

COINTER PDVGT 2020

IV CONGRESSO INTERNACIONAL DE GESTÃO E TECNOLOGIAS

Edição 100% virtual | 02 a 05 de dezembro

ISSN:2596-0857 | PREFIXO DOI:10.31692/2596-0857

PRESENÇA DE CONTEÚDOS DE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO CURSO DE TELECOMUNICAÇÃO DO IFPE – CAMPUS RECIFE.

PRESENCIA DE CONTENIDOS DE EDUCACIÓN EMPREENDEDORA EN EL CURSO DE TELECOMUNICACIONES DE LA IFPE - RECETA DEL CAMPUS.

PRESENCE OF ENTREPRENEURIAL EDUCATION CONTENT IN IFPE'S TELECOMMUNICATION COURSE - CAMPUS RECIFE.

Apresentação: Comunicação Oral

Wesley da Silva Santana¹; Larissa Amanda Pereira da Silva²; Erick Viana da Silva³; Renata Cristine de Sá Pedrosa Dantas⁴;

DOI: <https://doi.org/10.31692/2596-0857.IVCOINTERPDVGT.0116>

RESUMO

No contexto da sociedade atual é evidente o surgimento de muitos negócios que desenvolvem a economia de um país. Muitos desses negócios são iniciados durante o processo de formação profissional levantando assim um conceito de “instituição empreendedora” e “empreendedorismo acadêmico”, pelo qual uma instituição vai além da formação, desempenhando um papel no Sistema de Inovação e no desenvolvimento do país.

Nesse sentido, o objetivo geral desta pesquisa é identificar as ações e conteúdos desenvolvidos de fomento ao empreendedorismo que estão sendo trabalhados no curso técnico subsequente de Telecomunicações no IFPE, Campus Recife, onde possui vinculação direta ao projeto ao qual se vincula atendendo ao objetivo específico de Identificar e mapear as ações desenvolvidas para incentivar o empreendedorismo no curso de Telecomunicações no IFPE, Campus Recife traçando os perfis dos sujeitos.

O campo de Pesquisa foi constituído por um campus do Instituto Federal de Pernambuco, os sujeitos da pesquisa foram os discentes e docentes atuantes no curso técnico subsequente Telecomunicações que possuem/possuíram atividades de pesquisa ou extensão nos últimos quatro anos. Esta pesquisa é de caráter exploratória, de campo e documental.

Ficou evidente a necessidade estimular e incentivar os professores e estudantes do Instituto a realizar atividades em relação ao empreendedorismo, é evidente também que existem esforços no campus para estimular o este tema, porém se faz necessário uma atenção mais direcionada ao curso em questão assim como realizar mais ações de conscientização e divulgação desses trabalhos nos institutos além das já existentes.

Ressaltamos a importância da proposta, pois tem subsídio para uma melhor compreensão de estratégias de fomentação e divulgação do empreendedorismo no IFPE e que impacta diretamente na formação dos alunos.

¹ Engenharia Mecânica, Instituto Federal de Pernambuco, wesley.s.santana@hotmail.com.

² Tecnologia de Gestão de Turismo, Instituto Federal de Pernambuco, larissaamanda05@gmail.com

³ Mestre, Instituto Federal de Pernambuco, erick.viana@recife.ifpe.edu.br

⁴ Doutora, Instituto Federal de Pernambuco, renatadantas@recife.ifpe.edu.br

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Técnico subsequente em Telecomunicações, educação.

RESUMEN

En el contexto de la sociedad actual, es evidente el surgimiento de muchas empresas que desarrollan la economía de un país. Muchos de estos negocios se inician durante el proceso de formación profesional, planteando así el concepto de "institución emprendedora" y "emprendimiento académico", mediante el cual una institución va más allá de la formación, desempeñando un papel en el Sistema de Innovación y en el desarrollo del país.

En este sentido, el objetivo general de esta investigación es identificar las acciones y contenidos desarrollados para promover el emprendimiento que se están trabajando en el posterior curso técnico en Telecomunicaciones en IFPE, Campus Recife, donde se vincula directamente con el proyecto al que se vincula, cumpliendo el objetivo específico de Identificar y mapear las acciones desarrolladas para fomentar el emprendimiento en el curso de Telecomunicaciones de IFPE, Campus Recife, perfilando los perfiles de los sujetos.

El campo de Investigación estuvo constituido por un campus del Instituto Federal de Pernambuco, los sujetos de la investigación fueron los estudiantes y profesores activos en el curso técnico posterior Telecomunicaciones que han / tenido actividades de investigación o extensión en los últimos cuatro años. Esta investigación es exploratoria, de campo y documental.

Se hizo evidente la necesidad de estimular y alentar a los docentes y estudiantes del Instituto a realizar actividades en relación al emprendimiento, también es evidente que hay esfuerzos en el campus para estimular esta temática, pero es necesario prestar más atención al curso en cuestión así como a realizar más acciones de sensibilización y difusión de estos trabajos en los institutos además de los ya existentes.

Destacamos la importancia de la propuesta, ya que brinda apoyo para una mejor comprensión de las estrategias de fomento y difusión del emprendimiento en IFPE y que impacta directamente en la formación de los estudiantes. **Palabras Clave:** Emprendimiento, Técnico Posterior en Telecomunicaciones, educación.

