

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: PROPOSTA METODOLÓGICA PARA O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NO ENSINO MÉDIO

ENTREPRENEURIAL EDUCATION: METHODOLOGICAL PROPOSAL FOR THE EDUCATION OF ENTREPRENEURSHIP IN HIGH SCHOOL

Elainy Cristina da Silva Coelho 1

Resumo: O presente trabalho tem o objetivo de apresentar uma proposta metodológica para o ensino de empreendedorismo por meio de capacitação e desenvolvimento de concurso de ideias de startups, destinada à promoção do potencial empreendedor dos estudantes do ensino médio. Para o desenvolvimento do método utilizou-se os estilos de aprendizagem e técnicas pedagógicas de Ulrich e Cole (1987). Os resultados mostraram que a proposta metodológica, com técnicas pedagógicas de ensino aplicadas, se configura como uma ferramenta didática; que permitiu uma participação ativa dos estudantes no processo de ensino-aprendizagem, em que é possível aprender fazendo. Por conseguinte, a aplicação da metodologia de ensino despertou, em algum nível, a capacidade empreendedora dos estudantes, ao ponto que conseguiram apresentar boas ideias de startups.

Palavras-chave: Aprendizagem. Metodologia. Startup.

Abstract: In this work, it aims to present a methodological proposal for teaching entrepreneurship through training and developing of a startup ideas contest, intended to promote the entrepreneurial potential of high school students. For the development of the method, Ulrich and Cole's (1987) learning styles and pedagogical techniques were used. The results show that the methodological proposal applied with teaching pedagogical techniques is configured as a didactic tool. It has enabled an active participation of students in the teaching-learning process, in which it is possible to learn by doing. Consequently, the application of the teaching methodology has arisen, at some level, the entrepreneurial capacity among the students, to the point they were able to present good ideas of startups.

Keywords: Learning. Methodology. Startup.

Introdução

Nos últimos anos, o ensino nos cursos da área de gestão e negócios tem ampliado o enfoque de formação (DORNELAS, 2016). Antes, os profissionais eram formados com metodologias tecnicistas e reprodutivas (ZARDO; MELLO, 2016) para liderar médias e grandes empresas (DORNELAS, 2016). No entanto, o enfoque de formação tem-se alterado e encontra-se pautado em uma educação empreendedora com práticas pedagógicas que contribuam com a formação de um profissional empreendedor capaz de atuar em ambientes de negócios heterogêneos de forma criativa, inovadora e transformando o contexto social em que está inserido (HENRIQUE; CUNHA, 2008).

Na conjuntura apresentada, ações são moldadas e várias iniciativas fomentam a educação empreendedora no Brasil, como por exemplo, a oferta da disciplina “empreendedorismo” nos mais diversos tipos de cursos, nas modalidades técnico, tecnológicos, bacharelados e licenciatura. No entanto, apenas na nova Base Nacional Comum Curricular que o tema empreendedorismo é inserido para ser trabalhado com o ensino médio. De modo, que anterior a tal documento não constava no currículo da Educação Básica o ensino de empreendedorismo, sendo que, os objetivos de aprendizagem não contemplavam a temática em questão (BRASIL, 2018).

É no contexto exposto que se identifica espaço para apresentação da presente proposta aplicada ao ensino médio, com a finalidade de incentivar, por meio de um concurso de startups, a identificação de oportunidades de negócios e o interesse pelo empreendedorismo. Assim, este trabalho tem o objetivo geral de apresentar uma proposta metodológica para o ensino de empreendedorismo por meio de capacitação e desenvolvimento de concurso de ideias de startups, destinada à promoção do potencial empreendedor dos estudantes do ensino médio.

A competição provocada pelo concurso de startups se configura como uma ferramenta didática que atende aos “novos modelos pedagógicos, compatíveis com as habilidades e atitudes próprias do indivíduo empreendedor” (SCHAEFER; MINELLO, 2016, p. 60). Dolabela (2008) cita a necessidade de se instaurar uma cultura empreendedora na sociedade e para isso o tema precisa ser discutido também em níveis anteriores de educação. Diante do exposto, o projeto de ensino de empreendedorismo visa contribuir com a construção da cultura empreendedora a partir dos níveis básicos de educação.

