

# EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO ENSINO MÉDIO: PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DA REGIÃO CENTRAL DO ESTADO DO PARANÁ EM RELAÇÃO AO EMPREENDEDORISMO

ENTREPRENEURIAL EDUCATION IN HIGH SCHOOL:  
STUDENTS PERCEPTION IN THE CENTRAL REGION OF  
PARANA STATE IN RELATION TO ENTREPRENEURSHIP

## **Joicei dos Santos Fabrício**

Doutora em Administração pela Universidade Positivo (Curitiba/Brasil).  
E-mail: joicefabricao37@gmail.com

## **Jaiane Aparecida Pereira**

Doutora em Administração pela Universidade Estadual de Maringá (Maringá/Brasil).  
Professora na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (Naviraí/Brasil).  
E-mail: jaiane.pereira@ufms.br

## **Luciano da Silva Lopes**

Graduando em Administração pela Universidade Federal da Fronteira Sul (Laranjeiras do Sul/Brasil).  
E-mail: luciano.lopes@uffs.edu.br

## **Pedro José Steiner Neto**

Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo (São Paulo/Brasil).  
Professor na Universidade Positivo (Curitiba/Brasil).  
E-mail: pedrosteinerneto@gmail.com

Recebido em: 27 de novembro de 2023  
Aprovado em: 22 de janeiro de 2024  
Sistema de Avaliação: Double Blind Review  
RGD | v. 21 | n. 1 | p. 72-94 | jan./jun. 2024  
DOI: <https://doi.org/10.25112/rgd.v21i1.3312>

## RESUMO

O presente trabalho teve por objetivo analisar a percepção dos alunos de ensino médio da região central do Paraná em relação ao empreendedorismo. Para tanto, parte-se do princípio de que a educação empreendedora pode ser pautada no conceito de empreendedorismo como mudança social. Como procedimento metodológico, foi realizada uma pesquisa Quantitativa Exploratória, por meio da aplicação de um questionário adaptado a 2.128 alunos matriculados em 41 escolas de 13 municípios da região central do Paraná. Como resultados, foram categorizados cinco grupos de percepção empreendedora: Empreendedores desmotivados; Empregados dedicados; Empreendedores com forte apoio; Família em primeiro lugar; e Trabalho faz o empreendedor. De forma geral, conclui-se que os alunos sabem o que é empreendedorismo e percebem a importância deste como uma alternativa de carreira, embora a maioria não acredite no seu potencial e não se veja como um empreendedor. Somado a isso, a percepção dos alunos é de que o empreendedorismo está relacionado ao esforço individual com objetivo de abrir uma empresa. Ou seja, falta um trabalho sobre a questão comportamental e sobre a contribuição e os impactos do empreendedorismo na perspectiva da mudança social.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Educação empreendedora. Ensino médio.

## ABSTRACT

This work aimed to analyze the perception of high school students in the central region of Parana in relation to entrepreneurship. Therefore, we assumed that entrepreneurial education can be based on the concept of entrepreneurship as social change. As methodological procedures, we made exploratory quantitative research, through the application of a questionnaire adapted to 2,128 students enrolled in 41 schools in 13 cities in the central region of Parana. As a result, we categorized five groups of entrepreneurial perception: Unmotivated entrepreneurs; Dedicated employees; Entrepreneurs with strong support; Family first; and Work makes the entrepreneur. In general, we concluded that students know what entrepreneurship is and realize its importance as a career alternative, although most do not believe in its potential and do not see themselves as entrepreneurs. Added to this, the students' perception is that entrepreneurship is related to individual effort with the aim of starting a business. That is, there is a lack of work on the behavioral issue and on the contribution and impacts of entrepreneurship from the perspective of social change.

**Keywords:** Entrepreneurship; Entrepreneurial education; High school.

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo apresenta-se mundialmente como uma alternativa de carreira para muitos profissionais, com potencial de geração de emprego e renda (Wright; Silva; Spers, 2010; Vanevenhoven; Liguori, 2013; Nabi *et al.*, 2016). Embora haja evidências da ausência de indicadores de empreendedorismo validados, relevantes e comparáveis (Borges Junior; Andreassi; Nassif, 2017) percebe-se que, no Brasil, existe uma expectativa de aumento da participação das atividades empreendedoras. Essa expectativa pode ser vista tanto com base nas projeções da taxa média de atividade empreendedora, quanto na opinião de especialistas, que se fundamentam na melhoria da educação com ênfase na formação de empreendedores e no incentivo do governo e órgãos de apoio (Wright; Silva; Spers, 2010; Gem, 2020).

A educação empreendedora tem sido apontada como uma forma de fomentar o empreendedorismo (Matlay, 2008; Bulgacov *et al.*, 2011; Rocha; Freitas, 2014; Premand *et al.*, 2016). Seu objetivo consiste em proporcionar aos alunos a motivação, a consciência, as formas de pensar e as habilidades necessárias aos empreendedores, com vistas ao sucesso empresarial (Wu, 2017). Isto porque concorda-se que o empreendedorismo pode ser resultado de comportamentos e atitudes, capaz de ser desenvolvido por meio da educação e da experiência de vida (Volkman, 2004; Pereira; Machado, 2013).

Com base nessa visão, Tavares, Moura e Alves (2013) discutem a necessidade das organizações governamentais e das instituições de ensino se atentarem para a educação empreendedora na formação das crianças e jovens, visando alcançar um desenvolvimento superior no quesito empreendedorismo. Nesta perspectiva, a educação empreendedora pode ser pautada no conceito de empreendedorismo como mudança social (Steyaert; Hjorth, 2007; Lindenberg; Schwartz, 2018), podendo ter impactos sociais positivos.

Considerando a educação empreendedora, no caso do Brasil, ao analisar os dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) sobre educação e capacitação, os especialistas entrevistados atribuíram uma média 2,0 quando se trata do ensino voltado ao empreendedorismo no ensino fundamental e médio, sendo a média do ensino superior de 4,3. Além disso, os especialistas criticam a desigualdade em termos educacionais, sendo as classes menos favorecidas, em sua visão, as que possuem um baixo nível de formação focada no empreendedorismo e na inovação, sendo um dos fatores limitantes ao empreendedorismo (GEM, 2020).

Apesar das taxas de empreendedorismo jovem no Brasil serem relativamente altas, principalmente se comparado a países de renda mais elevada (GEM, 2020), esse fato não parece estar associado a um fator positivo da posição social, econômica e cultural, mas sim relacionado às condições precárias de trabalho e da flexibilização do mesmo (Bulgacov *et al.*, 2011; GEM, 2020). Alguns pesquisadores apontam que

para incentivar o empreendedorismo jovem como uma opção de carreira e aumentar a sustentabilidade dos negócios iniciados por jovens, é necessária a educação empreendedora em todos os níveis de ensino (Gomes *et al.*, 2014; Goulart; Santos, 2014).