ABSTRACT

In the context of today's society, the emergence of many businesses that develop a country's economy is evident. Many of these businesses are started during the professional training process, thus raising the concept of "entrepreneurial institution" and "academic entrepreneurship", by which an institution goes beyond training, playing a role in the Innovation System and in the country's development.

In this sense, the general objective of this research is to identify the actions and contents developed to promote entrepreneurship that are being worked on in the subsequent technical course in Telecommunications at IFPE, Campus Recife, where it is directly linked to the project to which it is linked, meeting the specific objective of Identify and map the actions developed to encourage entrepreneurship in the Telecommunications course at IFPE, Campus Recife, outlining the profiles of the subjects.

The Research field was constituted by a campus of the Federal Institute of Pernambuco, the subjects of the research were the students and professors active in the subsequent technical course Telecommunications who have / had research or extension activities in the last four years. This research is exploratory, field and documentary.

It became evident the need to stimulate and encourage teachers and students of the Institute to carry out activities in relation to entrepreneurship, it is also evident that there are efforts on campus to stimulate this theme, but it is necessary to pay more attention to the course in question as well as to carry more awareness actions and dissemination of these works in the institutes in addition to those already existing.

We emphasize the importance of the proposal, as it provides support for a better understanding of strategies for fostering and disseminating entrepreneurship at IFPE and which directly impacts on the training of students.

Keywords: Entrepreneurship, Subsequent Technician in Telecommunications, education.

INTRODUÇÃO

Com a assinatura do decreto 7.566, em 23 de setembro de 1909, deu-se início a criação de diferentes unidades federativas, as Escolas Técnicas Federais (ETFs) e os Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFETs). Contudo, apenas de 2008, com a aprovação da lei 11.892 estes centros tecnológicos passaram a ser caracterizados como Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IFs) que tem, de acordo com a Lei de criação dos Institutos Federais na Seção II, artigo 6º, itens I, VII, VIII e IX, a obrigação de: ofertar educação profissional e tecnológica, em todos os seus níveis e modalidades, formando e qualificando cidadãos com vistas na atuação profissional nos diversos setores da economia, com ênfase no desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional, e realizar e estimular a pesquisa aplicada, a produção cultural, o empreendedorismo, o cooperativismo e o desenvolvimento científico e tecnológico, com apoio à formação empreendedora por meio de programas institucionais, como: eventos de formação empreendedora (workshops, seminários, desafios), a criação de habitats de inovação (pré-incubadoras, incubadoras, apoio à implantação de parques tecnológicos), assim como a institucionalização das empresas juniores (PPI, 2014-2018).

O IFPE tem em sua essência a capacidade de formar profissionais técnicos, capazes de assumir a função empreendedora como alternativa aos empregos formais que já não comportam a alta demanda oferecida pelo mercado de formação profissional.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no primeiro trimestre de 2019, a taxa de desemprego no Brasil chegou a 12,7%, o que representa 13,4 milhões de pessoas (G1, 2019) . Este dado mostra que os empregos formais estão diminuindo cada vez mais no país, apontando como saída o empreendedorismo, que torna o cidadão comum capaz de transformar realidades.

Desta forma, se torna crucial que o profissional técnico tenha conhecimento adequado para esta nova formatação social que se apresenta no mercado. Sendo também, papel da instituição de ensino, dos educadores de fomentar o conhecimento, não somente, técnico como também humano e empreendedor para que tal profissional se torne apto a enfrentar o mercado de trabalho.

Diante desse cenário, é evidente o surgimento de muitos negócios que desenvolvem a economia de um país. Muitos desses negócios são iniciados durante o processo de formação profissional levantando assim um conceito de “instituição empreendedora” e

“empreendedorismo acadêmico”, pelo qual uma instituição vai além da formação, desempenhando um papel no Sistema de Inovação e no desenvolvimento do país.

Nesse sentido, o objetivo geral desta pesquisa é identificar as ações e conteúdos desenvolvidos de fomento ao empreendedorismo que estão sendo trabalhados no curso técnico subsequente de Telecomunicações no IFPE, Campus Recife, onde possui vinculação direta ao projeto ao qual se vincula atendendo ao objetivo específico de Identificar e mapear as ações desenvolvidas para incentivar o empreendedorismo no curso de Telecomunicações no IFPE, Campus Recife traçando os perfis dos sujeitos. Como metodologia elegemos uma pesquisa de caráter exploratória, de campo e documental.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Sabemos que o ato de empreender surge através da procura de oportunidades de negócios, tendo no seu cerne o desenvolvimento e busca de inovações que ao agregar valor a produtos e serviços. Este fenômeno está permanentemente preocupado com a gestão de recursos e com os conceitos de eficiência e eficácia tendo como uma de sua característica a paixão e dedicação intensa àquilo que quer realizar, ganhando conhecimento através de experiências, avaliando e controlando o seu comportamento em busca do desenvolvimento de sua ideia.

Nesse sentido, ainda pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Sendo a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas. Para Drucker (1986, p.25), “[...] os empreendedores precisam buscar as fontes de inovação, as transformações e os sinais que apontam oportunidades para que uma inovação tenha sucesso”. O autor acrescenta ainda que a inovação é o ato que “contempla os recursos com a nova capacidade de desenvolver riqueza” (DRUCKER (1986, p. 25-39).

