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

FORTALECIMENTO DA CULTURA EMPREENDEDORA: DE ONDE PODEM EMERGIR ALTERNATIVAS PARA O DESENVOLVIMENTO PÓS PANDEMIA?

FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA EMPREENDEDORA: ¿DÓNDE PUEDEN SURGIR ALTERNATIVAS PARA EL DESARROLLO POST PANDEMIA?

STRENGTHENING ENTREPRENEURIAL CULTURE: WHERE CAN ALTERNATIVES FOR POST-PANDEMIC DEVELOPMENT EMERGE?

Apresentação: Comunicação Oral

Andreza Pereira da Silva¹; Renata Cristine de Sá Pedrosa Dantas²

DOI :<https://doi.org/10.31692/2596-0857.VCOINTERPDVGT.0097>

RESUMO

O mundo enfrenta uma das mais graves crises de saúde, que afeta a economia e alta taxa de desemprego. Dados do IBGE mostram que a taxa de desemprego no Brasil foi de 12,2% no primeiro trimestre de 2020. A taxa de desemprego revela quem está sem emprego, ainda continua procurando, ou seja, não desistiram de entrar no mercado com o “Portfólio Assinado”. No entanto, esses dados mostram que o trabalho formal está diminuindo a cada vez mais internamente, apontando que o empreendedorismo é uma saída, que permite aos cidadãos comuns mude a realidade. Portanto, é imprescindível fortalecer a cultura empreendedora para que ela possa capacite essas pessoas que procuram alternativas para sobreviver a esta crise Pandemia. Esse artigo teve como objetivo discutir a valorização da cultura empreendedora e o caminho a percorrer antes de concretizar essa cultura. Tomando o empreendedorismo e seu desenvolvimento como pontos principais, também enfatiza a difusão do conhecimento e a importância das características empreendedoras para que novas alternativas de negócios possam surgir após a pandemia. O foco principal da pesquisa foi determinar a nova demanda do mercado por serviços e produtos, por meio de treinamento e consultoria para pequenos empresários, desenvolver um plano de difusão do empreendedorismo e preparar um relatório sobre a possibilidade de desenvolver novos pequenos negócios reportando mais tarde à Pandemia. Assim, foi levantado através de questionário que docentes e discente do IFPE reconhecem a importância do Empreendedorismo para a Instituição e como fundamental para o momento pós-Pandemia, o que corroborou com informações para o plano de difusão do Empreendedorismo que traz informações sobre

¹ Aluna do Curso Técnico em mecânica, Instituto Federal de Pernambuco – Campus Recife, aps2@discente.ifpe.edu.br

² Doutora em Ciência da Computação pelo Centro de Informática/UFPE, Professora do Instituto Federal de Pernambuco – Campus Recife, renatadantas@recife.ifpe.edu.br

como fortalecer a cultura empreendedora, além de fomentar a criação de cartilha com informações e oportunidades para o período Pós-pandemia COVID-19.

Palavras Chaves: Empreendedorismo; Cultura Empreendedora; Educação Empreendedora; Pandemia COVID-19

RESUMEN

El mundo se enfrenta a una de las crisis sanitarias más graves, que afecta a la economía y a la alta tasa de desempleo. Los datos del IBGE muestran que la tasa de desempleo en Brasil fue de 12,2% en el primer trimestre de 2020. La tasa de desempleo revela quién se encuentra sin trabajo, aún buscando, es decir, no han renunciado a entrar en el mercado con la "Cartera Firmada". Sin embargo, estos datos muestran que el trabajo formal está disminuyendo cada vez más internamente, señalando que el emprendimiento es una salida, que permite a los ciudadanos comunes cambiar la realidad. Por ello, es fundamental fortalecer la cultura emprendedora para que pueda empoderar a estas personas que buscan alternativas para sobrevivir a esta crisis de Pandemia. Este proyecto tenía como objetivo discutir la apreciación de la cultura empresarial y el camino a seguir antes de realizar esta cultura. Tomando como puntos principales el emprendimiento y su desarrollo, también hace hincapié en la difusión del conocimiento y la importancia de las características empresariales para que surjan nuevas alternativas de negocio tras la pandemia. El objetivo principal de la investigación fue determinar la nueva demanda del mercado de servicios y productos, a través de la capacitación y consultoría para pequeños empresarios, desarrollar un plan para la difusión del emprendimiento y preparar un informe sobre la posibilidad de desarrollar nuevas pequeñas empresas reportando posteriormente a la Pandemia. Así, se planteó a través de un cuestionario que docentes y estudiantes del IFPE reconocen la importancia del Emprendimiento para la Institución y como fundamental para el momento post-Pandemia, el cual se corroboró con información para el plan de difusión de emprendimiento que brinda información sobre cómo fortalecer la cultura emprendedora, además de fomentar la creación del folleto con información y oportunidades para el periodo post-pandemia COVID-19.