Em nível mundial, os estudos sobre educação empreendedora tendem a investigar acadêmicos e professores do ensino superior (Volkman, 2004; Matlay, 2008; Testas; Moreira, 2014; Loiola *et al.*, 2016; Bergmann *et al.*, 2018), principalmente nos cursos de Administração (Cruz Júnior *et al.*, 2006; Gaião *et al.*, 2009; Vieira *et al.*, 2013; Rocha; Freitas, 2014; Lima *et al.*, 2015; Salusse; Andreassi, 2016). Poucos estudos, porém, tratam da educação empreendedora no ensino fundamental ou médio (Miranda, 2015; Muylder; Dias; Oliveira, 2013; Johansen; Schanke, 2013; Souza, 2014; Elert; Andersson; Wennberg, 2015).

Dentre esses estudos com foco no ensino básico, as análises estão voltadas ao impacto da educação para o empreendedorismo e da necessidade de inserção do assunto nos projetos curriculares (Miranda, 2015; Elert; Andersson; Wennberg, 2015), sem considerar a percepção dos alunos. Além disso, discute-se a importância de pesquisar sobre uma temática que tende acarretar consequências teóricas ou práticas com potencial de afetar diretamente o bem-estar da sociedade (Castro, 2006).

No Brasil, embora a importância do ensino do empreendedorismo de forma geral seja amplamente discutida e divulgada na mídia e a nova Base Nacional Comum Curricular (BNCC) (2018), no que tange a etapa do ensino médio, trate da necessidade de incentivar o empreendedorismo como eixo estruturante, as escolas ainda não possuem projetos voltados ao empreendedorismo, sobretudo de modo institucionalizado (GEM, 2020).

Esse é o caso das escolas do ensino médio pertencentes ao Núcleo Regional de Educação (NRE) de Laranjeiras do Sul, situado na região central do estado do Paraná, no qual foi desenvolvida essa pesquisa. O Núcleo é composto por dez municípios (NRE, 2019), nos quais a média no Índice de Desenvolvimento Humano Municipal [IDHM] é de 0,651 e o IDHM Educação é de 0,538. Esses índices estão abaixo da média do estado do Paraná, que são de 0,749 e 0,668, respectivamente (AtlasBrasil, 2019). Como aponta Albuquerque (1995), existe forte correspondência, em especial no meio urbano, entre crescimento econômico sustentado e redução da pobreza. Ademais, a literatura tem apontado evidências da contribuição do empreendedorismo não só para o crescimento econômico, como também para o desenvolvimento local e regional sustentado (Julien, 2010; Marques, 2014; Neumann, 2021).

Essa perspectiva fortalece a visão de que é essencial apoiar o empreendedorismo local e regional, primeiramente como fonte de desenvolvimento, mas também como oportunidade de geração de vagas para os jovens. Somado a isso, fomentar o espírito empreendedor pode trazer impactos sociais no que concerne a mudança de comportamento dos estudantes, reforçando a relevância de discutir o empreendedorismo nas escolas, visando dar a devida atenção ao processo de criação e desenvolvimento

de pensamento crítico e reflexivo por meio da educação empreendedora, o que pode transformar a vida dos estudantes e prepara-los para o mercado de trabalho.

Diante da discussão apresentada, que aponta o potencial do empreendedorismo na perspectiva de mudança social, bem como a falta de pesquisas no ensino básico, o presente trabalho se propõe a responder: qual a percepção do aluno do ensino médio em relação ao empreendedorismo? Essa análise busca uma base de conhecimentos sobre a visão dos jovens como um primeiro passo para, posteriormente, propor políticas públicas que possam efetivamente inserir o empreendedorismo como um método em si, visando ampliar a cultura empreendedora no país. Portanto, o objetivo do presente trabalho foi analisar a percepção dos alunos de ensino médio da região central do Paraná em relação ao empreendedorismo.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

O empreendedorismo é um fenômeno antigo, contudo o debate sobre o tema vem ganhando relevância nas últimas décadas (Cruz Júnior *et al.*, 2013). Quando se trata do impacto do empreendedorismo, é discutida a importância das atividades empreendedoras para a economia local e global (Nassif; Corrêa; Rossetto, 2020), apesar disso, ainda faltam estudos empíricos sobre o impacto do empreendedorismo no bem-estar social e ambiental (Neumann, 2021).

De toda forma, em uma perspectiva de mudança social, os empreendedores são vistos como impulsionadores de mudanças positivas, que, por meio de suas ações, são capazes de mudar o mundo em que vivemos, contribuindo para o emprego, a riqueza social, o desenvolvimento de forma ampla e a inovação (Neck; Neck; Murray, 2018). Por isso, incentivar a educação empreendedora pode ser uma forma de transformação social.

Visando entender como os estudos vêm tratando do tema, foi realizada uma busca de estudos empíricos sobre a educação empreendedora no ensino superior e no ensino básico, sendo apresentados em seguida.

### **2.1 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO ENSINO SUPERIOR**

A educação para o empreendedorismo aumentou significativamente em escolas, faculdades e universidades da Europa (Johansen; Schanke, 2013). Em termos globais, Wu (2017) salienta que os governos têm investido recursos significativos com o objetivo de promover o desenvolvimento da inovação e da educação para o empreendedorismo, especialmente no ensino superior.

Inicialmente, cursos de inovação e empreendedorismo foram projetados para escolas de negócios, mas, atualmente, se expandiram para diversas áreas, como engenharia, sociologia e desenvolvimento

regional (Wu, 2017). O ensino do empreendedorismo no Brasil como disciplina foi iniciado no ano de 1981 em um curso de especialização na Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), pelo professor Ronald Degen (Dolabela, 1999). A partir do ano 2000, os cursos de empreendedorismo foram se multiplicando e a disciplina foi sendo inserida nos diversos cursos de Administração e áreas afins (Fernandes, 2013), e em outras áreas (Lima *et al.*, 2015).

Além de ser inserida como disciplina, a educação empreendedora, no Brasil, vem sendo disseminada por meio de diversas ações como a realização de eventos de capacitação para empreendedores, tanto para quem já criou a sua empresa, quanto para aqueles que buscam desenvolver novos empreendimentos (Bizzotto; Dalfovo, 2001; GEM, 2020). Esse movimento de incentivo da educação para o empreendedorismo tem se difundido pelo mundo, tanto na educação superior, quanto na educação básica.