O interesse em relação a esta proposta de ensino surgiu a partir de três fatores: (I) necessidade do ensino de empreendedorismo na educação básica, como forma de despertar o empreendedorismo jovem; (II) uma educação empreendedora que consiga extrapolar o tradicional, com práticas didáticas que façam dos estudantes sujeitos ativos no processo ensino-aprendizagem; e (III) contribuir com a inovação e o desenvolvimento do país.

Empreendedorismo, Educação Empreendedora e Startup

O resgate histórico conceitual do termo empreendedorismo está relacionado aos estudos do campo de conhecimento das ciências econômicas. Segundo Korman Dib (2006, p. 22), no princípio o estudo do empreendedor se referia ao “agente de mudanças e gerador de prosperidade econômica”. Segundo a autora, este entendimento influenciou muitos teóricos do assunto, entre eles o economista Joseph Schumpeter, que conceitua o empreendedorismo como o processo de “destruição criativa”, em que formas antigas e tradicionais de produção e organização são substituídas por inovações e introdução de novos produtos e serviços, assim como, pela utilização de novos recursos e materiais (SCHUMPETER, 1949).

O empreendedorismo está baseado em processos inovadores, em que as inovações acontecem quando os empreendedores, que gerenciam os processos de produção, criam e aperfeiçoam matérias-primas, produtos e ferramentas para (KORMAN DIB, 2006). Dornelas (2016, p. 29), de forma pragmática conceitua o empreendedorismo como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Com o mundo dos negócios cada dia mais dinâmico, têm se criado empresas de base tecnológica com modelos de atuação inovadores, as chamadas startups. Pode-se dizer que são empresas em período inicial, de base inovadora, que consegue ter custos de manutenção muito

baixos, crescendo rapidamente e gerando lucros crescentes (GITAHY, 2017). Um conceito consensual do termo define que uma startup “é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza” (GITAHY, 2017, *online*).

Considerando o exposto e também a necessidade de uma formação que possibilite ao profissional ser um empreendedor em ambientes de mercado competitivos, Henrique e Cunha (2008) sugerem que as formações e as práticas didáticas-pedagógicas sejam capazes preparar profissionais para abrirem seus próprios negócios. Abordam ainda, que os estudantes precisam ser capacitados para inovarem nas empresas que trabalham, através de uma atuação intraempreendedora.

A educação voltada ao empreendedorismo é relevante e crescente em todo o mundo, no entanto, há uma incerteza quanto à forma de desenvolvimento da educação empresarial (KATZ, 2003). Dolabela e Fillion (2013) defendem que a aprendizagem empreendedora deve começar mais cedo, ainda na infância e na adolescência, com a aplicação um método de ensino contrário ao tradicional, de modo que deve ser fortalecido o pensamento independente e proativo. Para os mesmos autores, este processo envolve uma mudança cultural e também um esforço conjunto de diversos atores, como professores, políticos, diretores de agência de desenvolvimento econômico, entre outros.

Procedimentos Metodológicos

Para o desenvolvimento da proposta metodológica para o ensino de empreendedorismo por meio do desenvolvimento de concurso de ideias de startups utilizou-se dos “estilos de aprendizagem e técnicas pedagógicas” de Ulrich e Cole (1987), conforme demonstrado no quadro 1.

Segundo explicações de Henrique e Cunha (2008, p. 129-130):

O quadrante I foca a aquisição de conhecimento, no qual os estudantes devem aprender certas teorias e serem capazes de identificá-las. No quadrante II, a ênfase é aplicada no desenvolvimento da apreciação das teorias por parte dos estudantes, tornando-os aptos a explicá-las em acontecimentos reais. Os autores seguem afirmando que os quadrantes III e IV, por sua vez, são o momento em que os alunos transformam-se em participantes ativos. O quadrante III foca na mudança de atitudes e habilidades, presumindo-se que os discentes apliquem conceitos teóricos na vida real ou situações simuladas. Por fim, o quadrante IV concentra-se na mudança de compreensão, em que os estudantes ativamente testam o que sabem e desenvolvem teorias e hipóteses (HENRIQUE; CUNHA, 2008, p. 129-130).