O mesmo se torna umas das ferramentas cruciais para muitos tipos de empresas, seja (pequena, grande, nova, experiente, manufatureira, prestadora de serviço etc), sendo possível ressaltar a sua importância para o desenvolvimento de tecnologias através de pesquisas, necessidade de criação ou resolução de problemas, onde é visto mais como um fenômeno individual, conectado à criação de empresas, aproveitando-se de uma oportunidade ou simplesmente por necessidade do comércio ou da sociedade. É também um fenômeno social que pode levar o indivíduo ou uma comunidade a desenvolver capacidades de solucionar problemas e de buscar a construção do próprio futuro, ou seja, de gerar Capital Social e Capital Humano (ZARPELLON, 2010, p. 48).

De acordo com Hitt; Ireland; Hoskisson (2008), o espírito do empreendedorismo é explorar e identificar as oportunidades empreendedoras – ou seja, reconhecer oportunidades que os outros não vêem ou das quais não valorizam o seu potencial comercial. Como um processo, o empreendedorismo resulta na destruição criativa de produtos existentes (bens e serviços) ou dos métodos para produzi-los e os substitui por novos produtos e métodos de produção.

Pode-se dizer que o empreendedorismo está ligado a satisfação das necessidades com a disposição para enfrentar crises, explorando oportunidades e curiosidades com inovação e criatividade. Assim, para Fillion (2000) um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, além de ser uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, mantendo um nível de consciência do ambiente em que vive e utilizando-o para detectar oportunidades de negócios.

Desta forma, o estudo das características empreendedoras se torna importante não só no contexto empresarial, mas como no contexto pessoal, tornando-o mais seguro e atento ao alcance de objetivos pode-se afirmar que eles são pessoas visionárias que identificam oportunidades e criam negócios lucrativos, dispostos a suprir as necessidades dos consumidores que estão sempre em busca de novos produtos, novas tecnologias e serviços de qualidade que superem as suas expectativas.

O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas capacidades racionais e intuitivas e desenvolvimento e crescimento da pro atividade do indivíduo.

Segundo Drucker (1986) não faz diferença alguma se o empreendedor é uma empresa ou uma organização de serviço público sem fins lucrativos, nem sequer se o empreendedor é uma instituição governamental ou não-governamental. As regras são quase as mesmas, as coisas que funcionam e as que não funcionam são similares como são os tipos de inovação e onde procurá-los.

Ainda de acordo, com o autor supracitado a inovação é uma ferramenta de cunho específico dos empreendedores, pois é a forma pela qual eles observam as mudanças na sociedade como oportunidade de negócios diferentes. Assim, os empreendedores precisam buscar a inovação, conhecer seus princípios e colocá-los em prática.

Nesse entendimento, está na concepção do conhecimento empreendedor entender a importância da inovação na construção de processos e enxergar novas oportunidades em contextos estáticos ou mesmo de grandes mudanças, refletindo a sua visão de mundo. Assim,

As organizações criadas por empreendedores, no entanto, só, na realidade, uma

extrapolação de seus mundos subjetivos. O que os empreendedores fazem está intimamente ligado à maneira como interpretam o que está ocorrendo em um setor em particular do meio. Seu conhecimento de um mercado específico ou do desenvolvimento de um novo produto ou de um novo processo fabril irá levá-los a ter uma visão de alguma coisa diferente e a comercializá-la. Definem maneiras de fazer as coisas que refletem o que eles próprios são, e o sucesso deles depende do quanto àquilo que foi definido é adequado e diferente e o quanto isso satisfaz as necessidades variáveis das pessoas. Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo (FILION, 2000, p.03).

Dessa forma, para Hisrich e Peters (2004, p. 29) o empreendedorismo consiste em um “Processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal”, além de cooperar com o desenvolvimento econômico social.

Nessa perspectiva, Chiavenato (2012, p.12) afirma que, o empreendedor mostra como característica básica como a necessidade de realização, que são indivíduos que gostam de competir, que apresentam uma necessidade de ser responsáveis por tarefas complexas e objetivos mais elevados que atribuem a si próprio, outra característica bem evidente e essencial para um bom empreendedor que consiste na capacidade de assumir riscos, sejam eles financeiros decorrentes ao investimento realizado no seu produto ou serviço investindo o próprio dinheiro. Além de abandono do emprego para se dedicar exclusivamente ao seu negócio, assumindo a possibilidade do fracasso de um negócio arriscado. Outra característica descrita é a autoconfiança que auxilia significativamente na segurança de correr atrás do seu sonho sem medo dos desafios que existem ao seu redor tendo domínio dos problemas que surgirem.

Nesse contexto, Dornelas (2007) enfatiza que não há um modelo único de empreendedor ou uma definição única, que possa ser identificado, apesar das inúmeras pesquisas existentes sobre o tema terem como objetivo principal encontrar um estereótipo universal, e não encontrando, disse que é difícil rotular alguém e que se tornar empreendedor possa acontecer com qualquer pessoa. Ainda para esse autor, o empreendedorismo é a interação de pessoas e processos que, em conjunto, transformam ideias em oportunidades.

