

06

Educação empreendedora: experiência de ligantes em uma ação de extensão para a comunidade belo-horizontina

RELATO DE EXPERIÊNCIA

PAULA FERNANDES TÁVORA^{1-B};
RAFAEL CUNHA SILVA ARAÚJO^{2-C};
GUILHERME DOMINGUES
FERREIRA^{2-B}; LUIZA CADAVAL
ROCHA^{2-B}; JOÃO VICTOR SILVA
ABREU^{2-B}

¹ DOCENTE DO CURSO DE MEDICINA DA FACULDADE DE CIÊNCIAS MÉDICAS DE MINAS GERAIS (FCMMG)- BELO HORIZONTE, MG- BRASIL

²ACADÊMICO (A) DO CURSO DE MEDICINA DA FACULDADE CIÊNCIAS MÉDICAS DE MINAS GERAIS (FCMMG)- BELO HORIZONTE, MG-BRASIL

^A CONTRIBUIÇÕES SUBSTANCIAIS PARA A CONCEPÇÃO OU DESENHO DO ESTUDO; OU A AQUISIÇÃO, ANÁLISE OU INTERPRETAÇÃO DE DADOS DO ESTUDO

^B ELABORAÇÃO E REVISÃO CRÍTICA DO CONTEÚDO INTELECTUAL DO ESTUDO

^C RESPONSÁVEL POR TODOS OS ASPECTOS DO ESTUDO, ASSEGURANDO AS QUESTÕES DE PRECISÃO OU INTEGRIDADE DE QUALQUER PARTE DO ESTUDO

AUTOR PARA CORRESPONDÊNCIA: PAULA FERNANDES TÁVORA- RUA: ALAMEDA EZEQUIEL DIAS, Nº 275. BAIRRO: CENTRO - CEP:30130-110 - BELO HORIZONTE, MG - BRASIL. EMAIL: PAULA@I9MED.COM.BR

Entrepreneurial education: students' experience in an extension action in the community of Belo Horizonte

RESUMO

Introdução: O empreendedorismo social é caracterizado pelo desenvolvimento de ações e de iniciativas que buscam inovar a sociedade e, assim, auxiliar na resolução dos seus problemas. **Objetivo:** Relatar a vivência de um grupo composto por quatro estudantes de medicina durante uma ação de extensão na zona leste de Belo Horizonte, intermediada por uma ação social realizada em uma paróquia, sobre empreendedorismo social. **Relato da experiência:** Os temas discutidos e problematizados junto aos participantes foram: venda, gerenciamento e administração de negócios, além dos benefícios sociais do empreendedorismo. O capital arrecadado pela ação foi doado à paróquia local da comunidade com o intuito de retornar benefícios à comunidade e ajudá-los a compreender na prática os resultados do empreendedorismo social. **Conclusão:** Foi possível observar que a ação extensionista contribuiu na construção do conhecimento sobre empreendedorismo dos participantes da ação que, embasados nos novos conhecimentos adquiridos, relataram a possibilidade de gerenciar melhor o próprio negócio.

Palavras-chave: Extensão Comunitária; Empreendedorismo; Educação da População.

ABSTRACT

Introduction: Social entrepreneurship is characterized by the development of actions and initiatives that seek to innovate society and assist in solving its problems.

Objective: To report the experience of a group composed of four medical students during an extension program in the east zone of Belo Horizonte, with a social impact purpose, about social entrepreneurship.

Experience Report: The topics discussed with the participants were: sales, business management and administration, in addition to the social benefits of entrepreneurship. The capital raised by the extensionist action was donated to the community's local parish in order to return benefits to the community and help them to understand in practice, how the results of social entrepreneurship can have social impact. The results achieved were also educational for the students, who were able to apply their knowledge about entrepreneurship and had the opportunity to learn more about the daily life of a local community and its demands, which mainly influenced by the development of personal ventures in the field of health in the future. **Conclusion:** It was possible to observe that the extensionist action contributed to the construction of knowledge about entrepreneurship of the participants of the community who, based on the new knowledge acquired, reported the possibility of better managing their own business.

Keywords: Community Extension; Entrepreneurship; Population Education.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo social é caracterizado pelo desenvolvimento de ações e de iniciativas que buscam

inovar a sociedade e, assim, auxiliar na resolução dos seus problemas. Ademais, mesmo não sendo o principal objetivo, este pode gerar lucro ao empreendedor, o que possibilita um maior controle financeiro e reinvestimento no negócio, promovendo, portanto, maiores benefícios à sociedade e ao indivíduo¹.