Quadro 1. Estilos de aprendizagem e técnicas pedagógicas

ESTILOS DE APRENDIZAGEM E TÉCNICAS PEDAGÓGICAS	
QUADRANTES I E II – OBSERVAÇÃO REFLEXIVA	
QUADRANTES III E IV – EXPERIMENTAÇÃO ATIVA	
III – Ativo-aplicado – mudanças em habilidades e atitudes <ul style="list-style-type: none"> • Jogos em papéis (ou de negócios) • Simulações de gerenciamento • Exercícios estruturados • Processos de discussões • Grupo T • Diários • Projetos de campo (plano de negócios) 	II – Reflexivo-aplicado – mudança na avaliação <ul style="list-style-type: none"> • Filmes • Palestras e aulas expositivas • Diálogos • Discussões limitadas • Estudos de caso • Avaliação de problemas • Instruções programadas

<p>IV – Ativo-teórico – mudanças na compreensão, entendimento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Focado em trabalhos de grupo • Discussões argumentadas • Experimentos/pesquisa • Sugestões de leitura • Análise de artigos 	<p>I – Reflexivo-teórico – mudança no conhecimento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aulas e palestras teóricas • Leituras requeridas • Anotações do professor • Instrução programada (conceitos) • Artigos teóricos • Avaliação de conteúdos
--	--

Fonte: Adaptado de Ulrich e Cole (1987) apud Henrique e Cunha (2008).

Os quadrantes III e IV são os mais apropriados para que haja o aprendizado do empreendedorismo (ULRICH; COLE, 1987; HENRIQUE; CUNHA, 2008). Assim, a proposta metodológica para o ensino de empreendedorismo utiliza técnicas pedagógicas de todos os quadrantes, mas a ênfase maior está nos quadrantes III e IV, que são aqueles que o estilo de aprendizagem promove evolução nas habilidades e atitudes empreendedoras.

O teste inicial da proposta metodológica foi desenvolvido durante o semestre 2017-1 com estudantes do 2º ano do Ensino Médio Integrado ao Técnico em Administração, do Instituto Federal do Tocantins – *Campus* Porto Nacional, na disciplina de empreendedorismo, e adaptado após utilização nas mesmas séries nos anos seguintes, 2018 e 2019. A metodologia poderá ser aplicada em um projeto de ensino ou até mesmo em um projeto de extensão se tiver a inserção da comunidade e de parceiros. Além disso, apesar do teste ter sido realizado na disciplina de empreendedorismo, indica-se a aplicação da metodologia em todas as séries do ensino médio, seja integrado ao técnico ou não. Ainda, há a possibilidade de adaptação para uso no ensino fundamental e no ensino superior.

Resultados e Discussões

Apresentação da proposta metodológica para o ensino de empreendedorismo

Conforme alguns autores que foram referenciados em seção anterior, o ensino do empreendedorismo para se tornar efetivo precisa utilizar metodologias didático-pedagógicas que extrapolam os modelos de ensino tradicionais e teóricos, e que proporcione uma experimentação ativa ao estudante. Nesse sentido, apresenta-se uma proposta metodológica para o ensino de empreendedorismo (quadro 2), em que com métodos mais práticos de ensino, o estudante é convidado a aprender sobre o empreendedorismo como um sujeito ativo no processo ensino-aprendizagem. Assim, propõe-se realizar o ensino do empreendedorismo por meio de capacitação para participação de um concurso de ideias de startups.

O planejamento da aplicação da metodologia deverá ser adaptado pelo instrutor, professor ou instituição desenvolvedora, no entanto, estima-se que 04 (quatro) ou 05 (cinco) meses é tempo suficiente para que o projeto seja divulgado e desenvolvido.

