COINTER PDVGT 2021

V CONGRESSO INTERNACIONAL DE GESTÃO E TECNOLOGIAS

Edição 100% virtual | 01 a 03 de dezembro

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

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO AMBIENTAL DO IFPE – CAMPUS RECIFE SOBRE A IMPORTÂNCIA DA FUNDAÇÃO DE UMA EMPRESA JÚNIOR NA ENTIDADE

THE VIWE OF THE STUDENTS OD THE HIGHER TECHNOLOGY COURSE IN ENVIRONMENTAL MONAGEMENT AT IFPE – RECIFE CAMPUS ABOUT THE IMPORTANCE OF FOUNDING A JUNIOR COMPANY IN THE ENTITY

LA OPINIÓN DE LOS ALUMNOS DEL CURSO DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EM GESTIÓN AMBIENTAL DE IFPE – CAMPUS RECIFE SOBRE LA IMPORTANCIA DE FUNDAR UNSA EMPRESA JUNIOR EN LA ENTIDAD

Apresentação: Comunicação Oral

Guilherme Ferreira Duarte¹; Derek Luiz Alves dos Santos²; Erick Viana da Silva³; Heloisa de Barros Dantas⁴; Rosangela Rodrigues Lima dos Santos⁵

DOI: <https://doi.org/10.31692/2596-0857.VCOINTERPDVGT.0017>

RESUMO

Empresa Júnior é uma entidade associativa e cooperativa de alunos de curso superior das diversas áreas que visa trazer a prática para as diversas áreas do conhecimento, proporcionando uma vivência empresarial por meio do Movimento Empresa Júnior (MEJ). No contexto da implementação de uma Empresa Júnior, o objetivo da pesquisa é analisar a percepção dos estudantes do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) – *Campus* Recife no contexto da criação e interesse de participação em uma Empresa Júnior. Para tal, foi realizada uma pesquisa aplicada de abordagem quantitativa com caráter censitário, da qual obteve-se 45 respostas a partir dos questionários ora aplicados de forma eletrônica, durante o período contextual da Pandemia da COVID-19 (coronavírus). Como resultados, foi observado que mesmo com a maioria dos entrevistados tendo interesse em desenvolver projetos, parte considerável nunca teve essa oportunidade de participação. Nas questões voltadas para o empreendedorismo ficou claro o interesse dos alunos sobre o tema, mesmo sendo necessário um maior estímulo acadêmico no âmbito estudado. Também foi constatado que 100% dos respondentes julgaram como importante a criação de uma Empresa Júnior no *Campus* e 72,8% demonstraram interesse em participar. No contexto do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental a ideia de implementação de uma Empresa Júnior se mostra como uma potencialidade para fomentar o empreendedorismo e atividades extensionistas. Conclui-se ainda que o ensino sobre o empreendedorismo precisa ser difundido no currículo do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental, principalmente em transversalidade em outras disciplinas.

1 Graduando em Engenharia Civil, Instituto Federal de Pernambuco - IFPE, gfd@discente.ifpe.edu.br

2 Mestre, Instituto Federal de Pernambuco - IFPE, derek.alves@recife.ifpe.edu.br

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

4 Cursista do Técnico em Química Industrial, Instituto Federal de Pernambuco - IFPE, hbd@discente.ifpe.edu.br

5 Graduada em Gestão de Turismo, Instituto Federal de Pernambuco - IFPE, rrls@discente.ifpe.edu.br

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Iniciativas discentes, Movimento Empresa Júnior, Curso de Gestão Ambiental.

RESUMEN

Junior Enterprise es una entidad asociativa y cooperativa de estudiantes de educación superior de diferentes áreas que tiene como objetivo llevar la práctica a las diversas áreas del conocimiento, brindando una experiencia empresarial a través del Movimiento de Empresas Junior (MEJ). En el contexto de la implementación de una Empresa Junior, el objetivo de la investigación es analizar la percepción de los estudiantes del Curso de Tecnología de Gestión Ambiental en el Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) - *Campus* de Recife en el contexto de la creación e interés en participar en una empresa junior. Para ello, se realizó una encuesta aplicada de enfoque cuantitativo con censo, de la cual se obtuvieron 45 respuestas de los cuestionarios ahora aplicados electrónicamente, durante el período contextual de la Pandemia COVID-19 (coronavirus). Como resultado, se observó que incluso con la mayoría de los encuestados interesados en desarrollar proyectos, una parte considerable nunca tuvo esta oportunidad de participar. En las preguntas enfocadas al emprendimiento, el interés de los estudiantes por la asignatura fue claro, aunque se necesita un mayor estímulo académico en el ámbito estudiado. También se encontró que el 100% de los encuestados consideró importante la creación de una Empresa Junior en el *Campus* y el 72,8% mostró interés en participar. En el contexto del Curso de Educación Superior en Tecnología en Gestión Ambiental, la idea de implementar una Empresa Junior se muestra como un potencial para fomentar el emprendimiento y las actividades de extensión. También se concluye que la enseñanza sobre el emprendimiento necesita ser difundida en el plan de estudios del Curso Superior de Tecnología en Gestión Ambiental, principalmente en términos de transversalidad en otras disciplinas.