Além disso, o empreendedorismo social também gera empregos e fomenta a economia. Um exemplo de instituição de empreendedorismo social no Brasil seria a *Ashoka Entrepreneurship*, organização criada em 1980 pelo norte-americano Bill Drayton. Essa corporação oferece apoio financeiro e acesso a uma rede de dados aos empreendedores no país em troca de participação nos lucros e integração do empreendedor a rede de informações da Ashoka, de modo a favorecer o acesso a novas tecnologias e ideias revolucionárias na sociedade².

No contexto da COVID-19, o empreendedorismo social mostrou-se essencial para contornar os problemas gerados pelas consequências das medidas impostas para o combate da doença, como a quarentena, as quais levaram a reduções das jornadas de trabalho e demissões em massa. Por conta disso, a população precisou se reinventar, o que levou ao desenvolvimento de novos produtos, serviços e tecnologias, que foram essenciais para que a sociedade lidasse com esse período de incerteza global, mitigando os impactos econômicos³.

Levando em consideração esse contexto, no qual o empreendedorismo foi uma das estratégias adotadas por diversos indivíduos durante a pandemia de COVID-19 para lidar com a crescente adversidade econômica⁴, Liga Acadêmica "[NN] INFORMAÇÃO RETIRADA

PARA FINS DE CEGAMENTO” busca oferecer aos acadêmicos de medicina e à sociedade, por intermédio de suas atividades, ações e projetos de extensão, oportunidades para a construção de conhecimentos sobre empreendimentos não só no campo da saúde, como também, na esfera sócia.

Assim, com o intuito de apresentar a ação da liga para uma comunidade na zona leste de Belo Horizonte, a “[NN] INFORMAÇÃO RETIRADA PARA FINS DE CEGAMENTO”, realizou uma ação de extensão pautada nos conceitos fundamentais do empreendedorismo. Para realizar essa ação, os conceitos de educação empreendedora foram utilizados como base, sendo essa aquela capaz de abordar sobre a identificação e aproveitamento de oportunidades, as quais, posteriormente, se transformarão em realidade, contribuindo assim para a geração de valores financeiros, sociais e culturais para toda a sociedade⁵, sendo essas características de grande valor para abordar um cenário de grande incerteza num momento de crise. Nesse contexto, a tese triple helix defende a interação entre universidade, governo e empresas como um fator fundamental para a criação de condições favoráveis para o desenvolvimento de ideias inovadoras à sociedade⁵.

Levando em consideração esse contexto, a Liga Acadêmica “[NN] INFORMAÇÃO RETIRADA PARA FINS DE CEGAMENTO” busca oferecer aos acadêmicos de medicina e à sociedade, por intermédio de suas atividades, ações e projetos de extensão, oportunidades para a construção de conhecimentos sobre empreendimentos não só no campo da saúde, como também, na esfera social.

RELATO DA EXPERIÊNCIA

Foi realizado em 2022 a ação [NN] INFORMAÇÃO RETIRADA PARA FINS DE CEGAMENTO”, promovida pelo Setor de Pesquisa e Extensão da Faculdade “[NN] INFORMAÇÃO RETIRADA PARA FINS DE CEGAMENTO” em parceria com a Fundação “[NN] INFORMAÇÃO RETIRADA PARA FINS DE CEGAMENTO”, sendo uma atividade que reuniu diversas ligas acadêmicas da “[NN] INFORMAÇÃO RETIRADA PARA FINS DE CEGAMENTO” para realizar atividades de promoção de saúde e à cidadania em uma Paróquia localizada na região leste de Belo Horizonte-MG.

A Liga “[NN] INFORMAÇÃO RETIRADA PARA FINS DE CEGAMENTO” foi representada por 4 acadêmicos de medicina do 4º ao 6º período, os quais elaboraram uma atividade para a população presente no evento, com objetivo de realizar um momento inicial em que seria feito uma apresentação teórica sobre conceitos básicos de empreendedorismo, habilidades contábeis, financeiras e de vendas.

Posteriormente, a atividade teria caráter prático e os participantes da dinâmica deveriam desenvolver um modelo de negócios, realizar a venda de balas no evento e, ao final, preencher uma planilha financeira, aplicando os conhecimentos aprendidos na apresentação inicial.

