesse processo.

Cabe ressaltar que, neste trabalho, o empreendedorismo não é tratado necessariamente como princípio econômico, sendo trabalhado com foco no seu resultado quando aplicado na educação, priorizando dessa forma, a pessoa e seu desenvolvimento como ser humano dentro do meio social.

Logo, quando é falado aqui da importância da educação empreendedora e de transformar o aluno e a sociedade em empreendedores, não se refere necessariamente à ação de abrir uma empresa. O objetivo nesse trabalho foi defender a abertura de um campo de conhecimentos e oportunidades para os alunos que querem explorá-las, de maneira a ensiná-los a fazer acontecer, sem perder a integridade.

Por fim, esse é um dos principais papéis do Programa Meu Primeiro Negócio: transformar sonhos em realidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRITTO, F.; WEVER, L. Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CAMARGO, S. H. C. R. V.; FARAH, O. E. Gestão empreendedora e intraempreendedora: estudos de casos brasileiros. Ribeirão Preto: Villimpress, 2010.

DOLABELLA, F. Pedagogia Empreendedora. São Paulo: Cultura Editores, 2003.

DOLABELLA, F. O segredo de Luisa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pioneira, 1986.

GERBER, M. E. Empreender fazendo a diferença. São Paulo: Fundamento educacional, 2004.

JUNIOR ACHIEVEMENT BRASIL. Institucional. Disponível em: <http://www.jabrasil.org.br/jabr/junior-achievement/institucional>. Acesso em: 10 de abril. 2018.

JUNIOR ACHIEVEMENT MINAS GERAIS. Institucional. Disponível em: <http://www.jabrasil.org.br/jamg/junior-achievement/institucional>. Acesso em: 10 de abril. 2018.

JUNIOR ACHIEVEMENT MINAS GERAIS. Programas. Disponível em: <http://www.jabrasil.org.br/jamg/programas/miniempresa>. Acesso em: 10 de abril. 2018.

JUNIOR ACHIEVEMENT MINAS GERAIS. Programas. Disponível em: <http://www.jabrasil.org.br/jamg/programas/vamos-falar-de-etica>. Acesso em: 10 de abril. 2018.

JUNIOR ACHIEVEMENT MINAS GERAIS. Programas. Disponível em: <http://www.jabrasil.org.br/jamg/programas/habilidades-para-o-sucesso>. Acesso em: 10 de abril. 2018.

LEITE, E. O Fenômeno do Empreendedorismo. Recife: Bagaço, 2000.

SARAIVA, L. A. S.; SOUZA, A. M. Representações Sociais, Práticas e Desafios do Ensino de Empreendedorismo na Graduação sob a Ótica dos Docentes: Um Estudo de Caso. ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE – EnEPQ, 2, 2009, Curitiba. Anais... Curitiba: 2009.

UNCTAD Secretariat (2011). “Entrepreneurship Education, Innovation and Capacity-Building in Developing Countries,” United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Geneva. <http://unctad.org/en/docs/ciimem1d9>. Acesso em 10 de junho, 2018.

UNCTAD Secretariat (2015). "Division on Investment and Enterprise: Results and Impact – Report 2015," United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Geneva. http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diae2015d1_en.pdf. Acesso em: 01 de junho de 2018.