Palabras Clave: Emprendimiento, Iniciativas Estudiantiles, Movimiento Empresarial Junior, Curso de Gestión Ambiental.

ABSTRACT

Junior Enterprise is an associative and cooperative entity of higher education students from different areas that aims to bring practice to the various areas of knowledge, providing a business experience through the Junior Enterprise Movement (MEJ). In the context of implementing a Junior Company, the objective of the research is to analyze the perception of students from the Environmental Management Technology Course at the Federal Institute of Pernambuco (IFPE) - Recife *Campus* in the context of the creation and interest in participating in a Junior Company. To this end, an applied survey of a quantitative approach with a census was carried out, from which 45 responses were obtained from the questionnaires now applied electronically, during the contextual period of the COVID-19 Pandemic (coronavirus). As a result, it was observed that even with the majority of respondents being interested in developing projects, a considerable part never had this opportunity to participate. In the questions focused on entrepreneurship, the interest of students in the subject was clear, even though greater academic stimulation is needed in the scope studied. It was also found that 100% of respondents considered the creation of a Junior Company on the *Campus* as important and 72.8% showed interest in participating. In the context of the Higher Education Course on Technology in Environmental Management, the idea of implementing a Junior Company is shown as a potential for fostering entrepreneurship and extension activities. It is also concluded that teaching about entrepreneurship needs to be disseminated in the curriculum of the Environmental Management Technology Course, mainly in terms of transversality in other disciplines.

Keywords: Entrepreneurship, Student Initiatives, Junior Enterprise Movement, Environmental Management Course.

INTRODUÇÃO

Atualmente, o mercado procura indivíduos que ultrapassem o conhecimento técnico, torna-se importante que o profissional tenha uma via independente e criativa, que possua a capacidade de trabalhar bem em equipe. A preocupação na atualidade é encontrar funcionários que possuam determinadas competências e possam desenvolvê-las na instituição, e, entre os pontos necessários para admissão está a vertente empreendedora do profissional.

Nesse contexto, é importante que durante a formação profissional, os acadêmicos busquem estas competências empreendedoras solicitadas pelo mercado, seja pela grade curricular ou através de atividades extracurriculares, como: estágios, cursos, treinamentos, palestras, projetos de pesquisa, extensão e ensino. Ainda existe um modelo de capacitação e preparação para o meio profissional, a partir das Empresas Juniores, essas proporcionam o desenvolvimento pessoal e profissional de seus membros, através da vivência empresarial.

A Empresa Júnior é uma associação sem fins lucrativos de alunos do ensino superior, regulamentada no Brasil, por meio da instituição da lei 13.267/2016. No Brasil, o MEJ começa em 1988 por meio da Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Sendo a confederação, a Brasil Júnior, a responsável pelo auxílio ao movimento em âmbito nacional, com o apoio de suas unidades estaduais, como é o caso em Pernambuco, na FEJEPE (Federação de Empresas Júnior do Estado de Pernambuco).

De acordo com a Brasil Júnior, sabe-se que existem mais de mil empresas juniores e mais de 20 mil estudantes envolvidos no Movimento da Empresa Júnior (MEJ) em instituições de ensino superior (IES). Estes estudantes administram e gerenciam a empresa júnior, dentro das instituições públicas ou privadas de ensino superior, relacionadas ao contexto empresarial, sob a orientação dos professores e profissionais parceiros do MEJ.

Ao participarem desses projetos, os alunos são incentivados a buscar a cultura empreendedora através do protagonismo estudantil comportamentos, como: (a) empreendedorismo, (b) comunicação, (c) proatividade, (d) liderança, (e) trabalho em equipe e (f) relacionamento interpessoal, são desenvolvidos em paralelo às atividades acadêmicas, ao objetivar possibilidades ao empresário júnior de ter uma vivência profissional, antes da conclusão da graduação.

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

Assim, enquanto parte de uma Instituição de Ensino Superior, estas atividades são inseridas com objetivo, preferencialmente, de oferecer uma oportunidade à extensão de conhecimento prático, enquanto parte do tripé do processo educativo no ensino superior: pesquisa, ensino e extensão. Vale ressaltar que o lucro obtido com a execução de serviços e projetos desenvolvidos pelos alunos, é reinvestido na manutenção da empresa júnior de determinada instituição em forma de impostos, reformas, compra de materiais, bem como a capacitação e o desenvolvimento pessoal dos membros.

Entretanto, diante da necessidade de se formar a bons profissionais, com experiência e autoridade, é imprescindível que a formação desses estudos contemple o empreendedorismo e atividades que auxiliem, incentivem e valorizem o protagonismo estudantil em ambientes acadêmicos, estimulando-se desde já a uma cultura empreendedora no contexto desses discentes.