Nessa perspectiva, Hisrich e Peters (2004, p. 29) resumem que em quase todas as definições de empreendedorismo há um consenso em que se trata de um comportamento que

inclui: (1) tomar iniciativa, (2) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático, e (3) aceitar o risco ou o fracasso.

Assim, investir na formação empreendedora pode proporcionar a construção de novas oportunidades e extrapolar as realidades estabelecidas atualmente pelos mercados.

OBJETIVO

O objetivo desta pesquisa é identificar e mapear as ações e conteúdos desenvolvidos de fomento ao empreendedorismo, como projetos/programas de extensão, pesquisa e/ou ensino nas áreas de empreendedorismo, inovação e/ou cooperativismo, que estão sendo trabalhado no curso técnico subsequente de Telecomunicações no IFPE no Campus Recife, traçar o perfil dos sujeitos participantes das ações e por fim Analisar os principais resultados das ações e apresentar possíveis propostas, a partir dos levantamentos, para o desenvolvimento da educação empreendedora no curso técnico subsequente de Telecomunicações no IFPE – Recife.

METODOLOGIA

O campo de Pesquisa foi constituído pelo Instituto Federal de Pernambuco- Campus, Recife. Os sujeitos de pesquisa foram discentes e docentes que atuam no curso técnico de Telecomunicação e que realizem ou realizaram atividades relacionadas ao empreendedorismo nos últimos quatro anos.

A presente pesquisa se refere a uma pesquisa de natureza exploratória, com abordagem quanti-qualitativa, com objetivos descritivos e *ex-post-fato* (LAKATOS & MARCONI, 2003), perante este fato, tomando-se por base foram feitos levantamento dos trabalhos voltados aos temas sobre Empreendedorismo, junto com uma análise dos documentos oficiais dos campus IFPE, como o PDI (Plano de Desenvolvimento Institucional) e os Relatórios de Gestão, com foco na identificação de ações realizadas pelo/no mesmo, na intenção de incentivar ou desenvolvimento projetos de empreendedorismo envolvendo instituições internacionais no IFPE.

Foram analisadas também, as publicações realizadas no site oficial do IFPE, com o intuito de analisar as ações realizadas no campus, visto que este meio concentra todas as ações oficiais do campus e o currículo lattes do professores do curso em questão observando os títulos dos trabalhos publicados e a participação dos mesmos em congressos e eventos

utilizando palavras chaves como empreendedorismo, inovação e cooperação. Além disso, foi realizado um questionário com os alunos do curso para observar o impacto e como empreendedorismo é tratado pelos mesmos.

A pesquisa obteve três momentos: análise documental, onde foram analisados os documentos do IFPE relativos ao empreendedorismo com instituto, publicações realizadas no site oficial do IFPE, objetivando analisar as ações realizadas no campus, visto que este meio concentra todas as ações oficiais do campus, no segundo momento ocorreu uma pesquisa baseada nos currículos lattes dos docentes do curso técnico de telecomunicações, e, por último uma aplicação de um questionário com os alunos do curso com objetivo de se compreender como se deu os processos de participação e resultados de atividades empreendedoras no curso.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Fazer a descrição dos dados obtidos e principais resultados, fazer relação entre os dados obtidos e as hipóteses de pesquisa, apresentar dados inesperados que apareceram e que acha interessante destacar. Interpretar os resultados e discutir, tendo como base a fundamentação teórica.

De acordo com Rocha (2012) a formação empreendedora tem como uma de suas características a inter e multidisciplinar necessitando assim de uma abordagem com bases teóricas associadas com atividades práticas. Nesse entendimento, essa pesquisa teve início com uma análise do perfil curricular do curso técnico subsequente de telecomunicações, onde foi observado que a disciplina de empreendedorismo encontra-se no segundo período classificado como básica sendo uma estratégia da instituição. Onde visa criar o pensamento do estudante a com respeito ao empreendedorismo aplicado ao curso que pode ser desenvolvido durante o do ciclo de ensino profissional.

Observou-se que ementa da cadeira de empreendedorismo consiste em conceitos sobre o empreendedorismo, comportamento empreendedor, identificação de oportunidades e análise de mercado, pesquisa de mercado, motivação, liderança, auto-estima, estrutura de uma empresa e plano de negócios.

Foi observada, ainda, a formação do corpo docente do curso em questão que, atualmente, é composto por 31 Professores (as). A segunda parte da pesquisa decorreu pela análise dos currículos Lattes dos mesmos onde foi observado que dentre o corpo docente, do

curso em questão, 26% dos professores tem participações em congressos. Como podemos observar nos gráficos a seguir.

Análise de participações de congressos

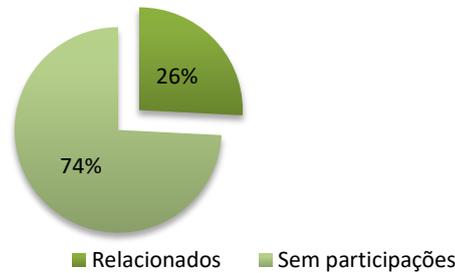


GRÁFICO 01: Análise das participações dos docentes em congressos.