Quando se trata do ensino superior, os estudos tendem a avaliar o impacto do ensino de empreendedorismo na carreira do empreendedor, no comportamento empreendedor, na intenção empreendedora e na propensão a empreender.

Em um estudo longitudinal sobre o impacto que a educação para o empreendedorismo pode ter sobre os resultados empresariais, Matlay (2008) investigou a evolução de 64 estudantes de graduação de oito instituições das faculdades de negócios, artes, engenharia e computação do Reino Unido, que tinham intenção de se tornar empreendedores. Após um período de dez anos, o autor constatou que o impacto foi positivo, uma vez que houve uma progressão relativamente rápida daqueles que eram trabalhadores independentes e passaram a proprietários de micro e pequenas empresas. Ademais, nenhum dos investigados ficou desempregado e muitos se estabeleceram em altas posições nas empresas (Matlay, 2008).

Na Tunísia, uma reforma curricular inseriu um programa de empreendedorismo que consistia em treinamentos sobre negócios e sessões personalizadas de *coaching* (Premand *et al.*, 2016). De acordo com os autores, esse programa poderia culminar em um plano de negócios a ser defendido como trabalho final de graduação. Ao analisar o impacto nos alunos participantes, um ano após a formatura, observou-se um pequeno aumento do autoemprego e um aumento das aspirações dos formandos em relação ao futuro, embora as taxas globais de emprego não tivessem sido alteradas (Premand *et al.*, 2016).

Ao estudar o comportamento empreendedor, dentro do conceito de clima empreendedor, Bergmann *et al.* (2018), na Alemanha, apontam parâmetros para estabelecer um clima mais favorável e inspirador para se tornar um empreendedor em instituições de ensino superior, como promover a participação em cursos de empreendedorismo e incluir conteúdo básico de empreendedorismo nos cursos de graduação.

De outro modo, Lin e Xu (2017) investigam os fatores que influenciam o desenvolvimento da educação para o empreendedorismo na China, mostrando que o aumento do número de políticas e a

expansão das escolas de negócios estão positivamente correlacionadas com o desenvolvimento da educação para o empreendedorismo.

No que concerne à propensão empreendedora, Ching e Kitahara (2015) analisaram a propensão para empreender dos alunos do curso de Administração, com base no instrumento de McClelland (1987). Os resultados de Ching e Kitahara (2015) estão relacionados a outros estudos dessa linha, mostrando que as características mais desenvolvidas foram Estabelecimento de Metas e Comprometimento. Por outro lado, as menos desenvolvidas foram Persuasão e Correr Riscos Calculados.

Ao considerar a intenção empreendedora, Lima *et al.* (2015), em estudo no Brasil, mostraram uma relação significativa e positiva entre a intenção empreendedora e a demanda por educação em empreendedorismo. Segundo os autores, a elevada demanda dos estudantes parece poder ser aproveitada como facilitadora do necessário aperfeiçoamento da educação em empreendedorismo.

Para além dos estudos no ensino superior, o próximo tópico apresenta discussões sobre a educação empreendedora no ensino básico.

## 2.2 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO ENSINO BÁSICO

Quando se trata do ensino básico, embora haja diferença de nomenclatura nos diversos países, inclui-se o ensino dos mais jovens, sendo denominado no Brasil, ensino fundamental e ensino médio. Ao analisar os trabalhos nesta faixa de idade, observa-se que as pesquisas tendem a analisar a influência do ensino de empreendedorismo no desejo de ser um empreendedor.

Referindo-se aos pré-adolescentes, Miranda (2015), em estudo no ensino fundamental II (alunos de 11 a 15 anos), sugere que o empreendedorismo seja parte integrante do currículo escolar, pois observou um impacto positivo no processo ensino-aprendizagem do empreendedorismo em escolas municipais de Redenção, Ceará. A partir da realização de uma prática por meio de um jogo intitulado “jogo do empreendedor”, o autor concluiu que: antes da prática, poucos alunos apresentavam conhecimento sobre o empreendedorismo; durante a prática, houve interação entre todos os envolvidos (alunos, professores, jogo), fomentando a tomada de decisões e de oportunidades; e, depois da prática, houve a evolução dos conceitos de empreendedorismo em 80% das crianças participantes (Miranda, 2015).

Em estudo com jovens de escolas públicas do Brasil e de Portugal, que tem entre 16 e 20 anos e participaram do projeto “Agentes Digitais”, Souza (2014) concluiu que é possível desenvolver ações empreendedoras com as tecnologias da informação e comunicação (TICs) e mobilizar novas competências para o desenvolvimento de práticas sociais. Além disso, a participação no projeto contribuiu para melhoria na qualidade de vida dos jovens e para a formação de competências para co-empreender (Souza, 2014).

Com relação ao ensino médio, Muylder, Dias e Oliveira (2013) no estudo de uma escola de empreendedorismo, concluiu que os jovens estudantes, tanto calouros quanto formandos, reconhecem que o treinamento e o ensino com foco no empreendedorismo contribuem para a escolha de ser um empreendedor. Além disso, os estudantes revelam que os fatores mais importantes para a condução de um negócio de sucesso são: a capacidade inovativa, a capacidade de lidar com riscos e a maturidade profissional (Muylder; Dias; Oliveira, 2013).

Elert, Andersson e Wennberg (2015) investigaram o impacto da educação para o empreendedorismo na Suécia com ex-alunos que participaram do *Junior Achievement Company Program*, um programa que tem por objetivo fornecer aos estudantes do ensino médio a chance de treinar e desenvolver habilidades empreendedoras. Os autores acompanharam uma amostra até 16 anos após a graduação, concluindo que a participação no programa aumenta a probabilidade de longo prazo em iniciar uma empresa e a renda empresarial, contudo não há efeito sobre a sobrevivência das empresas.

Em estudo com mulheres empreendedoras no ramo da educação brasileira, Pereira e Machado (2013) revelam que, na visão das entrevistadas, o empreendedorismo pode ser ensinado desde cedo para criar uma cultura empreendedora. Nos casos estudados, as empreendedoras alegam que a disseminação da cultura empreendedora com alunos do ensino médio é feita por meio do exemplo de outros empreendedores, do encorajamento e dedicação ao estudo, fazendo visitas em empresas e compartilhando com os alunos os conhecimentos adquiridos ao longo dos anos (Pereira; Machado, 2013).

No ensino secundário da Noruega, aproximadamente 90% das escolas fornecem educação para o empreendedorismo, seja como um assunto separado, como um tópico em outros assuntos, ou integrado em assuntos por meio de projetos (Johansen; Schanke, 2013). Como o país vem apresentando o melhor IDH do mundo, 0,953 em 2017 (HDI, 2018), isto mostra indícios de que o tema é relevante para o desenvolvimento dos jovens.