Palabras-clave: Emprendimiento; Cultura Empreendedora; Educación Empresarial; PANDEMIA COVID-19

ABSTRACT

The world faces one of the most serious health crises, which affects the economy and high unemployment rate. Ibge data show that the unemployment rate in Brazil was 12.2% in the first quarter of 2020. The unemployment rate reveals who is without a job, still looking, that is, they have not given up entering the market with the "Signed Portfolio". However, these data show that formal work is increasingly decreasing internally, pointing out that entrepreneurship is a way out, which allows ordinary citizens to change reality. Therefore, it is essential to strengthen the entrepreneurial culture so that it can empower these people looking for alternatives to survive this Pandemic crisis. This project aimed to discuss the appreciation of entrepreneurial culture and the way to go before realizing this culture. Taking entrepreneurship and its development as main points, it also emphasizes the dissemination of knowledge and the importance of entrepreneurial characteristics so that new business alternatives can emerge after the pandemic. The main focus of the research was to determine the new market demand for services and products, through training and consulting for small entrepreneurs, develop a plan for the dissemination of entrepreneurship and prepare a report on the possibility of developing new small businesses reporting later to the Pandemic. Thus, it was raised through a questionnaire that teachers and students of IFPE recognize the importance of Entrepreneurship for the Institution and as fundamental for the post-Pandemic moment, which corroborated with information for the entrepreneurship dissemination plan that provides information on how to strengthen the entrepreneurial culture, in addition to fostering the creation of the booklet with information and opportunities for the post-pandemic period COVID-19.

Key words: Entrepreneurship; Entrepreneurial Culture; Business Education; COVID-19 PANDEMIC

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como foco principal analisar o desenvolvimento da cultura empreendedora no IFPE- Campus Recife, visando discutir a importância do conhecimento das características empreendedoras para que possam emergir novas alternativas de negócios pós pandemia.

Dados do IBGE revelam que o desemprego no Brasil ficou em 12,2% no primeiro trimestre de 2020 (ROUBICEK, 2020). Isto revela que as pessoas não estão trabalhando mas ainda não desistiram de entrar no mercado de trabalho formalmente com a “carteira assinada. No entanto, dados revelam que os empregos que são tidos como formais estão diminuindo cada vez mais, apontando como saída o empreendedorismo que torna o ser capaz de transformar as realidades que vivem.

O fortalecimento da cultura empreendedora é essencial para que possa capacitar as pessoas que estão buscando alternativas para enfrentamento dessa crise pandêmica. Desta forma, pode-se ajudar a implementar nas pessoas a necessidade de capacitação, conhecimento técnico e planejamento para a abertura e gerenciamento de novos negócios.

O empreendedorismo é a melhor saída de muitas pessoas nesse atual cenário de crise, segundo Howard Stevenson (2013), o empreendedorismo é a busca de oportunidade além dos recursos controlados, o sucesso do empreendedor também depende do interno e externo de seu negócio e de suas características individuais como por exemplo sua postura frente a um desafio do cotidiano. Os países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento não podem sobreviver sem o número considerável de empreendedores, dispostos a enfrentar desafios ou correr riscos, implantar novas tecnologias, novos negócios e competir, gerando um crescimento em suas comunidades.

A educação empreendedora, por exemplo, é um forte caminho para fortalecer essa cultura. “A educação empreendedora deve começar na mais tenra idade porque diz a respeito à cultura que tem o poder de induzir ou inibir a capacidade empreendedora” (Dolabela, 2003). A introdução das temáticas e atividades referentes ao empreendedorismo nos ensinamentos das escolas vem se mostrando bastante convenientes para elevação de empreendedorismo, existe uma clara evidência de que bastante coisas podem ser feitas pela educação inicial em relação ao empreendedorismo nas escolas no sentido de inspirar e desenvolver os valores empreendedores.

A presente pesquisa vincula-se ao projeto de pesquisa intitulado formação empreendedora, protagonismo estudantil e mudanças organizacionais em instituições de ensino brasileiras tem origem nas atividades de pesquisa e extensão desenvolvidas no âmbito do grupo de Estudos e Pesquisa em Administração e Rede de Cooperação (GEPARC) nos últimos 5 anos. O objetivo desta pesquisa foi desenvolver e propor um plano de fortalecimento da cultura empreendedora do IFPE-Recife com vistas a disseminar o conhecimento e a importância das características empreendedoras para que possam surgir novas alternativas de negócios após a pandemia.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para Filion (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 negócio. Sendo assim, o empreendedorismo é voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação. 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.