Podemos observar a presença de 26% dos professores em congressos o que podemos nos reportar a Drucker (1986) quando salienta que um dos instrumentos específicos do empreendedor é a inovação, onde desenvolvem diferentes serviços explorando oportunidades negócios em diferentes áreas desta forma buscam inovar e se destacando no mercado de negócios.

Professores com trabalhos publicados sobre inovação ou empreendedorismo

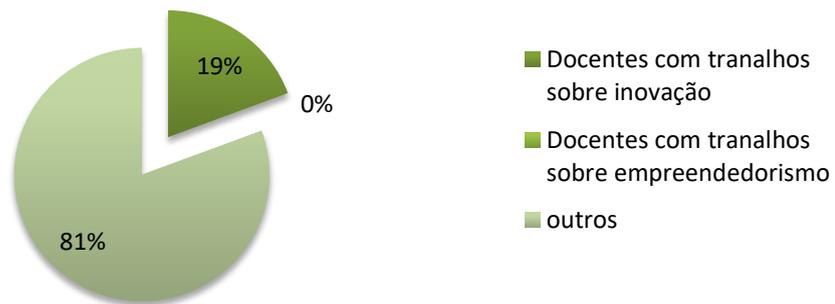


GRÁFICO 02: Análise dos professores com trabalhos publicados sobre inovação ou empreendedorismo.

Em relação aos trabalhos publicados e descritos pelos docentes foi observado que 19% publicaram trabalhos com cunho de inovação, porém nenhum deles publicou trabalhos relacionados ao empreendedorismo.

Faixa etária dos estudantes

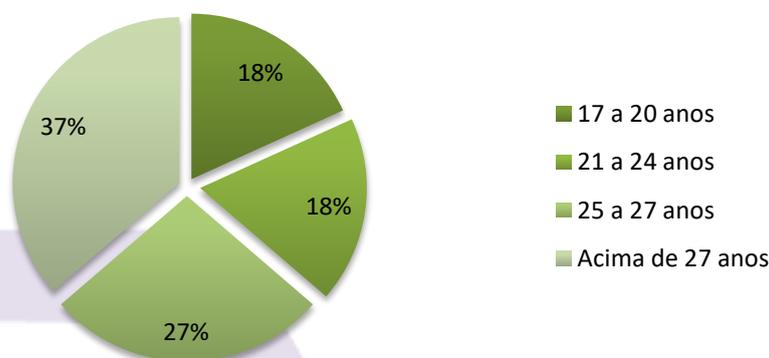


GRÁFICO 03: Faixa etária dos estudantes.

É possível observar que atualmente existem 133 estudantes matriculados (as) no curso técnico de telecomunicações, dentre estes foi aplicado um questionário com uma amostra de 11 estudantes que compreende 8,3% do total. Tais estudantes estão assim distribuídos por faixa etária; 18% têm de 17 a 20 anos, 18% de 21 a 24 anos, 27% entre 25 a 27 anos e 37% são maiores de 27 anos. Resultado que mostra que a maioria dos estudantes desse do curso são pessoas com idades maiores.

Turno das Aulas

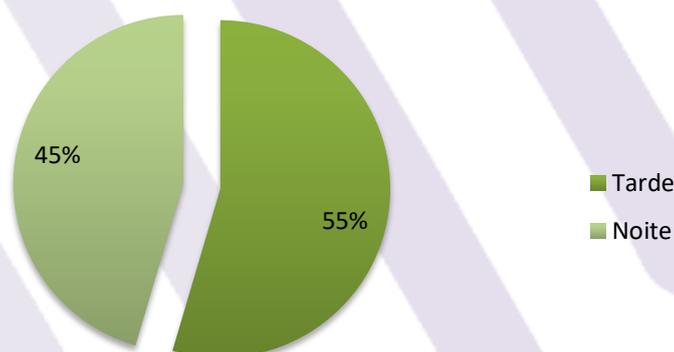


GRÁFICO 04: Turno de aula dos estudantes.

Em relação aos turnos das aulas foi possível identificar que maioria esta matriculada no turno vespertino. Ficando assim distribuídas; 55% cursando no período da tarde e 45% turno da noite. É possível observar que há uma diferença apenas de 5% entre o quantitativo entre os matriculados nos turnos vespertino e noturno.

Pais ou parentes próximos possuem atividade empresarial (formal ou informal)

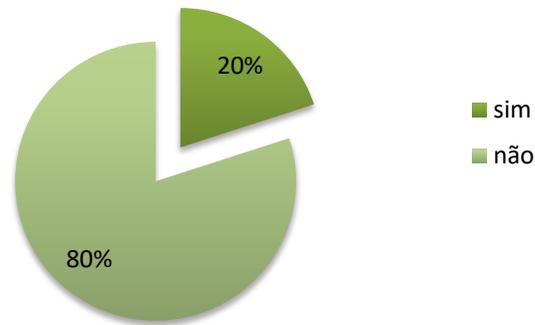


GRÁFICO 05: Atividades empresariais na família.

Quando questionados se na família, pais ou parentes possuíam atividade empresarial formal ou informal foi observado que 20% dos estudantes possuem parentes com um negócio próprio e em sua maioria não possui atividades empresariais.