Referindo-se aos mais jovens, alguns autores utilizam o conceito de empreendedorismo juvenil, que, segundo Ribas Junior (2004), tem afinidade com o conceito de protagonismo juvenil e pode ser usado como um meio de incentivar os adolescentes nas escolas a terem uma participação mais efetiva. O autor revela que, embora a imagem clássica do empreendedor seja de alguém que concretiza seus projetos individuais, isso pode ser direcionado ao bem-estar coletivo e ao empreendedorismo social.

Por outro lado, Souza (2006) reitera que a orientação para a formação do jovem empreendedor com o argumento da realização do sonho e do sucesso pessoal e profissional, pretende ser a solução para o problema da falta de trabalho para o jovem, naturalizando a sua condição como único responsável por sua sobrevivência e pelo desenvolvimento da coletividade. Do mesmo modo, Salgado (2013) discute que a disseminação da cultura empreendedora e dos valores empreendedores em nossa sociedade, naturalizam



a transferência de responsabilidade, do nível institucional para o nível individual, das oportunidades de emprego e da realização profissional, o que requer certo cuidado.

Apesar de apontar a necessidade de reflexão, conscientizando-se da condição do jovem, salienta-se a importância do ensino do empreendedorismo em todos os níveis de ensino. Albuquerque, Ferreira e Brites (2016, p. 1033) defendem que a educação para o empreendedorismo pode se constituir como “uma orientação estratégica de enorme relevância na prossecução de um desenvolvimento integrado, eticamente fundamentado e essencialmente promotor da liberdade de escolha efetiva dos cidadãos”.

Além disso, cabe destacar o papel das instituições e as diferenças entre os países no que concerne à educação para o empreendedorismo. Bulgacov *et al.* (2011) destacam que o apoio e a sustentabilidade do jovem empreendedor dependem do contexto geral e de políticas educacionais.

Do mesmo modo, Bae *et al.* (2014) sinalizam que os efeitos da educação para o empreendedorismo sobre as intenções empreendedoras variam entre culturas nacionais. Os autores analisaram se a educação para o empreendedorismo promove intenções empreendedoras, a partir de uma meta-análise composta por 73 estudos em diversos países. Eles identificaram uma relação pequena, porém positiva e estatisticamente significativa. Os autores investigaram também a relação entre educação em negócios e intenção empreendedora, concluindo que a educação para o empreendedorismo foi relacionada mais positivamente às intenções do participante do que a educação em negócios.

Considerando o contexto institucional dos países, Walter e Block (2016) apresentam, baseando-se na análise de 32 países, que a educação para o empreendedorismo é mais eficaz em estimular a atividade empreendedora em ambientes institucionais hostis, ou seja, em países com baixo nível de regulamentação favorável ao empreendedorismo, controle da corrupção e imagem pública dos empreendedores. Os autores reiteram que, em ambientes favoráveis ao empreendedorismo, os indivíduos podem adquirir motivação e qualificação em outras fontes, além da educação para o empreendedorismo.

Sendo assim, diante dos estudos realizados, nota-se a importância do contexto institucional e a necessidade de incentivo ao empreendedorismo, embora cada um deles adote uma abordagem diferente.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A presente pesquisa caracteriza-se como de natureza Quantitativa Exploratória, com recorte transversal (Richardson, 2011). Como estratégia de investigação foi realizado um levantamento, por meio de um questionário estruturado (Creswell, 2007) aplicado em contato direto com a população do estudo, do tipo censitário, visando conhecer suas percepções.

Com apoio do NRE de Laranjeiras do Sul, braço da Secretaria Estadual de Educação do Paraná, o censo foi realizado com todos os alunos do ensino médio, a saber: segundo, terceiro e quarto ano (formação técnica), da região central do Paraná. A escolha da NRE ocorreu por acessibilidade e pelo fato de os municípios apresentarem um IDHM e IDHM Educação abaixo da média do Estado.

Ao todo foram pesquisadas 41 escolas estaduais dos 10 municípios pertencentes ao NRE supracitado. Os municípios que compõe o NRE são: Cantagalo, Diamante do Sul, Espigão Alto do Iguaçu, Laranjeiras do Sul, Marquinho, Nova Laranjeiras, Porto Barreiro, Quedas do Iguaçu, Rio Bonito do Iguaçu e Virmond.

Todos os 2.251 alunos matriculados responderam ao questionário. Entretanto, por dados incompletos, 123 questionários foram descartados, restando 2.128 respondentes válidos. Os alunos responderam ao questionário em novembro de 2017.

O questionário foi dividido em duas partes. A primeira buscou investigar o perfil do respondente, incluindo a intenção de cursar o ensino superior, suas preferências em relação às atividades extraclasse e sua interação com os meios de comunicação. A segunda procurou examinar a percepção do respondente quanto a características do comportamento empreendedor já consolidadas na literatura. Para essa etapa foram usadas as dez características do comportamento empreendedor propostas nos estudos de McClelland (1987), porém adaptadas ao contexto da população pesquisada. Essa segunda parte do questionário foi composta por 19 afirmações, cujas respostas, do tipo *Likert* de 5 pontos, variavam de "concordo totalmente" a "discordo totalmente". Além dos 5 pontos, foi acrescentado o ponto adicional "não sei responder", para identificar falta de conhecimento sobre o assunto.

Destaca-se que os conceitos retratados no questionário não foram explicados aos respondentes antes da pesquisa propositalmente, visando saber se eles já tinham certo conhecimento do assunto. Apesar disso, foi frisado que, caso não soubesse do que se tratava, deveria assinalar a opção "não sei responder".

A tabulação e análise dos dados foi feita por meio da estatística descritiva, univariada e multivariada com uso do *software* SPSS *Statistics*, versão 22. Após a descrição dos dados, como o número de variáveis era elevado, foi realizada, primeiramente, uma Análise Fatorial Exploratória (AFE) (Hair Junior *et al.*, 2009). A AFE, por meio do estabelecimento dos componentes principais pelo método de Ward e rotação ortogonal, apontou a existência de 7 fatores, tendo como base o critério de Kaiser (autovalor superior a 1), juntamente à análise do diagrama de sedimentação (*scree plot*). Estes fatores, por sua vez, foram submetidos à análise de consistência interna calculada pelo Alpha de Crombach. Neste passo, foram eliminadas duas variáveis, por não apresentarem carga fatorial relevante com nenhum dos fatores. Para as demais variáveis foi

criada uma variável para cada fator, por meio do cálculo da média das variáveis componentes. A escolha da média e não da soma, foi feita para ser preservada a escala inicial, com o objetivo de facilitar a análise.