Quadro 2. Proposta metodológica para o ensino de empreendedorismo por meio do desenvolvimento de concurso de ideias de startups

Etapas	Técnicas Pedagógicas	Período	Descrição
Divulgação do projeto de concurso de ideias de startups na instituição	-	01 Semana	Divulgação ao público-alvo. Deve conter o objeto do concurso, datas, formas de inscrição, requisitos para participação, etapas do concurso, premiação, entre outros.
Inscrição dos participantes	-	01 Semana	Inscrições por equipe, conforme edital/regulamento. Pode-se exigir equipes com componentes de diversas turmas (séries), ou cursos, no caso do ensino médio integrado.

Abertura de canais de comunicação na rede social mais utilizada pelos estudantes para envio de conteúdo	Leituras e instruções programadas	No decorrer do projeto	A partir desta etapa é iniciada a preparação dos estudantes para o concurso de startups. Sugere-se que o instrutor abra um grupo na rede social mais utilizada pelos estudantes, para postagem/envio dos conteúdos, e também, para comunicações gerais sobre o projeto.
Realização de aulas e palestras sobre empreendedorismo, inovação e startups	Palestras teóricas, aulas expositivas, leituras, anotações e jogos em papéis	No período de 15 a 20 dias	Esta etapa deverá ser realizada em 02 ou 03 encontros. Temas a serem abordados: Empreendedorismo, perfil empreendedor, processo empreendedor, identificação de oportunidades, inovação e startups.
Cinema do empreendedor	Filmes, processos de discussões e estudos de caso	Após 01 semana da fase anterior (01 encontro)	O instrutor deve escolher um filme que tenha relação ou que aborde o empreendedorismo. Após o filme, deve-se discutir as estratégias e ideias inovadoras vistas no filme.
Discussões de temas relevantes ao empreendedorismo	Discussões e debates	Após 01 semana da fase anterior - (01 encontro)	Em equipes deve-se promover discussão dos seguintes temas: trabalho em equipe, motivação, liderança, marketing pessoal, franquias, networking, brainstorming, e-commerce e outros
Conversa/entrevista com empreendedor (empreendedor local ou vídeos casos – entrevistas)	Vídeos, estudos de caso, diálogos, e x e r c í c i o s estruturados e processos de discussões	Após 01 semana da fase anterior - (01 encontro)	Organização de uma entrevista com empreendedor local ou apresentação um estudo de caso em vídeo. Pode ser uma entrevista realizada com um empreendedor de sucesso. Em seguida, os alunos devem dialogar e responder algumas questões propostas pelo instrutor (duplas).
Oficina sobre ferramentas de <i>design thinking</i> e resolução de problemas. Ver Melo e Abelheira (2015)	E x e r c í c i o s estruturados e processos de discussões	Após 01 semana - (01 encontro)	Apresenta-se nesta etapa, em formato de oficina, as ferramentas de <i>design thinking</i> para que os estudantes consigam encontrar soluções inovadoras e criativas para os problemas. Podem considerar problemas da instituição, bairro, cidade, estado, país, entre outros. A partir desta fase, os estudantes começarão a discutir ideias para a resolução de problemas.
Oficina de metodologia Canvas para planejamento modelo de startup, de acordo com Osterwalder (2011)	E x e r c í c i o s estruturados e processos de discussões	Após 01 semana - (01 encontro)	Nesta etapa apresenta-se aos alunos a metodologia que será utilizada para o desenvolvimento da Startup. Os alunos em equipes, com a orientação do instrutor, devem preencher o Canvas. Utilizar nesta etapa uma startup bem conhecida entre os estudantes.
Período para o desenvolvimento da ideia de startup	Processos de discussões, projetos de campo, experimentos/pesquisa	02 a 03 semanas	Período reservado para que os estudantes desenvolvam em equipes (inscritas previamente) o projeto de startup inovadora.