Os ligantes prepararam uma sala para a apresentação inicial, disponibilizando cadeiras para os participantes e utilizando um notebook e um projetor para exposição dos slides da apresentação teórica. A atividade da “[NN] INFORMAÇÃO RETIRADA PARA FINS DE CEGAMENTO” teve duração aproximada de 4 horas, tempo que os li-

gantes recrutaram pessoas interessadas em empreendedorismo no evento para participarem da dinâmica proposta. Após atingir a lotação máxima da sala, foi iniciada a apresentação teórica inicial, na qual os ligantes apresentaram aos participantes uma visão geral da dinâmica a ser desenvolvida, seguido da explanação de conceitos fundamentais de empreendedorismo e administração financeira básica, iniciando pela diferenciação do dinheiro próprio e dinheiro do empreendimento, de custos fixos e variáveis, do faturamento, lucro bruto e líquido.

Após isso, os ligantes prosseguiram a apresentação com dicas de como buscar um fornecedor para o negócio, estratégias de vendas e de *marketing*, busca e fidelização de clientes e utilização dos meios digitais para promoção do empreendimento, sendo finalizada a apresentação com a explicação do que é um modelo de negócios e apresentando aos participantes o *Business Model Canvas*.

O *business model canvas (BMC)* é um modelo teórico feito para descrever a lógica de como uma organização cria, proporciona e obtém valor, e foi desenvolvido por Alexander Osterwalder e apresentado em sua defesa de mestrado em 2004 na Suíça. Dessa forma, o BMC é um quadro pré-formado que divide as várias variáveis presentes na elaboração e funcionamento de um negócio em 9 principais blocos que devem responder a 4 perguntas norteadoras. O primeiro bloco são as parcerias, atividades e recursos principais, que juntos respondem como será feito o empreendimento. O segundo bloco é composto pela proposta de valor, que é o que será feito, sendo o valor entregue no produto ou serviço que está ou será realizado. O terceiro bloco apresenta

o relacionamento com clientes, canais e segmento de clientes, e nessa etapa é buscado responder a pergunta para quem o negócio será feito. O quarto bloco do BMC é composto pela estrutura de custos e fontes de receita, e busca responder a pergunta “quanto?”. Com o BMC preenchido é possível ter uma visão geral do empreendimento, sendo possível diagnosticar os pontos fortes e as fragilidades do negócio, além de permitir o planejamento de próximas etapas de crescimento⁶.

Posteriormente à exposição dialogada inicial, que teve duração de aproximadamente 30 minutos, alguns dos participantes deixaram a atividade, restando um grupo de 7 mulheres. Após isso, foi iniciado a explanação da parte prática da atividade, em que os ligantes convidaram os participantes a formarem um grupo para o desenvolvimento de um *Business Model Canvas*, em que seria aplicado todas as habilidades expostas na apresentação (Figura 1).

Assim, os ligantes colocaram as cadeiras em uma disposição circular na sala e distribuíram uma folha com o modelo de negócios impresso para preenchimento, junto a uma caneta esferográfica preta para cada participante presente. Seguido disso, os ligantes começaram a orientação acerca do desenvolvimento do modelo de negócios, e propuseram aos participantes a criação de um negócio de venda de balas para a população presente no evento.



FIGURA 1: GRUPO PARA REALIZAÇÃO DO BUSINESS MODEL CANVAS

O preenchimento do modelo de negócios foi feito por uma das mulheres que assumiu a liderança do grupo, o qual decidiu em conjunto com as demais participantes as características de cada parte do modelo a ser desenvolvido. Nessa etapa os participantes realizaram o desenvolvimento de um negócio fictício que realizaria a venda de balas no presente evento, e durante essa dinâmica os ligantes participaram realizando a orientação sobre o BMC, que foi feita, também, por meio de questionamentos sobre cada bloco do quadro, como perguntas sobre o perfil da população presente e qual seria o diferencial competitivo do empreendimento sendo feito. O objetivo dessa etapa

da atividade foi integrar o conhecimento teórico de noções básicas de finanças que foram exercidos no desenvolvimento do BMC.

Seguidamente do preenchimento do *Business Model Canvas*, os ligantes disponibilizaram um pacote de balas, um pacote de chicletes, um pacote de pirulitos e um pacote de embalagens para os participantes, convidando-os a realizarem a venda dentro do evento na Paróquia São Gabriel, com intuito de colocar em prática as estratégias de vendas apresentadas anteriormente. As balas, os chicletes, os pirulitos e as embalagens foram fornecidos gratuitamente por uma professora do curso de fisioterapia da “[NN] INFORMAÇÃO RETIRADA PARA FINS DE CEGAMENTO”, e toda receita gerada pela venda foi integralmente doada à paróquia.