Depois, com base nos resultados dos fatores, foi realizada uma análise de *cluster* (Hair Junior *et al.*, 2009), resultando em cinco grupos de estudantes com forte semelhança de comportamento entre si.

## **4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Apresenta-se, primeiramente, os dados sobre o perfil dos respondentes, bem como sua intenção de cursar o ensino superior, suas preferências em relação a atividades extraclasse e sua interação com os meios de comunicação. Depois discorre-se sobre as questões ligadas ao empreendedorismo.

### **4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES**

Com relação ao sexo, observou-se que a pesquisa segue uma distribuição bem equilibrada, com 48,7% do sexo masculino e 51,3% feminino. Essa divisão condiz com a distribuição da população de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2015, que apontou que as mulheres representam 51,5% da população brasileira (IBGE SIDRA, 2015).

Dos respondentes, 48,6% estão no segundo ano do ensino médio, 49,4% no terceiro ano e 2% no quarto ano. Após o término do ensino médio, 76,6% alunos pretendem ingressar no ensino superior, 12,4% em curso técnico e 8,9% em curso profissionalizante. De forma geral, pode-se notar que a valorização da educação está sendo percebida como importante pelos jovens, visto que apenas uma minoria (2,1%) não pretende continuar estudando.

Com relação ao curso de graduação que o respondente pretende fazer, os resultados foram ilustrados na nuvem de palavras mostrada na figura 1.

**Figura 1: Cursos de graduação pretendido pelos respondentes**



**Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa de campo.**

Observa-se que os dez cursos mais desejados pelos alunos são: Direito (10,8%), Veterinária (10,5%), Agronomia (9,9%), Educação Física (6,4%), Medicina (6,3%), Administração (5%), Psicologia (4,7%), Enfermagem (4,7%), Engenharia Civil (3,7%) e Engenharia Mecânica (3,5%). Além disso, entre os alunos que pretendem fazer um curso técnico foram citados cursos nas áreas de informática, elétrica, agrícola, segurança do trabalho, entre outras. Alguns alunos ainda citaram que desejam seguir a carreira militar.

Sobre as preferências com relação a atividades extraclasse, as respostas foram: 19,2% estudam nas horas vagas; 12,9% gostam de ler; 12% praticam algum tipo de atividade física; 9,4% assistem televisão; e 4,2% citam dormir.

Com relação aos meios de comunicação, foi indagado sobre quais os meios mais acompanhados pelos jovens respondentes: 56,3% citam a rede social; 29,7% a televisão; 10,3% o rádio; e 3,7% o jornal. Quando perguntados sobre quais meios eles mais “confiavam”, os percentuais se mostraram bem alterados. Os respondentes afirmam confiar mais nos jornais com 34,2%, rádio com 23,7%, rede social com 20,6%, televisão com 19,8% e revistas com 1,7%. Ou seja, aquilo que o jovem mais acessa ele não confia, e aquele meio que ele mais confia, não acessa com frequência.

Diante desses dados, pode-se discutir que os respondentes têm bastante acesso à informação, sobretudo a internet. A proximidade com as TICs é importante para desenvolver ações empreendedoras, como discute Souza (2014).

Após conhecer o perfil dos respondentes, passa-se às suas percepções sobre questões ligadas ao empreendedorismo.

#### 4.2 EMPREENDEDORISMO NA PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DO ENSINO MÉDIO

A partir da AFE foi possível identificar sete fatores, sendo, em função das suas composições, denominados da seguinte forma: (1) Esforço do empreendedor; (2) Natureza do empreendedorismo; (3) Desafios do empreendedor; (4) Importância da família; (5) Sucesso vem do trabalho; (6) Oposto ao empreendedorismo; e (7) Apoio para empreender.

Estabelecida a redução de variáveis, foi realizado o teste de Friedman para verificar se haveria diferença significativa entre as médias de cada fator. Esse teste apontou que todos os fatores apresentavam diferenças estatisticamente significativas entre si, exceto os fatores 5 e 6.

Na tabela 1 são apresentadas as médias dos fatores em ordem decrescente.

**Tabela 1: Média dos fatores em ordem decrescente**

Fator	N	Média	Desvio padrão
1 - Esforço do empreendedor	2125	4,4080	,53333
2 - Natureza do empreendedorismo	2123	3,7029	,65895
3 - Desafios do empreendedor	2123	3,6390	,64310
4 - Importância da família	2100	3,3000	1,28779
5 - Sucesso vem do trabalho	2101	3,0190	1,15907
6 - Oposto ao empreendedorismo	2081	2,9803	1,14778
7 - Apoio recebido para empreender	2120	2,7892	,85886

**Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa de campo.**

Considerando o fator com maior média, "Esforço do empreendedor", observa-se a significativa valorização para o esforço individual para ser um empreendedor, sinalizando que os alunos possuem uma visão mais individualista sobre o ato de empreender. Esse fato pode ser visto de forma negativa, devido a importância da orientação coletiva e do papel do empreendedorismo na resolução de problemas sociais (Neck; Neck; Murray, 2018; Neumann, 2021). Aliado a isso, parece haver um desconhecimento da importância da rede de contatos para o empreendedorismo, o que também ocorre entre empreendedores que já atuam, como discutem Pereira, Reinert e Verdu (2017).

Da mesma forma, as médias mais baixas dos fatores “Apoio recebido para empreender”, “Oposto ao empreendedorismo” e “Sucesso vem do trabalho” indicam a crença na obtenção de resultados por esforço próprio, independentemente de apoio, o que pode estimular a concorrência e não a cooperação. Essa constatação guarda relação com as discussões de Ribas Junior (2005) e Albuquerque, Ferreira e Brites (2016) sobre interesses individuais e coletivos.

Com relação a “Natureza do empreendedorismo”, o fator está relacionado com o conhecimento dos alunos sobre o assunto, mostrando que, na média, o conhecimento sobre empreendedorismo é alto. Sobre os “Desafios do empreendedor”, os alunos estão cientes das dificuldades de empreender, sendo que o fator apresenta média 3,63 e o desvio padrão é menor que 1.

Ao considerar a importância da família, a média foi de 3,3, isto revela que, os alunos priorizam suas famílias em detrimento do trabalho. Embora esse fator seja considerado pelos alunos, o desvio-padrão das respostas foi o maior 1,28, mostrando que há diferenças significativas entre os respondentes.

Com base nos resultados dos fatores foi realizado um agrupamento de dados (*cluster*) resultando em cinco grupos de estudantes com forte semelhança de comportamento entre si. Esta se torna uma possibilidade de categorização da percepção empreendedora dos estudantes, como ponto de partida para formação de uma escala fatorial combinatória em estudos futuros.