Considerando-se que, a cooperação entre os âmbitos corporativo e universitário trazem inúmeros benefícios ao estudante, é imprescindível que os centros formadores estimulem a essa aproximação, haja vista que, muitas vezes, essas esferas não possuem constante interação e relacionamento. Dessa forma, é importante que haja o desenvolvimento de pesquisas, bem como esforços que visem a geração de dados e informações sobre o empreendedorismo, de maneira que incentive sobretudo, ao protagonismo estudantil.

O curso de gestão ambiental, seja na modalidade de bacharelado ou tecnológico, é ofertado por grandes e respeitadas instituições, buscando atender uma demanda de resoluções de problemas socioambientais e atuar na promoção do desenvolvimento regional sustentável. Mesmo com a relevância desses profissionais em um contexto do desenvolvimento sustentável, muito se é evidenciada a desvalorização do profissional dessa área, bem como, o despreparo no tocante ao empreendedorismo tanto em formação profissional como no processo de trabalho.

Dessa maneira, o objetivo geral dessa pesquisa é analisar a percepção dos estudantes do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) – *Campus* Recife, sobre a importância de uma Empresa Júnior na instituição. E os específicos são caracterizar a instituição investigada, identificar as diferenças existentes entre instituições com cultura empreendedora e as que não possuem, analisar a percepção dos respectivos estudantes sobre o processo de institucionalização da cultura empreendedora.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Aprimorar o espírito empreendedor está sendo estimulado em escala mundial, considerado como prioridade em agendas políticas, debates acadêmicos, e também, direta influência para um maior desenvolvimento social e econômico. (TSCHÁ; CRUZ NETO, 2014). Nesse contexto, uma educação empreendedora é relacionada como uma forma eficiente de se cultivar uma cultura empreendedora e formar, de maneira eficiente novos empreendedores (ROCHA; FREITAS, 2014).

Historicamente, o interesse pela aprendizagem empreendedora ficou evidenciado a partir do ano 2000 pela constatação de que uma formação empreendedora tem o potencial de contribuir para o surgimento de novas empresas, desenvolvimento de novos postos de trabalho e novas metodologias de trabalho nas organizações (LIMA et al., 2015).

Esse desenvolvimento tem o potencial de engajar a inovação de formas de pensamento acerca de uma atividade empreendedora e de sua influência no processo evolutivo das empresas, o que proporciona novas formas de incentivo a uma cultura empreendedora. Porém, para que os resultados esperados sejam alcançados, é necessário que se institua uma cultura empreendedora (DOLABELA, 2008).

A universidade, nesse sentido, tem o potencial de, através de uma educação empreendedora incentivar práticas em professores e alunos que despertem o espírito empreendedor e transforme as realidades dos mesmos por meio de empreendimentos com capacidade de alavancar o desenvolvimento econômico e social de um país (TSCHÁ; CRUZ NETO, 2014).

A aluno, no papel de um sujeito empreendedor, é o de estar preparado para ação empreendedora, ao mesmo ponto em que utiliza suas especialidades de formação de uma forma direcionada para a ação empreendedora. A formação universitária, por muitas vezes, é relacionada com a transferência de saberes, e, a formação empreendedora se relaciona com o desenvolvimento desses saberes na prática. (FILION; LIMA, 2010).

Tais particularidades da educação empreendedora tendem a destoar do conhecimento ofertado em âmbito da educação tradicional. Buscando associar esses dois saberes, foram criadas práticas, modelos pedagógicos e metodologias que visam desenvolver as competências próprias de um empreendedor em um contexto do ensino superior (SCHAEFER; MINELLO, 2016).

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

Nesse contexto, fica explícita a diferença entre a formação de cunho tradicional e a formação empreendedora, onde, a última evoca novas formas de aprendizado e relacionamentos. Dolabela (2008) pontua que o empreendedor não detém somente o acúmulo de conhecimentos, mas sim, o desenvolvimento de atividades e comportamentos que possam colocá-los em prática.

Em relação ao processo da aprendizagem empreendedora, Santos (2004), apresentou a aprendizagem como a base da modificação do comportamento humano. Como metodologia para o seu acontecimento, se evidenciou que o que se aprende e o como se aprende é o que determina os conhecimentos e as habilidades de um indivíduo. As estratégias de aprendizagem são influenciadas por fatores internos e externos, estes, moldam a identidade pessoal, e o modo de agir de cada pessoa.

Algumas ações tem o potencial de desenvolver atividades empreendedoras, e, por meio delas, é possível adquirir conhecimentos de estruturas e práticas existentes, além, de conhecimento através da ação empreendedora (LEIVA; MONGE; ALEGRE, 2014). Autores apontam que grande parte da educação empreendedora é alcançada por meio da experiência, seja ela, por estágio, situações problemas e também projetos de pesquisa. (MINELLO, 2014).