Encontro das equipes com o instrutor	Indagações, Processos de discussões	Após 01 semana da fase anterior	Neste período, o instrutor deve prestar atendimento individualizado às equipes. Dicas, perguntas, enfim, ajustes finais antes da apresentação à Banca Avaliadora do concurso.
Construção de <i>pitch</i> (vídeo)	Simulações de apresentação, exercício aplicado	Após 01 semana da fase anterior	Orientação sobre apresentação empreendedora deve ser realizada pelo canal de comunicação virtual. Em seguida, os estudantes preparam um vídeo de um <i>pitch</i> de apresentação da ideia de startup e envia pelo canal de comunicação definido pelo professor. Esta etapa é importante para preparar a equipe para apresentação da ideia a banca avaliadora.
Concurso de Startups	Apresentação em grupo, discussões argumentadas	Após 01 semana da fase anterior	As equipes apresentam as propostas de startups à banca avaliadora. O tempo de apresentação é de 03 a 05 minutos, com mais 05 minutos para perguntas e comentários dos membros da banca avaliadora. Critérios de avaliação: conhecimento do negócio, originalidade e ineditismo, qualidade do material apresentado, apresentação (técnicas), viabilidade e potencial para se tornar um negócio de sucesso. O evento pode ser encerrado com a premiação e uma palestra sobre a inserção das startups no mercado.
Palestra sobre marcas e patentes, e também, sobre alternativas de captação de recursos para as startups	Palestras expositivas	Após 01 semana da fase anterior	Última atividade do projeto. Esta etapa visa esclarecer aos estudantes sobre como proteger suas ideias: registrando-a. E ainda, a mesma tem como finalidade orientar os estudantes a buscarem ajuda financeira para implantar a ideia de startup apresentada no concurso.

Fonte: elaboração própria.

Considerações sobre o teste de utilização da proposta metodológica (relato de experiência)

Verificou-se com o desenvolvimento do teste da proposta metodológica para o ensino de empreendedorismo que os estudantes desconheciam, em grande maioria, o mundo dos negócios das startups. No entanto, após esclarecimentos iniciais os estudantes ficaram motivados com a ideia e participaram com empenho do projeto, sendo, que uma boa parte começou a pesquisar ainda mais sobre essa possibilidade de inserção no mundo do trabalho.

Iniciou-se o projeto com uma fase mais teórica, partindo-se em seguida para as etapas mais práticas e aplicadas. Percebeu-se com a utilização de diferentes estilos de aprendizagem uma evolução do entendimento e compreensão dos estudantes sobre o assunto, assim como uma alteração de habilidades e atitudes empreendedoras.

A abertura dos canais de comunicação em grupo por redes sociais (aplicativos) e envio de reportagens, estudos e vídeos sobre o empreendedorismo se mostrou uma ferramenta eficiente para incentivar a leitura e o estudo mais teórico sobre a temática. Foi importante nos encontros presenciais resgatar os conteúdos divulgados no canal, pois os estudantes tiveram condições de participar com mais propriedade dos debates e discussões.

A realização de aulas sobre o empreendedorismo, startups e inovação, assim como, a

palestra, foram as fases que os alunos se mostraram mais desmotivados. As dinâmicas individuais e em grupos, assim como os vídeos, desafios rápidos de ideias fizeram com que os estudantes se interessassem um pouco mais pelas palestras e aulas expositivas. No entanto, esta etapa precisa ser planejada com muita atenção para que os encontros não se configurem como chatos para os estudantes, e estes por sua vez, deixem de participar dos encontros seguintes do projeto.

O cinema do empreendedor se mostrou um método eficaz no ensino de empreendedorismo, pois os estudantes, em sua grande maioria, são apaixonados por filmes. O debate realizado após o filme foi bastante enriquecedor, uma vez que os estudantes conseguiram associar os conhecimentos do encontro teórico com o filme, inclusive comentando erros e acertos do empreendedor do filme.

A facilidade de interpretação e visualização do Canvas fez com que a oficina cumprisse o seu objetivo, de apresentar a ferramenta de planejamento rápido e enxuto dos modelos de negócios dos estudantes. Com o auxílio da instrutora os estudantes conseguiram preencher um quadro modelo com um exemplo de startup sugerido. Percebeu-se nesta etapa uma mudança nas habilidades e atitudes dos estudantes, sendo que se mostraram mais preparados para a criação e planejamento da proposta de startup. A partir dessa fase, os estudantes em equipes trabalharam no desenvolvimento de suas ideias de negócios para posterior participação do concurso.