Para esta análise foi adotado o método hierárquico, que resultou na criação de grupos que receberam os seguintes nomes (e a razão para isto):

**Empreendedores desmotivados** – maior grupo dos alunos, com 30,4%, que, embora acreditem no empreendedorismo, mostram descrença por falta de apoio e por priorizarem suas famílias. Eles não acreditam em suas habilidades de liderança. A necessidade de desenvolver a liderança no que concerne ao empreendedorismo é importante para os jovens, como apontado na literatura (Johansen; Schanke, 2013; Souza, 2014; Gomes *et al.*, 2014; Bergmann *et al.*, 2018).

**Empregados dedicados** – segundo maior grupo, com 20,11%, que pretendem ser apenas empregados, também por sentir falta de apoio, mas, especialmente, por não enxergarem em si traços do empreendedor.

**Empreendedores com forte apoio** – terceiro maior grupo, com 19,4%, que, além de apresentarem forte autoconfiança em seus dotes de empreender, também creem ter forte apoio para as suas empreitadas.

**Família em primeiro lugar** – com cerca de 17,2% do total, esses respondentes, embora acreditem no empreendedorismo, não estão dispostos a sacrificar suas famílias, o que os levaria a ter menor entusiasmo em projetos que demandam muita dedicação.

**Trabalho faz o empreendedor** – o menor grupo, com cerca de 12,9%, que são compostos por aqueles que acreditam no empreendedorismo, contudo preferem se dedicar a outros projetos que demandem alto foco em esforço e trabalho pessoal.

Vale ressaltar que, historicamente, o ato de empreender esteve associado à motivação individual (McClelland, 1987), entretanto, atualmente, a educação para o empreendedorismo se volta a interesses coletivos. Neste caso, a noção de competitividade precisa ser trabalhada de modo coletivo, fomentando a interação, como discute Miranda (2012), principalmente quando se trata de jovens que ainda estão em processo de formação da sua personalidade.

Na tabela 2 são mostrados os cinco grupos categorizados pela análise de *cluster*.

**Tabela 2: Cinco grupos categorizados pela análise de Cluster – método hierárquico**

Grupos	N	Média
Empreendedores desmotivados	621	30,4%
Empregados dedicados	410	20,1%
Empreendedores com forte apoio	397	19,4%
Família em primeiro lugar	352	17,2%
Trabalho faz o empreendedor	264	12,9%

**Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa de campo**

Esta distribuição de perfis não apontou diferenças estatisticamente relevantes entre os sexos, faixa de idade, município, série ou entre aqueles que trabalham ou não, permanecendo estável em todas as comparações. Desta forma, é possível que esta distribuição seja uniforme na região e entre os estudantes de nível médio.

De modo geral, percebe-se um forte desânimo no tocante ao ato de empreender, por diferentes razões. Para o grupo “Empreendedores desmotivados” pela falta de apoio; para o grupo “Empregados dedicados” pelo comodismo em ser empregado; para o grupo “Família em primeiro lugar”, ainda existe o sentimento de eventual sofrimento familiar; e para o grupo “Trabalho faz o empreendedor”, na crença de que é melhor se dedicar a projetos pessoais, parecendo que o empreendedor usa menos esforço físico e cresce com o esforço de outros. O desânimo dos grupos parece estar relacionado ao ambiente de incertezas que vem predominando no país, o que mostra a importância do ambiente institucional, como apontam Bulgacov *et al.* (2011), Bae *et al.* (2014) e Walter e Block (2016). Essa capacidade de lidar com incertezas é importante para os futuros empreendedores, como assinala Muylder, Dias e Oliveira (2013), apesar da conotação de barreira que as incertezas impõem.

O maior grupo, “Empreendedores desmotivados”, se baseia especialmente na falta de apoio para ser empreendedor e preferir priorizar suas famílias ao invés de empreender. Esse fato mostra-se como preocupante, já que comprometimento e persistência são importantes características empreendedoras (McClelland, 1972; Ching; Kitahara, 2015). Apesar disso, essa questão pode ser trabalhada com os alunos, uma vez que eles acreditam no empreendedorismo.

Diante dos resultados, como já discutido por Elert, Andersson e Wennberg (2015), é importante fornecer aos estudantes do ensino médio, a chance de treinar e desenvolver habilidades empreendedoras, principalmente considerando o fato de que eles entendem a necessidade de empenho para isso.

Ressalta-se também que a diversidade de cursos superiores pretendidos pelos alunos não é muito vasta. Apenas sete cursos diferentes concentram mais de 50% das intenções, com destaque para Direito, Medicina Veterinária e Agronomia, o que está condizente com a vocação agrícola da região. No conjunto de sete cursos mais desejados chama atenção o percentual dos que pretendem fazer Administração, com elevada concentração na categoria “Empreendedores com forte apoio”. Dos pretendentes ao curso de Agronomia existe forte concentração no grupo “Empreendedores desmotivados”, que tem intenção de priorizar a família. Entre os que pretendem seguir o curso de Medicina, existe elevado percentual no grupo “Empregados dedicados”.

Neste contexto, pode-se averiguar que os resultados mostram um jovem relativamente consciente da importância do empreendedorismo. Dessa maneira, advoga-se pela ampliação da educação empreendedora para jovens do ensino médio. Isto porque, como evidenciou Matlay (2008), a propensão ao empreendedorismo pode gerar um impacto positivo no futuro dos jovens, e a percepção deles sobre o assunto parece um indicativo da possibilidade de fomentar o empreendedorismo.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este estudo teve como objetivo analisar a percepção dos alunos do ensino médio da região central do Paraná em relação ao empreendedorismo. Acredita-se que entender a visão desses jovens é um primeiro passo para, posteriormente, propor políticas públicas que possam efetivamente inserir o empreendedorismo como um método em si. A partir das análises realizadas, foram categorizados cinco grupos de percepção empreendedora: Empreendedores desmotivados; Empregados dedicados; Empreendedores com forte apoio; Família em primeiro lugar; e Trabalho faz o empreendedor.

De forma geral, conclui-se que os alunos sabem o que é empreendedorismo e percebem a importância deste como uma alternativa de carreira, embora a maioria não acredite no seu potencial e não se veja como um empreendedor. Somado a isso, a percepção dos alunos é de que o empreendedorismo



está relacionado ao esforço individual com objetivo de abrir uma empresa. Ou seja, falta um trabalho sobre a questão comportamental e sobre a contribuição e os impactos do empreendedorismo na perspectiva da mudança social.

Observou-se, ainda, a significativa valorização para o esforço individual para ser um empreendedor, sinalizando que os alunos possuem uma visão mais individualista sobre o ato de empreender. Como atualmente não existe nenhuma atividade estruturada para esses alunos sobre o assunto, acredita-se que a percepção destes está atrelada aos meios de comunicação, já que o assunto está constantemente nas mídias.