A aprendizagem empreendedora se dá por meio de vivência, e, por ser considerada um processo complexo, ocorre o impulsionamento do comportamento empreender, em que o aluno busca contextualizar o assunto com a sua realidade e potencialidades (RAMOS, 2015). A literatura também aponta, através dos estudos de Politis (2005), que quando os estudantes não possuem uma aprendizagem prática voltada para o empreendedorismo, tendem a sentir uma dificuldade acentuada quando entram no mercado de trabalho, o que pode resultar no insucesso empresarial e desmotivação.

O conhecimento empreender verdadeiro só pode ser alcançado com a associação entre o teórico e o prático, para tal, é necessário que o estudante tenha a possibilidade de participar em projetos voltados para o empreendedorismo e o protagonismo estudantil. Nesse contexto, Leiva, Alegre e Monge (2014), pontuaram que para facilitar a aquisição de tais conhecimentos, é necessário que se ocorra a associação de uma forma indireta, formal e experimental.

O âmbito indireto se dará por meio da observação, ou seja, o estudo ou a análise de outro empreendedor e de como se dá o seu processo de análise. Já a vertente formal se dá pela busca e pesquisa do conhecimento formal, em artigos e livros. Por fim, o conhecimento

experimental é permeado pela prática em ambiente corporativo, projetos e demais iniciativas.

METODOLOGIA

Esta pesquisa foi caracterizada como de natureza aplicada, uma vez que se buscam conhecimentos para uma aplicação prática, ou seja, dirigidos à solução de problemas específicos. Andrade (2017), definiu essa pesquisa como uma contribuição para a solução de problemas práticos:

A pesquisa aplicada é motivada por razões de ordem prática. Visa às aplicações práticas, com objetivo de atender às exigências da vida moderna. Nesse caso, tendo como objetivo contribuir para fins práticos, pela busca de soluções para problemas concretos) (ANDRADE, 2017).

A abordagem, neste caso específico, foi quantitativa, sendo assim classificada, por retratar números numa conjuntura estatística, a partir da utilização de um software com planilha eletrônica. A pesquisa quantitativa é um método de pesquisa social que utiliza a quantificação nas modalidades de coleta de informações e no seu tratamento, mediante técnicas estatísticas, tais como percentual, média, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, entre outros. (GIL, 2008).

Ademais, a presente pesquisa possui um enfoque descritivo, uma vez que se buscou descrevê-los na tentativa de melhor conhecê-los e contextualizá-los. O processo descritivo visa identificar, registrar e analisar as características de determinado evento, além de relacionar variáveis com o fenômeno (PEROVANO, 2014).

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, este estudo optou pela aplicação de questionário estruturado, o que significa que as perguntas foram estruturadas pelos pesquisadores e que as mesmas perguntas foram respondidas por todos os participantes do estudo.

O formulário foi construído na plataforma *Google Forms*, o mesmo contava com 21 perguntas, sendo distribuídas em 2 perguntas de segurança para garantir que as respostas foram preenchidas por alunos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental do IFPE - *Campus* Recife e que fosse possível identificar-se preenchimentos em duplicidade, 5 relativas a qualificação do sujeito no tocante à idade, turno, período, uso de cotas e perguntas

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

acerca do tema e dos objetivos propostos sendo 6 relacionadas a Empreendedorismo e 8 relacionadas ao Protagonismo Estudantil.

A população de estudo se configurou como os estudantes do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental do IFPE - *Campus* Recife, com um total de 156 estudantes, buscando realizar um censo, através do envio do questionário pelo e-mail institucional com o intuito que todos os estudantes tivessem a oportunidade de responder, pois, devido a pandemia de Covid 19, as aulas e atividades dos cursos estão sendo realizadas através de atividades remotas as quais em sua maioria só podem ser acessadas pelo mesmo e-mail institucional.

Para a seleção da população do estudo foram utilizados os seguintes critérios de inclusão:

- Estar matriculado no curso de Gestão Ambiental do IFPE;
- Utilizar o e-mail institucional atrelado ao IFPE acessar ao questionário;
- Aceitar, de forma voluntária, responder ao instrumento de pesquisa enviado no e-mail.

No processo de seleção da população do estudo e da validação dos questionários recebidos, alguns critérios de exclusão foram aplicados, sendo eles:

- Respondentes que não se enquadrarem nos critérios de inclusão propostos pela pesquisa;
- Alunos que respondessem o questionário de forma duplicada, sendo considerado apenas a primeira resposta apresentada.

Devido ao contexto pandêmico onde há uma dificuldade para realização de pesquisas foi estabelecido um intervalo de confiança de 90% margem e uma margem de erro de 10%, foi esperado que esses números pudessem ser modificados, pelas dificuldades atreladas ao contexto (divulgação, aplicação remota, etc).