Assim, os participantes estipularam um preço unitário para cada produto a ser vendido, considerando uma margem de lucro no preço final. Dessa forma, o grupo criou um *kit* contendo balas, pirulitos e chicletes dentro das embalagens fornecidas e foram a campo para realizar a venda dos *kits*, além de vender unidades de cada um desses produtos individualmente. O grupo, munido dos conhecimentos apresentados pelos ligantes e das habilidades de vendas individuais, foram capazes de vender todos produtos disponibilizados.

Após a venda foi realizada outra atividade junto aos participantes, que consistia no preenchimento de uma planilha financeira, a qual apresenta 4 partes, sendo a primeira do controle do faturamento, a qual apresentava nas linhas superiores “data da venda”, “produto vendido”, “quantidade de unidades vendidas”, “preço de venda/unidade” e “valor total de ven-

da” e uma parte dedicada ao valor total do faturamento. A segunda parte apresentava o controle de custo com produtos, sendo as linhas superiores compostas por “produto”, “custo do produto/unidade”, “número de unidades compradas” e “custo total”, com uma parte separada dedicada ao valor total com custo dos produtos. A terceira parte era composta pelo controle de despesas fixas, que apresentava na linha superior as “despesas fixas” e o valor da “despesa”, apresentando uma parte dedicada ao valor total das despesas fixas. A quarta parte é dedicada ao cálculo do lucro líquido, e reúne todas as partes de valores totais anteriores, sendo “valor total do faturamento”, “valor total de custos com os produtos”, “valor total de despesas fixas”, e a partir disso foi calculado o “lucro bruto” e “lucro líquido”.

O objetivo do preenchimento dessa planilha financeira, foi de sedimentar o aprendizado acerca de finanças básicas, e com isso os participantes tiveram a oportunidade de relembrar e aplicar os conceitos aprendidos na aula teórica inicial (Figura 2).

Esta parte prática da ação de extensão teve duração de cerca de uma hora, totalizando aproximadamente uma hora e trinta minutos de duração da atividade. Esta apresentou um bom engajamento dos participantes, os quais aplicaram de forma prática os fundamentos de empreendedorismo e de finanças propostos pelos ligantes no início da atividade,

A percepção positiva da ação foi confirmada durante o *debriefing*, que foi um momento de reflexão orientado pelos ligantes, os quais instigaram os participantes a relatarem sua experiência pessoal durante

a atividade. No início do *debriefing* os participantes ainda apresentavam certo receio de relatar o sentimento que experienciaram durante a atividade, mas rapidamente os relatos ocorreram de forma espontânea, onde diversas falas apresentavam um conteúdo semelhante, uma vez que diversos participantes afirmaram ter percebido que o desenvolvimento e administração de um negócio é algo possível de ser ensinado e aprendido, e que as estratégias apresentadas durante a atividade já eram percebidas, em parte, pela vivência de cada um dos participantes, sendo que ao serem apresentados ao conhecimento teórico do assunto entenderam que existia uma sistematização dos processos que facilitava o desenvolvimento de empreendimento de maneira mais organizada. Após esse momento de reflexão, os ligantes perguntaram aos participantes se a atividade realizada teve algum valor para vida deles, e nisso o feedback recebido foi positivo, uma vez que grande parte dos participantes relataram ter tido uma experiência na qual conseguiram receber e aplicar conhecimentos de grande utilidade prática, e que mesmo sendo uma atividade com grande carga teórica específica, a realização de uma dinâmica prática de vendas e união em grupo para trabalhar em função de um objetivo a atividade foi divertida.

DISCUSSÃO

O empreendedorismo social é uma alternativa para a resolução de demandas que são negligenciadas pelo mercado e pelo Estado, sendo um mecanismo de inclusão e redução de desigualdades socioeconômicas⁷. O ensino do empreendedorismo por meio da ação de extensão aqui relatada, teve um grande

Produto:	Custo da produto/ unidade:	Número de unidades compradas:	Custo Total:
			Valor total de custos com os produtos:

[illegible]

Data da venda:	Produto Vendido:	Quantidade de unidades vendidas:	Preço de venda /unidade:	Valor Total da venda.
				Valor total do faturamento.