Durante o período de desenvolvimento das ideias de startups os estudantes procuraram a instrutora diversas vezes, expressando a dificuldade de visualizar oportunidades de mercado e o quão difícil era, segundo eles, “reinventar a roda”. Mas com comentários e questionamentos a instrutora conseguiu guiá-los para o desenvolvimento de projetos de ideias de startups, que necessariamente não precisam ser disruptivos, sendo possível inovar em negócios, produtos e serviços já existentes, ou seja com ideias incrementais.

Além do mais, como foi solicitada a apresentação de uma ideia de negócio criativa e inovadora, os alunos tiveram que pesquisar muitas startups e negócios do segmento escolhido para não incidir em cópia ou plágio. Assim, as investigações e as pesquisas realizadas sobre modelos de negócios existentes fizeram com que os estudantes passassem a entender melhor sobre o mundo do empreendedorismo.

O concurso aconteceu em um evento realizado na sala de palestras e eventos da instituição. Após apresentação dos trabalhos os membros da banca comentaram, sugeriram e discutiram as propostas apresentadas. Seguindo critérios dispostos em um formulário de avaliação, a melhor equipe foi premiada, e em seguida, encerrou-se o projeto com uma palestra.

Considerações Finais

A proposta metodológica para o ensino de empreendedorismo contribuiu com a formação e o desenvolvimento de características empreendedoras dos estudantes, como criatividade, liderança, capacidade de visualizar e propor resolução de problemas, entre outros. A capacitação e concurso de startups despertou, em algum nível, a capacidade empreendedora dos estudantes, ao ponto que conseguiram apresentar boas ideias de startups para operação em um mercado dinâmico e competitivo.

Acredita-se que o olhar do jovem não será mais o mesmo, sendo que no decorrer de sua vivência, o mesmo estará mais habilitado para visualizar brechas e oportunidades de negócios em diversas situações e problemas diários. Ainda, o ensino do empreendedorismo abre outras possibilidades de empregabilidade para um recém concluinte de ensino médio, de modo que este pode escolher ser “dono do próprio negócio”.

Sugere-se após o desenvolvimento deste projeto a oferta de outros cursos e oficinas, como por exemplo, cursos de elaboração de um plano de negócios e também voltados a parte de programação computacional e desenvolvimento de aplicativos.

Referências

BRASIL. Ministério da Educação. **Base nacional comum curricular**: educação é a base. Brasília: MEC, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_versaofinal_site.pdf>. Acesso em: 30/10/2019.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 3, p. 134-181, 2013.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

GITAHY, Y. **O que é uma startup?** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-uma-startup,616913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 05 jun. 2017.

KATZ, J. A. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. **Journal of Business Venturing**, New York, v. 18, n. 2, p. 283, 2003.

KORMAN DIB, S. **Empreendedorismo: matéria eletiva - reflexões sobre a experiência em uma universidade**. Rio de Janeiro, Publit, 2006.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 5, p. 112-136, 2008.

MELO, A.; ABELHEIRA, R. **Design Thinking & Thinking Design: Metodologia, ferramentas e uma reflexão sobre o tema**. Novatec Editora, 2015.

OSTERWALDER, A. **Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios**. Rio de Janeiro: Alta Books: 2011.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60, 2016.

SCHUMPETER, J. **The theory of economic development**. Harvard University Press, 1949.

ULRICH, T. A.; COLE, G. S. Toward more effective training of future entrepreneurs. **Journal of Small Business Management**, v. 25, n. 4, p. 32-39, 1987.

ZARDO, J. B. G.; MELLO, R. E. S. **Educação empreendedora: resgate do histórico e dos princípios constituintes**. Brasília, DF: SEBRAE; Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2016.

Recebido em 1º de março de 2020.
Aceito em 19 de março de 2020.