A compilação dos dados foi realizada por meio de funcionalidade própria do Google Forms, que permite a compilação das respostas e a formulação dos gráficos. Os pesquisadores realizaram uma análise descritiva dos mesmos, bem como uma discussão do que foi encontrado na literatura acerca do tema, que será apresentada na próxima seção deste relatório.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram enviadas, de forma censitária, 156 e-mails contendo o convite e os questionários. Desses, foram registradas 49 respostas no total. A partir da análise da pergunta de segurança e dos critérios de exclusão foram identificados 4 questionários repetidos, totalizando, assim, 45 questionários para análise.

A apresentação dos resultados foi dividida em três categorias. A primeira definida como a qualificação dos sujeitos, a segunda como Empreendedorismo e a terceira sobre o Protagonismo Estudantil. Qualificação dos Sujeitos

Qualificação dos Sujeitos

A primeira pergunta buscou determinar a idade dos respondentes, para tal foram divididas em 4 faixas etárias, sendo estas: entre 18 e 20, entre 21 e 25, entre 26 e 29 e 30 ou mais, como apresentado na figura 1. Como resultados, a faixa etária de 30 ou mais foi a que mais obteve respondentes, com um total de 16 (35,5%). Por todas as faixas etárias receberem um número significativo de alunos respondentes é possível observar a amplitude etária desses alunos.

Moura (2016), aponta a importância de se estudar faixa etária em pesquisas qualitativas, pois, permite levar em consideração a consequência e impacto das mesmas, tanto para a análise dos dados como também para o planejamento. Portanto, levando em consideração uma Empresa Júnior tendo seu início nesse contexto é importante perceber que os diferentes indivíduos estarão em fases de vidas diferentes.

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

Figura 1 – Idade dos Sujeitos

Fonte: Autoria própria (2021).

A segunda pergunta buscou identificar em qual período da faculdade se encontravam os respondentes. No Curso em questão, a periodização é do primeiro ao sexto período, e, para questão da coleta de dados foi explicitado na pergunta, que, caso o participante estivesse com pendências acadêmicas, deveria responder com o período em que estivesse cursando mais disciplinas.

Como resultados obtidos, a amplitude da amostra de respondentes, captando participantes de todos os períodos apresentados. Isso valida a amplitude da pesquisa pela diversidade dos respondentes em questão de experiências acadêmicas vivenciadas. Dos 45 estudantes entrevistados 13,3% são do 1º período, 13,3% são do 2º período, 17,8% são do 3º período, 13,3% são do 4º período, 15,6% são do 5º período e 26,7% são do 6º período, como expresso na Figura 2.

Figura 2 – Período dos Estudantes

Fonte: Autoria própria (2021).

A terceira pergunta buscou captar em qual turno os respondentes tinham as suas aulas, essa pergunta foi colocada para poder localizar alguma discrepância nas respostas provocadas pelas experiências relacionadas ao turno de estudo. Os estudantes possuem aulas no turno da tarde e noite, dependendo do período em que se encontrarem. Dos 45 estudantes entrevistados 51,1% estavam estudando no turno da noite e 48,9% estavam estudando no turno da tarde.

A quarta pergunta se relaciona com o percentual de alunos cotistas presentes no curso de Gestão Ambiental. Como respostas, se percebeu que dos 45 estudantes entrevistados 51,1% são cotistas e 48,9% não são cotistas.

A quinta pergunta buscou captar a presença da realização de atividades não acadêmicas entre os estudantes do Curso de Gestão Ambiental da IFPE. A pergunta foi selecionada para perceber a utilização do tempo livre dos acadêmicos em atividade de trabalho ou outra remuneração. É interessante investigar também se os acadêmicos já possuem alguma experiência com o mercado de trabalho, o que reflete a potencialidade de se trabalhar conteúdos relacionados a experiência já adquirida no mercado profissional. Um número maior de acadêmicos que não possuem esse tipo de atividade pode representar também um maior tempo disponível para participar de atividades extracurriculares, como o exemplo da Empresa Júnior.

Como resultados, dos 45 estudantes entrevistados, 82,2% não exercem atividade não acadêmica remunerada e 33,3% exercem atividade não acadêmica remunerada.

Empreendedorismo

A primeira pergunta da Segunda Seção buscou identificar o contexto familiar do aluno frente a familiaridade com o Empreendedorismo. Como resultado, dos 45 estudantes entrevistados, 82,2% seus pais ou parentes não possuem atividade empresarial e 17,8% possuem atividade empresarial.

Pesquisas desde da década de 1990 apontam a influência do modelo de família e exemplos familiares na vertente empreendedora, como o que foi apontado por Fillion (1999), esse autor também pontuou que quanto mais novo o empreendedor for, maior será a influência do ambiente familiar em todo o processo.

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

Matthews e Moser (1996), apontam que avaliar o background familiar para atividades empreendedoras é importante para captar a propensão dos sujeitos acerca dessas atividades, principalmente quando avaliado a atividade exercida pelos pais e parentes próximos.