Pessoas Inovadoras

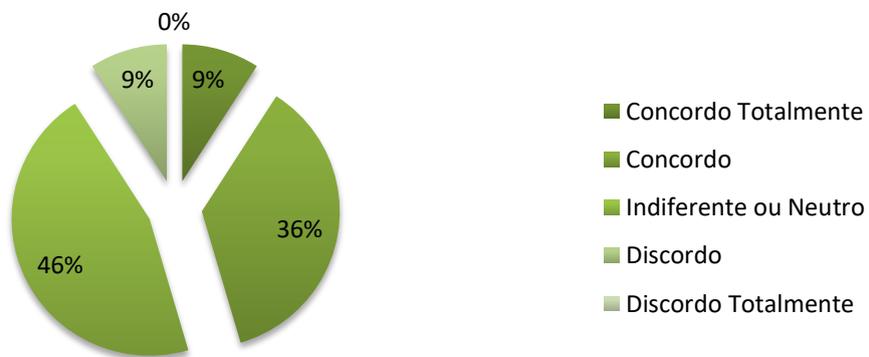


GRÁFICO 06: Pessoas Inovadoras.

É possível observar que ao serem questionados se consideravam pessoas inovadoras, os (as) estudantes, deveriam se localizar entre as opções; concordo totalmente, concordo, indiferente ou neutro, discordo e discordo totalmente. Como resultado obtivemos o seguinte; 9% concordam totalmente que é uma pessoa inovadora, 36% concordam, 46% apresentaram serem Indiferentes ou Neutros, 9% discordam e 0% discorda totalmente deste pensamento.

Trabalho em Equipe



GRÁFICO 07: Trabalho em equipe.

Em relação ao gostar de trabalhar em equipe 18% concordam totalmente que gostam de realizar atividades em grupo, 27% concordam, 46% indiferente ou neutro, 9% discordam e 0% discorda. Resultado que mostra que a maioria dos (as) estudantes apresenta indiferença ou neutralidade quando se fala em trabalhar em equipe.

Gostam de ajudar pessoas



GRÁFICO 08: Gostam de ajudar pessoas

Nesse gráfico podemos observar que a maioria dos (as) estudantes gosta de ajudar pessoas. Elevando, assim, o sentimento de solidariedade dessa maioria. O resultado se apresenta na seguinte porcentagem; 64% concordam totalmente, 18% concordam, 9% são indiferentes ou neutros, 9% discordam e 0% discorda totalmente.

Gostam de ir a palestras/cursos/oficinas fora do ambiente escolar



GRÁFICO 09: Gostam de ir às palestras/cursos/oficinas fora do ambiente escolar.

Fica evidente nesse gráfico o interesse pela qualificação e conhecimento dos (as) estudantes. Onde a maioria admite gostar de participar de eventos como palestras e afins. Quando questionados (as) o resultado foi o seguinte: 18% concordam totalmente que são estudantes que gostam de participar destes eventos, 55% concordam com esta afirmação, 18% são indiferentes 0% discorda e 9% discordam totalmente desta afirmação.

Estudantes que gostam de participar de projetos do IFPE



GRÁFICO 10: Gosta de participar de projetos do IFPE

O interesse dos (as) estudantes fica evidente nesse gráfico quando questionados se gostam de participar de projetos dentro do IFPE. Uma vez que 18% afirmaram que concordam totalmente que gostam de participar de projeto do IFPE, 55% concordam com essa afirmativa, 18% são indiferentes ou neutros, 9% discordam e 0% discorda totalmente

desta afirmação.

Desenvolve novos trabalhos

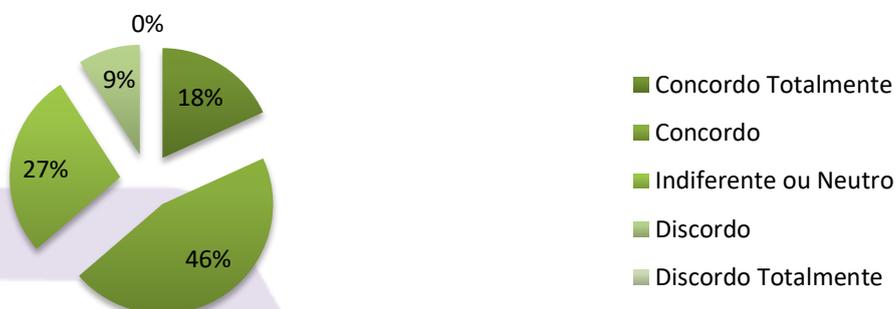


GRÁFICO 10: desenvolve novos trabalhos

Em relação a inovação dos trabalhos foi possível observar que a maioria gosta de desenvolver novos trabalhos. Dentre eles 18% concordam totalmente que gostam desenvolver essas atividades, 46% dos estudantes concordam com essa afirmação, 27% se classificam indiferente, 9% discordam e nenhum discorda totalmente.

Pessoa Dinâmica



GRÁFICO 11: Pessoa Dinâmica

Em relação à dinâmica o resultado ficou assim distribuído: 9% dos (as) estudantes responderam que concordam totalmente em ser uma pessoa dinâmica, 46% afirmaram que concordam, 27% são indiferentes ou neutro, 18% discorda e ninguém discorda totalmente.