Valor total do faturamento:	
Valor total de custos com os produtos:	
Lucro bruto:	
Valor de despesas fixas:	
Lucro líquido:	

FIGURA 2: TABELAS UTILIZADAS NA DINÂMICA EM GRUPO

valor de realização e motivação para todo o grupo de estudantes que desenvolveram a atividade. Uma vez que a gratificação da execução desse modelo de ação ocorre através da percepção de contribuir com a autossuficiência da comunidade e ajudar na construção do progresso da mesma, o qual será solidificado a partir da aquisição de habilidades da orientação empreendedora, tendo as dimensões inovatividade, proatividade e assunção de riscos como parâmetros que modelam o comportamento organizacional e determinam a eficácia do processo empreendedor⁸. Sendo essas competências de grande valor para o ensino do empreendedorismo, visto que formar um empreendedor é preparar um indivíduo para transformar os obstáculos em oportunidades para seu progresso⁹.

Somado a esse valor sentimental e motivacional foi possível observar interessantes acontecimentos durante a ação extensionista, sendo eles: a percepção de maior engajamento de mulheres à ação, a melhor performance do grupo durante a prática quando comparado ao ciclo teórico, a facilidade do grupo em compreender e executar o *Business Canvas* e, por último, as conclusões e aprendizados construídos durante o *debriefing*. Dessa forma, destrinchar e analisar esses quatro tópicos ajudará a entender melhor e refletir sobre o impacto dessa ação extensionista.

Primeiramente, a respeito do maior engajamento de mulheres observou-se que desde o primeiro momento a presença de mulheres no grupo era superior a presença de homens, ficando essa diferença de engajamento ainda mais presente no ciclo prático em que apenas mulheres participaram, tendo todos homens desistido de participar do momento prático. O

Brasil é um dos países em evidência em relação ao empreendedorismo realizado pelas mulheres, sendo uma das principais nações em relação a igualdade na proporção de mulheres e homens empreendedores, apresentando apenas 1,3% a mais de homens empreendedores¹⁰. É inegável o evidente crescimento da participação feminina na economia do país, principalmente na abertura de seu próprio negócio, o que torna o ensino sobre empreendedorismo ainda mais importante¹¹. Sendo de alta relevância, também, pelo fato do empreendedorismo feminino proporcionar ascensão social das mulheres aos cargos mais altos das empresas, atingindo posições de liderança, gerando ruptura com os modelos tradicionais de carreira¹⁰.

Foi interessante perceber que todas as mulheres presentes ali já eram empreendedoras ou buscavam se tornar uma. Essas eram diversas em seus empreendimentos desde a fundação de uma creche para atender a comunidade até a venda de bolos para aniversários. Se por um lado possuíam diferentes ramos de empreendimento, por outro todas eram muito motivadas a melhorar a sociedade a qual estavam inseridas. Essa característica de responsabilidade social é um ótimo quesito a se notar nessas empreendedoras, esse é um traço fundamental para um empreendedor que busca agregar valor ao seu negócio e sócios¹².

Em um segundo momento, foi possível observar como o grupo engajou-se mais com a parte prática quando comparada a teórica. Durante a teoria foi possível observar maior desinteresse, alguns alunos se encontraram distraídos com os próprios celulares, outros fechavam os olhos e se perdiam em profundos cochilos e quando os estudantes, que estavam

lecionando o curso, faziam perguntas abertas para a participação dos alunos, apenas uma mínima parte realizava interações.

Em contraste a isso, no momento em que se iniciou a prática todos os alunos se demonstraram engajados e participativos, faziam boas observações e conduziam discussões acerca dos temas discutidos, sempre trazendo à tona alguma situação prévia que tinham vivenciado. Por todo esse momento os alunos tornaram-se ativos no conhecimento, sendo protagonistas de seu próprio conhecimento e capazes de associarem muito mais os conteúdos desenvolvidos¹³. Desse modo, a prática foi muito mais entusiasmante e proveitosa a todos, o que mostra a importância desse método, em conjunto com a teoria, para o maior proveito dos alunos.

Outro ponto que chamou a atenção foi a facilidade do grupo de compreender o business canvas e conseguir construir um plano de negócios de maneira eficiente e rápida. Eles foram capazes de preencher os nove campos utilizando seus conhecimentos prévios, sendo nítida a efetividade dessa dinâmica durante a prática, pois a assertividade da execução do plano foi considerada pelos alunos como um fator determinante do sucesso na venda de suas mercadorias. Desse modo, foi possível atestar a importância dessa metodologia na educação empreendedora, como defendido por Da Silva⁹.