Em estudo brasileiro, realizado por Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007), apontou que o contexto familiar contribui fortemente para a familiaridade ou não com o empreendedorismo, estudando o contexto de alunos do Ensino Superior. Os resultados encontrados pelos autores são similares aos encontrados na presente pesquisa, pois, se encontrou um nível baixo de familiares empreendedores. A literatura aponta a necessidade de concentrar os esforços para que a relação com o empreendedorismo seja estimulada desde a idade infantil, no âmbito familiar.

A segunda pergunta da seção buscou captar a opinião dos respondentes acerca do desenvolvimento de novos projetos. Dos 45 estudantes entrevistados, 93,3% gostam de desenvolver novos projetos e 6,7% não gostam de desenvolver novos projetos.

Os resultados apontaram a inclinação dos alunos a desenvolver novos projetos, sendo necessário assim, garantir que os mesmos tenham oportunidades para que essa participação aconteça.

A terceira pergunta da seção teve como objetivo captar a percepção de conhecimento acerca da Educação Empreendedora pelos respondentes. Como resultados, dos 45 estudantes entrevistados 66,7%% sabem o que é Educação Empreendedora e 33,3% não sabem o que é Educação Empreendedora.

É interessante pontuar a importância desses achados, onde, a maioria dos respondentes refere saber o que é Educação Empreendedora. Segundo Dolabela e Fillion (2013 p. 154), a educação empreendedora permite um desenvolvimento do capital humano e do potencial empreendedor.

Lima et al. (2014), também pontua a necessidade de se disseminar a educação empreendedora como chave para aumentar a qualidade e o número de jovens propensos a empreender, se obtendo então, relevantes resultados socioeconômicos.

A quarta pergunta da seção buscou investigar se os respondentes já tinham cursado alguma disciplina relacionada ao Empreendedorismo no curso de Gestão Ambiental do IFPE. Como resultados, dos 45 estudantes entrevistados, 62,2% não cursaram alguma disciplina de empreendedorismo e 37,8% cursaram alguma disciplina de empreendedorismo no curso.

Pelos resultados, muitos estudantes não tinham uma educação formal voltada para o ensino do Empreendedorismo no Curso, o que é considerado como algo preocupante. Segundo Miranda, Melo e Muylder (2016), a Educação Empreendedora no Ensino Superior precisa de constância na sua conformação, para atingir suas potencialidades, devendo ser realizada em disciplinas específicas, e também, em conjunto com outras disciplinas do curso, tomando um lugar no cotidiano formativo do estudante.

A quinta pergunta da seção em questão buscou investigar se os respondentes já participaram de alguma atividade que necessitasse de conhecimentos de Empreendedorismo em sua formação. Dos 45 estudantes entrevistados 51,1% já participaram de atividades em outras disciplinas que precisassem de conhecimento de empreendedorismo e 48,9% não participaram de atividades em outras disciplinas que precisassem de conhecimento de empreendedorismo.

O resultado é bastante relevante, pois, como expresso por Miranda, Melo e Muylder (2016) é necessário que exista a abordagem do tema de Empreendedorismo em variadas disciplinas. Porém, como expresso na pergunta anterior, a falta de disciplinas específicas pode se mostrar como um desafio quando levado em consideração a necessidade de conhecimentos acerca de Empreendedorismo para o desenvolvimento de outras disciplinas.

A última pergunta da segunda seção buscou investigar se o respondente já tinha pensado em empreender algum produto ou serviço. Dos 45 estudantes entrevistados 75,6% já pensam em empreender, desenvolver um produto ou serviço e 24,4% não pensam em empreender, desenvolver um produto ou serviço.

Figura 3- Percentual de sujeitos que já pensaram em empreender ou desenvolver um produto ou serviço

Fonte: Autoria própria (2021).

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

A maioria dos estudantes demonstraram a vontade de empreender, sendo necessário que o curso forneça esse tipo de suporte e conhecimento, seja por disciplinas e/ou atividades extracurriculares, bem como a Empresa Júnior em questão.

Protagonismo Estudantil

A terceira seção buscou captar informações acerca do Protagonismo Estudantil no grupo de respondentes estudados. Dos 45 estudantes entrevistados 53,3% sabem o que é o protagonismo estudantil e 46,7% não sabem o que é protagonismo estudantil.

Saber o que é protagonismo estudantil é muito relevante, pois, segundo Debalde e Golfeto (2016), os estudantes se tornam mais receptivos para as mudanças educacionais, quando as mesmas são fruto de suas reivindicações. Os autores também pontuam que as transformações educacionais devem ser pautadas em processos que oportunizem a participação, sendo um exemplo do protagonismo estudantil.

Pelos resultados obtidos, aproximadamente metade dos estudantes relatam não saber o conceito de protagonismo estudantil, o que se mostra muito preocupante quando se leva em consideração a relevância do tema.

A segunda pergunta da seção objetivou captar informações acerca da participação dos respondentes em movimentos estudantis. Dos 45 estudantes entrevistados 84,4% não participaram de algum movimento estudantil e 15,6% participam ou participaram de algum movimento estudantil.

