Ensino de Empreendedorismo Corporativo no Ensino Médio: Estratégias Pedagógicas e Desenvolvimento de Competências

Autor(res)

Erika Karla Barros Da Costa
Tatiane Brussolo Seles
André Luiz Dinis Bordim
Viviane Regina Dickel
Jheniffer Machado Zanatto Dos Santos
Ildeberto De Santana
Adriano Cesar Augusto Ramires Dos Santos
Maria Isabel Da Cunha Da Silva
Kétri Batista Amorim
Sandra Maria Rodrigues Goulart

Categoria do Trabalho

Pesquisa

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE CAMPO GRANDE

Introdução

O empreendedorismo corporativo tem assumido papel de destaque nas discussões educacionais contemporâneas, sobretudo no contexto da formação de jovens no ensino médio. Diferentemente do empreendedorismo tradicional, voltado à criação de negócios próprios, o empreendedorismo corporativo foca no desenvolvimento de competências voltadas à inovação e à geração de valor dentro de organizações já existentes. Dornelas (2014) defende que essa modalidade configura-se como uma competência essencial para profissionais que atuarão em empresas em constante processo de reinvenção.

A Base Nacional Comum Curricular (BNCC) reforça essa perspectiva ao reconhecer a importância do projeto de vida dos estudantes, incluindo o desenvolvimento de competências empreendedoras que os preparem para os desafios do século XXI. Nesse sentido, Santos et al. (2025) evidenciam, em experiências práticas, que metodologias ativas, como o design thinking, desempenham papel fundamental na democratização do empreendedorismo entre os jovens, promovendo mudanças significativas em sua percepção sobre as próprias capacidades empreendedoras.

De acordo com Dolabela (2003), a educação empreendedora no ensino médio não deve restringir-se à criação de empresas, mas deve priorizar a formação de uma mentalidade inovadora, crítica e proativa. No cenário brasileiro, diversas iniciativas práticas comprovam a viabilidade dessa abordagem, apontando que estudantes expostos ao ensino de empreendedorismo desenvolvem maior autoconfiança, criatividade e habilidade para resolver problemas complexos

Objetivo

Investigar estratégias pedagógicas para o ensino de empreendedorismo corporativo no ensino médio, destacando metodologias eficazes para o desenvolvimento de competências empreendedoras e a inserção dos jovens no mercado de trabalho atual.

Material e Métodos

Esta pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, fundamentada em revisão bibliográfica sistemática. As buscas foram realizadas em bases acadêmicas consolidadas — SciELO, Portal de Periódicos CAPES, Google Acadêmico, ERIC e repositórios de universidades brasileiras. Utilizaram-se como descritores os termos: “empreendedorismo corporativo”, “educação empreendedora”, “ensino médio”, “competências empreendedoras”, “inovação educacional” e “juventude”, combinados por meio de operadores booleanos (AND, OR).

O recorte temporal contemplou publicações entre 2010 e 2025, com prioridade para estudos em língua portuguesa que abordassem o contexto educacional brasileiro. Foram incluídos artigos científicos revisados por pares, dissertações, teses, relatórios institucionais e documentos de políticas públicas que investigassem metodologias, práticas de implementação ou impactos do ensino de empreendedorismo no ensino médio. Excluíram-se trabalhos voltados exclusivamente ao ensino superior, publicações sem rigor metodológico e estudos que não apresentassem relação direta com o empreendedorismo corporativo.

A busca inicial resultou em 76 publicações consideradas relevantes. Após a aplicação criteriosa dos critérios de elegibilidade e a avaliação da qualidade metodológica dos estudos, 28 trabalhos foram selecionados para compor a análise.

Resultados e Discussão

A análise da literatura revela consenso sobre a importância do ensino de empreendedorismo corporativo no ensino médio, embora evidencie desafios pedagógicos e estruturais significativos. Dornelas (2014) estabelece fundamento teórico importante ao distinguir empreendedorismo corporativo de empreendedorismo tradicional, argumentando que o primeiro desenvolve capacidades de inovação dentro de estruturas organizacionais existentes. Esta perspectiva é fundamental para estudantes que provavelmente iniciarão suas carreiras como funcionários antes de eventualmente empreenderem. Santos et al. (2025) contribuem significativamente ao documentar experiência prática de oficina de empreendedorismo com 23 estudantes do ensino médio, demonstrando que metodologias ativas baseadas em design thinking promovem mudanças mensuráveis na percepção discente. Seu estudo evidenciou aumento de 40% para 88% na concordância dos alunos sobre sua capacidade de desenvolver novas ideias de negócio, e de 55% para 92% na compreensão do fracasso como parte natural do aprendizado empreendedor. Dolabela (2003) reforça que o ensino deve ser experiencial e baseado em projetos reais, propondo que estudantes aprendem empreendedorismo fazendo, não apenas estudando teorias. Lopes (2010) investiga metodologias ativas no ensino de empreendedorismo, demonstrando como aprendizagem baseada em problemas potencializa o desenvolvimento de competências empreendedoras. Hashimoto (2013) oferece perspectiva prática ao analisar casos de sucesso em escolas brasileiras, mostrando como integrar empreendedorismo corporativo ao currículo através de disciplinas optativas e projetos interdisciplinares. Entretanto, Lima-Filho (2009) alerta para desafios na formação docente, já que muitos professores não possuem experiência prática em empreendedorismo.

Conclusão

A revisão confirma o potencial do ensino de empreendedorismo corporativo no ensino médio para desenvolver competências essenciais nos jovens. Contudo, sua implementação eficaz requer formação docente especializada,

metodologias ativas e parcerias estratégicas com o setor empresarial para garantir experiências práticas autênticas.

Referências

DOLABELA, F. Pedagogia empreendedora: o ensino de empreendedorismo na educação básica, voltado para o desenvolvimento social sustentável. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

HASHIMOTO, M. Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

LIMA-FILHO, D. O. et al. A educação profissional no Brasil e o empreendedorismo no ensino médio. Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação, Rio de Janeiro, v. 17, n. 65, p. 595-618, 2009.

LOPES, R. M. A. (Org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, A. C. A. R. et al. Oficina de Empreendedorismo no Ensino Médio Tecnológico: Um Relato de Experiência e Impactos na Percepção Discente. Repositório Institucional UNAES, 2025. Disponível em: https://repositorio.pgsscogna.com.br/bitstream/123456789/78400/1/Oficina%20de%20Empreendedorismo%20no%20Ensino%20M%C3%A9dio%20Tecnol%C3%B3gico%20-%20Um%20Relato%20de%20Experi%C3%AAncia%20e%20Impactos%20na%20Percep%C3%A7%C3%A3o%20Discente.pdf. Acesso em: 30 set. 2025.