Sobre a execução do *debriefing*, é interessante observar que se trata de um ponto de interdisciplinaridade entre a gestão e a saúde, uma vez que a prática do *debriefing* é uma ferramenta muito utilizada por corpos clínicos da área da saúde e que, nesse contexto, foi

utilizada para a capacitação de empreendedores. O *debriefing* tem como objetivo fazer com que os alunos compreendam a situação vivida na prática e melhorem os pontos analisados em uma próxima situação¹⁴. Dessa maneira, no decorrer do *debriefing* os alunos, junto aos Ligantes, compreenderam que o processo de preencher o *Business Canvas* ajudou bastante no plano de ação para comercialização das balas e chicletes e, além disso, souberam reconhecer o papel de cada integrante da dinâmica para o sucesso do programa.

Portanto, conclui-se que a ação extensionista foi relevante, uma vez que a construção de saberes entre as pessoas da comunidade e foi membros da “[NN] INFORMAÇÃO RETIRADA PARA FINS DE CEGAMENTO” ocorreu e propiciou a discussão de diferentes estratégias de empreendedorismo para cada contexto.

CONCLUSÃO

Pode-se dizer que o objetivo da ação de extensão foi cumprido ao propiciar o diálogo e a problematização sobre o tema empreendedorismo na vida de cada participante.

REFERÊNCIAS

- 1- De Medeiros C, Ribeiro Machado LC, Pereira L, Costa B. Inovação Social e empreendedorismo Social: Uma Análise Sob a Perspectiva de Economia Solidária. Revista Gestão.Org 2017; 15: 61-72.
- 2- Barbalho A, Uchoa C. Empreendedorismo social como campo em formação no Brasil: o papel das instituições Ashoka, Endeavor e Artemisia. Interações 2019; 20: 421-433.

- 3- Do Carmo NC, Freitas B, Garcia CP, Albino AA. Empreendedorismo social no enfrentamento econômico da Covid-19. Revista Gestão Organizacional 2021; 14: 316-332.
 - 4- Mussalem MB. Empreendedorismo e inovação como resposta à pandemia da Covid-19: Estudo de Caso uma Empresa de Base Tecnológica. Trabalho de Conclusão de Curso [Graduação em Administração] – Universidade Federal de Uberlândia; 2021.
 - 5- Salume PK, Rodrigues TM, Junqueira LR, Guimarães LO. Universidade empreendedora: análise de estruturas e iniciativas de estímulo ao empreendedorismo. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas 2021; 6: 01-22.
 - 6- Junior V, Monteiro JC. Modelo de Negócios Canvas: recurso para o ensino de empreendedorismo e inovação. In: Junior JB, Furtado C, Percegueiro C. Leitura e escrita no mundo digital: desafios e oportunidades para alunos e professores. São Luís: Edufma; 2021.p. 265-278.
 - 7- Júnior D, Vicente M, Junior EI, Fischer B. Fatores socioeconômicos como motivadores para o empreendedorismo social. Ciências da Administração 2020; 22(56): 75-90.
 - 8- Araújo S, Dantas C, Meira Teixeira R, Almeida M. Empreendedorismo público e orientação empreendedora em instituições federais de ensino. Revista de Ciências da Administração 2018; 20(55): 44
 - 9- Da Silva JF; Patrus R. O “bê-á-bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas 2017; 6(2): 372-401.
 - 10- Bock P, Amorim M, De Oliveira M. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. Revista Psicologia: Organizações e Trabalho 2020; 20(3): 1105-1113.
 - 11- Martins C, Ferreira da Silva A, Neris Torres de Souza F, Bento de Lavor N. Empreendedorismo Feminino. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo 2021; 6(3): 151-171.
 - 12- Mello MF, De Los Santos L. A importância da Educação Empreendedora para a cultura e formação de novos empreendedores. Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti 2018; 8 (13):152-173.
 - 13- Diesel A. Protagonismo, educação empreendedora e metodologias ativas de ensino nas licenciaturas: um estudo de caso. Voces y silencios. Revista Latinoamericana de Educación 2019; 10 (2): 32-49.
 - 14- Vieira RC. Contribuição dos cenários debriefing no processo ensino aprendizagem de graduandos de enfermagem. São Paulo. Tese de Doutorado [Enfermagem e educação] Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto e Universidade de São Paulo; 2017.
- TODOS OS AUTORES CONTRIBUÍRAM SIGNIFICATIVAMENTE NA PRODUÇÃO DO TEXTO.**
- OS AUTORES DECLARAM NÃO HAVER CONFLITO DE INTERESSE.**