Os resultados mostraram que mesmo que 53,3% dos respondentes tenham conhecimento acerca do protagonismo estudantil, a grande maioria 84,4% não tiveram a experiência de participar de movimentos estudantis. É necessário, que ocorra essa articulação estudantil, junto com o apoio da instituição em questão.

A terceira pergunta da seção investigou a experiência dos respondentes enquanto monitores de disciplinas. Dos 45 estudantes entrevistados, 60% nunca tiveram experiência como monitor e 40% já foram monitores, como representado na Figura 14. Segundo Gonçalves et al. (2021), a monitoria tem a potencialidade de estimular o interesse pela docência, também oportunizando estreitar relações entre outros discentes e docentes nas atividades de ensino e aprendizagem, podendo através desta experiência desenvolver o protagonismo estudantil.

A quarta pergunta da referida seção buscou identificar a participação dos respondentes em projetos de pesquisa. Como resultados, se percebeu que dos 45 estudantes entrevistados, 53,3% nunca participaram de algum projeto de Pesquisa e 46,7% participa ou já participou de algum projeto de Pesquisa.

O número de alunos que atestaram participar de um Projeto de Pesquisa foi superior aos que atestaram participar de monitorias, mostrando que a modalidade do Projeto de Pesquisa pode ser um forte aliado no processo da construção do protagonismo estudantil.

A quarta pergunta da terceira seção buscou captar a participação dos respondentes em projetos de extensão. Como resultados obtidos, dos 45 estudantes entrevistados 71,1% nunca participaram de algum projeto de Extensão e 28,9% participa ou já participou de algum projeto de Extensão.

O objetivo dos projetos de extensão, segundo Silva et al. (2019), é disseminar conhecimentos práticos e contribuir para o compartilhamento de conhecimento entre os participantes. Os autores ainda apontam que a extensão é fundamental para a prática acadêmica, e, que tem a potencialidade de integrar várias áreas do conhecimento.

Pela importância dos conhecimentos proporcionados pelos projetos de extensão, os resultados se mostram preocupantes, pois uma grande maioria dos respondentes não tiveram a oportunidade de participação.

A quinta pergunta da seção do desenvolvimento estudantil buscou captar o conhecimento dos estudantes acerca do Movimento Empresa Júnior. Como resultados obtidos, dos 45 estudantes entrevistados, 73,3% conhecem o movimento o Movimento Empresa Júnior e 26,7% não conhecem o Movimento Empresa Júnior.

Ficou expresso que o Movimento Empresa Júnior é bem conhecido pela maioria dos respondentes, porém, é necessária uma criação de métodos para captação desses alunos, visto que a maioria relatou nunca ter participado de um projeto de extensão, como percebido na pergunta anterior.

A sexta pergunta da terceira seção objetivou captar a percepção dos respondentes acerca da importância da presença de uma Empresa Júnior no IFPE *Campus* Recife. Foi relatado que, dos 45 estudantes entrevistados 100% consideram importante a presença de uma Empresa Júnior no IFPE *Campus* Recife, como apontado na figura 4.

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

Figura 4 - Percentual de entrevistados que julgam ser importante a criação de uma Empresa Júnior no IFPE – Campus Recife.

Fonte: Autoria própria (2021).

Se percebeu que todos os estudantes respondentes consideram relevante a criação da Empresa Júnior. Demonstrando que os estudantes reconhecem a importância de ter uma empresa Júnior no curso para obter-se uma vivência empresarial ainda que estejam no contexto acadêmico.

A última pergunta da seção de protagonismo estudantil, buscou investigar o possível interesse dos respondentes em participar de uma Empresa Júnior voltada para o seu curso. Dos 45 estudantes entrevistados 77,8% participariam de uma Empresa Júnior do Curso Tecnólogo de Gestão Ambiental e 22,2% não participariam de uma Empresa Júnior do Curso Tecnólogo de Gestão Ambiental, como expresso na Figura 5.

Figura 5 - Percentual de entrevistados que participariam de uma Empresa Júnior do Curso de Tecnologia em de Gestão Ambiental

Fonte: Autoria própria (2021).

É importante perceber que a maioria dos alunos apontou ser favorável a essa participação, sendo compatível com o número de participantes que relatou já ter vontade de

empreender e desenvolver algum projeto. A empresa Júnior se mostrou como uma grande potencialidade para fornecer uma vivência empresarial e desenvolver competências empreendedoras.

CONCLUSÕES

O envolvimento do estudante com o movimento empresa júnior, proporciona uma conexão com o mercado e, conseqüentemente, eleva a qualidade de ensino da instituição a qual ele está inserido. O empreendedorismo, configura-se como uma importante ferramenta de crescimento econômico, criando um ciclo de oportunidades, desenvolvimento e progresso.