Outro achado importante deste trabalho é a contradição entre os meios de comunicação mais acompanhados pelos jovens (rede social, televisão, rádio e jornal, respectivamente) e aqueles em que eles confiam (jornal, rádio, rede social e televisão). Neste cenário, entende-se que, ao acessar meios de comunicação nos quais não se confia e acessar menos aqueles em que se confia, o jovem recebe informações de pouca credibilidade. Ressalta-se assim, a importância das escolas no desenvolvimento de capacidade crítica para analisar informações e da necessidade de discutir assuntos relacionados a carreira, apresentando o empreendedorismo como uma opção.

Ao analisar a literatura sobre educação para o empreendedorismo, observou-se, de forma preliminar, que a maioria dos estudos focam na educação superior, contudo, já existem pesquisas voltadas à educação básica, tanto no ensino fundamental quanto no ensino médio. As iniciativas em relação ao empreendedorismo na educação básica no Brasil ainda parecem estar no começo. Dentro desse contexto, discute-se a relevância de inserir a educação para o empreendedorismo como conteúdo básico nos projetos curriculares, o que já ocorre em outros países, como a Noruega (Johansen; Schanke, 2013) e a Suécia (Elert; Andersson; WennBERG, 2015).

Portanto, discute-se a importância da formulação de políticas públicas na educação básica, que possam inserir o empreendedorismo de forma transversal nos conteúdos trabalhados, começando pela capacitação dos professores. Assim, concorda-se com o argumento de Pereira e Machado (2013), no qual advoga-se para que o empreendedorismo seja ensinado desde cedo na educação básica, visando criar uma cultura empreendedora.

Este estudo foi realizado na região central do Paraná, usando uma abordagem Quantitativa, portanto suas limitações são inerentes ao instrumento escolhido, não sendo possível compreender as motivações das escolhas. Assim, como sugestão de estudos futuros, uma abordagem Qualitativa poderia ser usada, bem como pesquisas sobre a visão dos professores e demais gestores das escolas. Ademais, os achados aqui descritos podem ser usados em outros contextos para efeitos de comparação.

Por fim, salienta-se que não se pode elencar o empreendedorismo como uma panaceia para todos os males. É preciso flexibilizar a discussão, pois este incentivo pode trazer efeitos negativos, como sobrecarga de responsabilidade e uma visão voltada à competição, como reiteram Souza (2006) e Salgado (2013). De todo modo, em um país com amplas desigualdades econômicas e sociais, a disseminação da cultura empreendedora, por meio da educação, é mais uma importante ferramenta de desenvolvimento, que, todavia, não pode ser entendida como instrumento para transferir a responsabilidade do nível institucional para o nível individual, deixando o empreendedorismo como a principal via de oportunidade de emprego e de realização profissional.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, C.P.; FERREIRA, J.O.S.E.S.; BRITES, G. Educação holística para o empreendedorismo: uma estratégia de desenvolvimento integral, de cidadania e cooperação. **Revista Brasileira de Educação**, v. 21, n. 67, 2016.

ALBUQUERQUE, R.C. Estratégia de desenvolvimento e combate à pobreza. **Estudos Avançados**, v. 9, n. 24, p. 75-116, 1995.

ATLASBRASIL. **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil**. Disponível em: <http://atlasbrasil.org.br/2013/>. Acesso em: 30 mar. 2019.

BAE, T.J.; QIAN, S.; MIAO, C.; FIET, J.O. The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 38, n. 2, p. 217-254, 2014.

BERGMANN, H.; GEISSLER, M.; HUNDT, C.; GRAVE, B. The climate for entrepreneurship at higher education institutions. **Research Policy**, v. 47, n. 4, p. 700-716, 2018.

BIZZOTTO, C.E.N.; DALFOVO, O. Ensino de empreendedorismo: uma abordagem vivencial. In: II Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. **Anais...** Londrina, PR, Brasil, 2, 2001.

BNCC. Base Nacional Comum Curricular. **Ministério da Educação**. 2018. Disponível em: [http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp-content/uploads/2018/12/BNCC19dez2018\\_site.pdf](http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp-content/uploads/2018/12/BNCC19dez2018_site.pdf). Acesso em: 30 mar. 2019.

BORGES JUNIOR, C.; ANDREASSI, T.; NASSIF, V. (A Falta de) Indicadores de Empreendedorismo no Brasil. **REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 3, p. 1-9, 2017.

BULGACOV, Y.L.M.; CUNHA, S.K.; CAMARGO, D.D.; MEZA, M.L.; BULGACOV, S. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? **Revista de Administração Pública-RAP**, v. 45, n. 3, 2011.

CASTRO, C. M. A. **A prática da pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

CHING, H.Y.; KITAHARA, J.R. Propensão a empreender: uma investigação quantitativa baseada nas características empreendedoras de alunos do curso de administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 43, p. 99-111, 2015.

CRESWELL, J.W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Art-med, 2007.

CRUZ JÚNIOR, J.B.; ARAÚJO, P.D.C.; WOLF, S.M.; RIBEIRO, T.V. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. **Revista de Ciências da Administração**, v. 8, n. 15, 2006.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

ELERT, N.; ANDERSSON, F.W.; WENNERBERG, K. The impact of entrepreneurship education in high school on long-term entrepreneurial performance. **Journal of Economic Behavior & Organization**, v. 111, p. 209-223, 2015.

FERNANDES, R.J.R. Breve histórico do ensino de empreendedorismo no Brasil. **Revista GV Novos Negócios**, v. 5, n. 5, 2013.

GAIÃO, B.F.S.; SILVA, T.A.; QUEIROZ, C.T.A.P.; LIRA, W.S.; PEDROSA, A.S.; CÂNDIDO, G.A. Diagnóstico da tendência empreendedora através o modelo de Durham: um estudo de caso no setor educacional. **Qualitas Revista Eletrônica**, v. 8, n. 2, 2009.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2019**. 2020. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2023.

GOMES, D.C.; SILVA, L.A.F.; D'ANJOUR, M.F.; AÑEZ, M.E.M. Empreendedorismo jovem: da escola para o mercado de trabalho. **Holos**, v. 5, n. 30, p. 324-330, 2014.

GOULART, M.V.S.; SANTOS, N.I.S. Protagonismo juvenil e capital humano: uma análise da participação política da juventude no Brasil. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 50, n. 2, p. 127-136, 2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. 2015. SIDRA. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/pms/brasil>. Acesso em: 21 fev. 2023.