Sabe o que é protagonismo estudantil?



GRÁFICO 12: Protagonismo estudantil

É possível perceber que quando se trata do conhecimento sobre protagonismo estudantil os (as) estudantes estão divididos apenas por 5% por cento em relação à definição do que seja protagonismo estudantil. 55% afirmaram conhecer o que significa e 45% não conhecem.

Gostão de desenvolver novos projetos

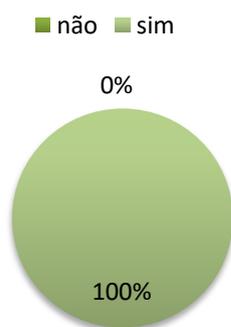


GRÁFICO 13: Gestão de desenvolver novos projetos

Quando questionados se gostam de desenvolver novos projetos 100% dos alunos afirmaram que sim. O que revela um indicativo positivo para os (as) estudantes.

Participação em projetos de pesquisa

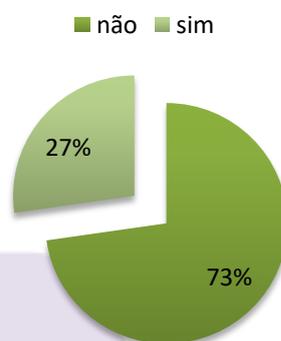


GRÁFICO 14: Participação em projetos de pesquisa

Em relação á participação em projeto de pesquisa a maioria dos (as) estudantes afirmam que não participam. Ficando assim distribuídos; 73% não participavam e 27% participaram. Um percentual que demonstra a pouca participação desses (as) estudantes em pesquisa, seja por interesse ou incentivo.

Participação em projetos de extensão

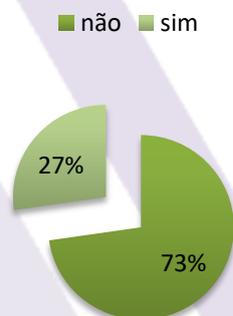


GRÁFICO 15: Participação em projetos de extensão

Quando questionados se participaram de algum projeto de extensão 73% afirmaram que não participavam e 27% afirmaram que já participaram de algum projeto de extensão. Um percentual também que demonstra o pouco engajamento em projetos acadêmicos.

IFPE estimula o protagonismo estudantil



GRÁFICO 15: IFPE estimula o protagonismo estudantil

Quando questionados se o IFPE estimula o protagonismo estudantil 37% afirmaram concordam totalmente que o IFPE estimula os alunos a serem protagonista e 63% concordam, 0% são indiferentes, discordam ou discordam totalmente. Percentual que revela o papel importante da Instituição no estímulo ao protagonismo estudantil.

Educação empreendedora

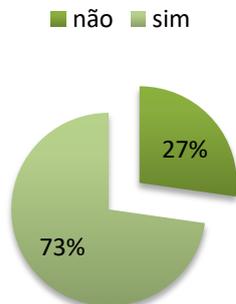


GRÁFICO 16: Educação empreendedora

Em relação ao conhecimento sobre a educação empreendedora, 27% dos (as) estudantes afirmaram que não e 73% afirmaram que sim.

No curso existe uma disciplina de empreendedorismo

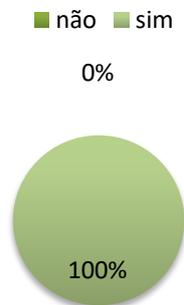


GRÁFICO 16: No curso existe uma disciplina de empreendedorismo

Sobre a oferta de disciplina sobre empreendedorismo no curso, 100% dos (as) estudantes, revelam a existência da referida disciplina em sua grade curricular.

Alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo

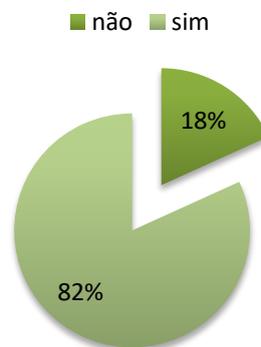


GRÁFICO 17: Alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo

Quando questionados se já cursaram a disciplina de empreendedorismo, 82% dos alunos afirmaram que sim e 18% afirmaram não.

Já pensou em empreender, desenvolver um produto ou serviço

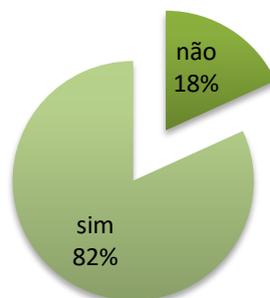


GRÁFICO 18: Alunos que cursaram a disciplina de empreendedorismo

Em relação ao interesse em empreender ou desenvolver um produto ou serviço, os (as) estudantes, em sua maioria, responderam que sim. Dentre os quais 82% afirmaram que sim e 18 % afirmaram que não.

Já participou de atividades em outras disciplinas que precisasse de conhecimento de empreendedorismo



GRÁFICO 19: Já participou de atividades em outras disciplinas que precisasse de conhecimento de empreendedorismo.

Em relação ao uso do conhecimento sobre empreendedorismo em outras disciplinas, a maioria afirmou que sim. Dentre esses 55% sim e 45% afirmaram que não.