Os resultados obtidos por meio da aplicação de questionário de maneira censitária mostraram que, a totalidade dos pesquisados, incluindo aos estudantes que cursaram e que não cursaram a disciplina de empreendedorismo, julgaram a criação de uma Empresa Júnior no *Campus* Recife, como algo positivo, bem como, demonstraram conseqüente interesse em participar de uma EJ.

Também se conclui-se pelo interesse dos estudantes por questões ora ligadas ao Empreendedorismo, bem como, a necessidade de um fortalecimento no âmbito do protagonismo estudantil. Nesse contexto, a Empresa Júnior tem a potencialidade de fortalecer as duas vertentes apresentadas.

Como sugestão de pesquisa, sugere-se a ampliação dos dados, de modo tal, a englobar-se aos demais cursos superiores do IFPE - *Campus* Recife.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

BOHNENBERGER, M. C.; SCHMIDT, S.; FREITAS C. de. **A influência da Família na Formação Empreendedora**. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

BRASIL JÚNIOR (Confederação Brasileira de Empresas Juniores). **DNA Júnior: Conhecendo o MEJ**, 2012. Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br/crie-sua-ej>>. Acesso em: 20 dez. 2021.

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

BRASIL. **Lei 11.892, de 29 de dezembro de 2008.** Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11892.htm>. Acesso em: 14 jul. 2018.

BRASIL. **Lei n 13.267, de 06 de abril de 2016.** Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13267.htm>. Acesso em: 13 jun. 2021.

CHIAVENATO, IDALBERTO. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações:** edição compacta. Rio de Janeiro: Elsevier. 2004.

DEBALD, B.S.; GOLFETO, N.V. Protagonismo estudantil e Metodologias Ativas de Aprendizagem em Tempos de Transformação na Educação Superior. **Pleiade**, v. 10, n. 20, p. 05-11, Jul./Dez., 2016.

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

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

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios** - 3. ed. - Rio de Janeiro. Elsevier, 2008 - 2º reimpressão.

FILION, L. J. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

FILION, L. J. LIMA, E. As representações empreendedoras: importantes temas para avançar em seus estudos. **Revista de Negócios**, Blumenau, v15, n.2, p.32 - 52, Abril/Junho 2010.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 7.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, Mariana Fiuza et al. A importância da monitoria acadêmica no ensino superior. Práticas Educativas, Memórias e Oralidades - **Rev. Pemo**, [S.L.], v. 3, n. 1, p. 57-75, 14 set. 2020.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO – IFPE. **O Campus.** Disponível em: <<http://portal.ifpe.edu.br/campus/recife/o-campus>>. Acesso em 13 jul. 2021.

LEIVA, J. C.; MONGE, R.; ALEGRE, J. The Influence of Entrepreneurial Learning in New Firms' Performance: A Study in Costa Rica. **Innovar**, v. 24, N. Especial, pp.129-140, 2014.

LIMA, E. et al., **Brasil: em busca de uma educação superior em empreendedorismo de qualidade.** In: In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) Educação para o empreendedorismo. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.

LIMA, E. et al. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, art. 1, pp. 419-439, Jul./Ago. 2015

MATTHEWS, C. H.; MOSER, S. B. A Longitudinal investigation of the impact of family background and gender on interest in small firm ownership. **Journal of Small Business Management**, v. 34, n. 2, p. 29-43, 1996.

MAXIMILIANO, ANTONIO CESAR AMARU. **Introdução à administração.** São Paulo: Atlas 2004.

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

MELO, R. **O que é o protagonismo do aluno?** Disponível em: <estantemagica.com.br/o-que-e-protagonismo-do-aluno/>. Acesso em: 13 jun. 2021.

OLIVEIRA, Anna Gabriela Miranda de; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; MUYLDER, Cristiana Fernandes de. Educação Empreendedora: o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social em instituições de ensino superior. **Revista Administração em Diálogo - Rad**, [S.L.], v. 18, n. 1, p. 29, 1 jan. 2016.

PEROVANO, Guilherme. **Manual de metodologia de pesquisa científica.** InterSaberes, 2ª ed. 2014.

RAMOS, J. L. G. **Aprendizagem empreendedora diante do insucesso empresarial: uma perspectiva de empreendedores brasileiros e uruguaios que vivenciaram o fracasso empresarial.** 195 p. Dissertação de Mestrado. PPGA – UFSM 2015.

ROCHA, E. L. C. A influência da participação em atividades educacionais de formação em empreendedorismo no perfil empreendedor de estudantes de administração de empresa. **Dissertação de Mestrado em Administração** – Centro de Estudos Sociais Aplicados. Universidade Estadual do Ceará. 97 p. 2012.

A VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

SANTOS, M. S. **Método para investigação do comportamento empreendedor.** Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2004.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 3, pp. 60-81, jul./set. 2016.

TSCHÁ, E. R.; CRUZ NETO, G.G. Empreendendo colaborativamente ideias, sonhos, vidas, e carreiras: o caso das células empreendedoras. In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) **Educação para o empreendedorismo.** Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.