HAIR JR., J. F.; WILLIAM, B.; BABIN, B.; ANDERSON, R. E. **Análise multivariada de**

**dados**. 6.ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HDI. Human Development Indices and Indicators. **UNDP**. 2018. Disponível: <http://hdr.undp.org/sites/default/files/hditable.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.

JOHANSEN, V.; SCHANKE, T. Entrepreneurship education in secondary education and training. **Scandinavian Journal of Educational Research**, v. 57, n. 4, p. 357-368, 2013.

JULIEN, P. **Empreendedorismo regional**: a economia do conhecimento. São Paulo: Saraiva, 2010.

LIMA, E.; LOPES, R.M.A.; NASSIF, V.M.J.; SILVA, D. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, n. 4, 2015.

LIN, S.; XU, Z. The factors that influence the development of entrepreneurship education: Based on the case of China. **Management Decision**, v. 55, n. 7, p. 1351-1370, 2017.

LINDENBERG, J.; SCHWARTZ, B. Entrepreneurship in societal change: students as reflecting entrepreneurs? In: BERGLUND, K.; VERDUIJN, K. (Orgs.) **Revitalizing entrepreneurship education**: Adopting a critical approach in the classroom. New York: Routledge, 2018, p. 43-61.

LOIOLA, E.; GONDIM, S.M.G.; PEREIRA, C.R.; FERREIRA, A.S.M. Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 16, n. 1, p. 22-35, 2016.

MARQUES, R.G. **O Impacto do Empreendedorismo no Crescimento Econômico**: Um Estudo Empírico para os países da OCDE. 84f. Dissertação (Mestrado em Economia) –Universidade do Porto, Porto, Portugal, 2014.

MATLAY, H. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 15, n. 2, p. 382-396, 2008.

MCCLELLAND, D.C. Characteristics of Successful Entrepreneurs. **The Journal of Creative Behavior**, v. 21, n. 3, p. 219-233, 1987.

MCCLELLAND, D.C. **A sociedade competitiva**: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MIRANDA, Z.C.D. **Uma prática efetiva e estratégica para a educação empreendedora no ensino fundamental II**: estudo aplicado aos alunos, para estimular o desejo de sonhar, decidir e agir em suas vidas. 143f. Dissertação (Mestrado em Gestão) – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, Portugal, 2015.

MUYLDER, C.F.; DIAS, A.T.; OLIVEIRA, C.L.S. Is it Possible to Teach Entrepreneurship? Comparative Analysis with Brazilian Students. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 37, p. 82, 2013.

NABI, G.; WALMSLEY, A.; LIÑÁN, F.; AKHTAR, I.; NEAME, C. Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. **Studies in Higher Education**, v. 43, n. 3, p. 452-467, 2018.

NASSIF, V. M. J.; CORRÊA, V. S.; ROSSETTO, D. E. Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparados para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do Covid-19. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 2, I-XII, Editorial, 2020.

NECK, H. M.; NECK, C. P.; MURRAY, E. L. **Entrepreneurship**: the practice and mindset. Los Angeles: Sage, 2018.

NEUMANN, T. The impact of entrepreneurship on economic, social and environmental welfare and its determinants: a systematic review. **Management Review Quarterly**, v. 71, n. 3, p. 553-584, 2021.

NRE. **Núcleo Regional de Educação de Laranjeiras do Sul**. Disponível em: <http://www.nre.seed.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=55>. Acesso em: 30 mar. 2019.

PEREIRA, J.A.; MACHADO, V.S. A mulher empreendedora como parte da disseminação da educação empreendedora: um estudo nos colégios particulares da cidade de Jandaia do Sul-PR. **Caderno de Administração**, v. 21, n. 1, p. 77-90, 2013.

PEREIRA, J.A.; REINERT, M.; VERDU, F.C. Redes sociais e inovação no agronegócio: um estudo no centro incubador tecnológico-CIT/FUNDETEC de Cascavel, Paraná. **Revista de Administração Unimep**, v. 15, n. 2, p. 210-235, 2017.

PREMAND, P.; BRODMANN, S.; ALMEIDA, R.; GRUN, R.; BAROUNI, M. Entrepreneurship education and entry into self-employment among university graduates. **World Development**, v. 77, p. 311-327, 2016.

RIBAS JUNIOR, F.B. Educação e protagonismo juvenil. **Prattein**, nov. 2004.

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2011.

ROCHA, E.L.C.; FREITAS, A.A.F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 4, 2014.

SALGADO, J. A cultura empreendedora nos discursos sobre a juventude. **Galáxia**, v. 25, p. 193-204, 2013.

SALUSSE, M.A.Y.; ANDREASSI, T. O Ensino de Empreendedorismo com Fundamento na Teoria Effectuation. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 20, p. 3, 2016.

SOUZA, A.M. **Jovens e Educação Empreendedora: que discurso é esse?** 136f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2006.

SOUZA, K.P.D. **Tecnologias de informação e comunicação e empreendedorismo: os novos paradigmas e aprendizagens de jovens empreendedores e as suas inovações tecnológicas**. 659f. Tese (Doutorado em Ciências da Educação) – Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2014.

STEYAERT, C.; HJORTH, D. (Eds.). **Entrepreneurship as social change: a third new movements in entrepreneurship book**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2008.

TAVARES, C.E.M.; MOURA, G.D.; ALVES, J.N. Educação empreendedora e a geração de novos negócios. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**, v. 188, 2013.

TESTAS, C.P.; MOREIRA, F.R. O empreendedorismo no ensino superior. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 22, p. 139-163, 2014.

VANEVENHOVEN, J.; LIGUORI, E. The impact of entrepreneurship education: Introducing the entrepreneurship education project. **Journal of Small Business Management**, v. 51, n. 3, p. 315-328, 2013.

VIEIRA, S.F.A.; MELATTI, G.A.; OGUIDO, W.S.; PELISSON, C.; NEGREIROS, L.F. Ensino de empreendedorismo em Cursos de Administração: um levantamento da realidade brasileira. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 12, n. 2, 2013.

VOLKMANN, C. Entrepreneurship Studies; an ascending academic discipline in the twenty-first century. **Higher Education in Europe**, v. XXIX, n. 2, p. 177-185, 2004.

WALTER, S.G.; BLOCK, J.H. Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. **Journal of Business Venturing**, v. 31, n. 2, p. 216-233, 2016.

WRIGHT, J.T.C.; SILVA, A.T.B.; SPERS, R.G. O mercado de trabalho no futuro: uma discussão sobre profissões inovadoras, empreendedorismo e tendências para 2020. **RAI-Revista de Administração e Inovação**, v. 7, n. 3, 2010.

WU, Y.C.J. Innovation and entrepreneurship education in Asia-Pacific. **Management Decision**, v. 55, n. 7, p. 1330-1332, 2017.