Diante dessa análise foi possível identificar que 45% dos estudantes se identificam como pessoas inovadoras, 45% dos estudantes gostam de trabalhar em equipe, 64% gostam de

UMA PARTE DO TÍTULO EM PORTUGUÊS, NEGRITO, CAIXA ALTA

ajudar pessoas, 64% dos mesmos gostam de desenvolver novos trabalhos, 45% são pessoas dinâmicas e 100% gostam de desenvolver novos projetos mostrando assim que os mesmos têm o perfil de pessoas empreendedoras.

Durante a realização dessa pesquisa foi identificado ações de empreendedorismo no campus como as Células Empreendedoras que realizou uma maratona e Workshop voltados ao empreendedorismo, além desta, ocorreu a Startup in School trazendo uma imersão. Tal maratona voltada para o empreendedorismo, porém não foram identificadas ações específicas para incentivarem aos (as) estudantes do curso técnico subsequente de telecomunicações

CONCLUSÕES

De acordo com os resultados apresentados, é possível afirmar que se faz necessário continuar investindo e trabalhando com os (as) professores (as) e estudantes sobre o tema de empreendedorismo no curso técnico de telecomunicações. Pois uma das finalidades do Instituto, de acordo com a lei Nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008 (Lei de criação dos Institutos Federais) é: realizar e estimular o empreendedorismo.

Nessa perspectiva, essa pesquisa aponta para necessidade estimular e incentivar os professores e estudantes do Instituto a realizar atividades em relação ao empreendedorismo, é evidente também que existem esforços no campus para estimular o tema desenvolvido nessa pesquisa, pois o mesmo proporcionou atividades, palestras e maratonas, porém se faz necessário uma atenção mais direcionada ao curso em questão assim como realizar mais ações de conscientização e divulgação desses trabalhos nos institutos além das já existentes. Aliado a isso, proporcionar e oferecer meios para a realização dessas atividades. Ressaltamos, ainda, a importância da proposta, pois tem subsídio para uma melhor compreensão de estratégias de fomentação e divulgação do empreendedorismo no IFPE e que impacta diretamente na formação dos alunos.

Considerando que toda pesquisa tem sua especificidade, dentre essas, as dificuldades, este trabalho também apresentou algumas no decorrer de sua construção. Durante seu desenvolvimento, uma das mais expressivas foi a de obter os dados para análise, visto que no site oficial do IFPE, não contém alguns documentos de anos anteriores com maiores descrições dos títulos de trabalhos aprovados pelo referido Instituto. Além da organização desses trabalhos no site.

Dentre as dificuldades, foi identificada, a falta de uma atenção mais direcionada ao curso em questão e a realização de mais ações de conscientização e divulgação dos trabalhos

realizados nos institutos, além das já existentes.

Por fim, ressaltamos uma das maiores, se não, a maior, que foi o surgimento da pandemia de COVID19 que, devido aos protocolos exigidos pelas autoridades sanitárias, proibiu o contato o direto com alunos e professores, dificultando a obtenção de dados e prejudicando aplicação dos questionários previstos na construção da pesquisa desta forma obteve uma redução na amostra do questionário aplicado.

REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. – 4. ed. – Barueri, SP: Manole, 2012.
- DRUCKER, Peter. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1986.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém complementares**. In. Revista de Administração de Empresas / EAESP / FGV, São Paulo, Brasil RAE Light • v. 7 • n. 3 Jul./Set. 2000. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rae/v40n3/v40n3a13.pdf>. Acesso em: 16 de setembro de 2020.
- HIIT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração estratégica: competitividade e globalização**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo. Ed Bookman**, 5.ed, Porto Alegre, 2004.
- NOBREGA, Glauco Tapijara Vallicelliet al. **Despertando o espírito empreendedor na educação tecnológica: a realização de atividades para fomento do empreendedorismo no Cefet-Rj/Campus Angra Dos Reis**. Caminho Aberto: Revista De Extensão Do Ifsc, p. 25-35, 2018.
- OLIVEIRA, Maria de Fátima Silva; MARTINS, Edlaine Correia Sinézio. **Educação Empreendedora no curso de Administração No Instituto Federal De Educação, Ciência E Tecnologia Da Paraíba–Ifpb**. *Educación, Desarrollo e Innovación Social*, p. 127, 2018.
- PORTAL DE NOTÍCIAS G1. **Desemprego sobe para 12,7% em março e atinge 13,4 milhões de brasileiros**. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/04/30/desemprego-sobe-para-127percent-em-marco-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: maio de 2019.
- BRASIL. **Lei 11.892 de 29 de Dezembro de 2008**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11892.htm. Acesso em: 27 jul. 2019.
- ROCHA, E. L. C. **A influência da participação em atividades educacionais de formação em empreendedorismo no perfil empreendedor de estudantes de administração de empresa**. *Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias* ISSN 1982-2596 RPCA | Rio de Janeiro | v. 10 | n. 3 | jul./set. 2016 | 60-81 | 81- Dissertação de Mestrado em Administração – Centro de Estudos Sociais Aplicados. Universidade Estadual do Ceará.

97 p. 2012.

ZARPELLON, S. C. (2010). **O empreendedorismo e a teoria econômica institucional.** Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía, 1(1), pp. 47-55.