Uma pessoa que se engaja em atividades empreendedoras é chamada de empreendedor, ela tem uma certa habilidade para criar e administrar um negócio, além da competência para produzir resultados positivos. Algumas características da imagem de um empresário podem ser: planejamento, responsabilidade, criatividade, capacidade de liderar a organização e, o mais importante, o gosto da região em que a organização atua.

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 aquilo 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.3)

Como em qualquer desenvolvimento, uma vez que o empreendedor está constantemente em busca de oportunidades para obter os recursos necessários, pode enfrentar alguns riscos, a saber (Thomas R. Eisenmann, 2013): Risco de demanda: Refere-se aos clientes em adotar a solução oferecida pelo empreendedor;

- Risco de tecnologia: Quando necessário desafios tecnológicos para concretizar uma solução;
- Risco de execução: Capacidade do empreendedor de trazer funcionários e parceiros que possam ajudar a implementar os planos do empreendimento;
- Risco de financiamento: Em relação ao financeiro do projeto empreendedor.

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 quase as mesmas, como o são os tipos de inovação e onde procurá-los. Está na concepção do conhecimento empreendedor entender a importância da inovação na construção de processos. É enxergar novas oportunidades em contextos estáticos ou mesmo de grandes mudanças, refletindo a sua visão de mundo.

Para que ocorram grandes mudanças, precisa-se falar sobre cultura empreendedora. Definida como, a atitude, valores, habilidades e poder de um grupo de indivíduos que trabalham em uma organização para gerar rendas. (KANG, MATUSIK, KIM, & PHILLIPS, 2016). A cultura empreendedora é decisiva e é caracterizada pela inovação que é considerada a principal razão para iniciar o negócio e também a criatividade. Uma pessoa inovadora pode se tornar um empreendedor de sucesso porque gera novas ideias por meio do uso de novas tecnologias, as atividades empreendedoras são aceleradas pela autoeficácia e ela atinge um senso maior de autoeficácia por meio de seu desempenho.

Em 2016, Bayraktar descobriu a relação entre criatividade e cultura empreendedora. Segundo Hofstede (2001), a cultura pode ser considerada uma doutrina coletiva de consciência, que tem a capacidade de distinguir uma ou um grupo de pessoas de outro. As características culturais dos empreendedores, incluindo educação, idioma e crenças religiosas, desempenham um papel importante no desenvolvimento de habilidades empreendedoras e contribuem para a sobrevivência do empreendedor nos negócios (ALTINAY, 2008).

A grande questão é: Como fortalecer a cultura empreendedora sem a educação empreendedora? Antes dos avanços nos estudos do ser humano, tinha-se uma ideia de que o empreendedorismo não poderia ser ensinado que o empreendedor já nascia com o dom e isso já era suficiente para ingressar no mundo empreendedor. Porém com o tempo isso foi mudando

e tomando outra direção. Embora as características pessoais possam promover o desempenho de um indivíduo diante de uma nova empresa, elas podem, e podem ensinar e aprender com este processo (Dolabela 1999; Dornelas 2001). O sucesso de um empresário depende também dos aspectos internos e externos do seu negócio e das suas características pessoais, como a sua postura perante os desafios do dia a dia. Sem um grande número de empreendedores dispostos a enfrentar desafios ou riscos, implantar novas tecnologias, novos negócios e competir para se desenvolver em suas comunidades, os países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento não podem sobreviver.

A educação para o empreendedorismo deve começar desde cedo, porque envolve uma cultura que pode induzir ou inibir a capacidade empreendedora. A ferramenta mais poderosa para o desenvolvimento da cultura empreendedora ainda é a educação, pois quanto mais cedo os jovens incorporarem o conhecimento e os valores empreendedores, os resultados aparecerão cada vez mais.

Há evidências claras de que, na visão de Lundström e Stevenson (2002), para estimular e desenvolver os valores empreendedores, muito pode ser feito na formação inicial relacionada ao empreendedorismo nas escolas. Fortalecer a cultura corporativa; preparar os jovens para a transformação do mercado de trabalho. Isso significa que sua futura carreira inclui conhecimento empreendedor até certo ponto. Nas décadas de 1970 e 1980, as escolas americanas e britânicas introduziram seu espírito empreendedor pela primeira vez. Em 1990, alguns governos tentaram adotar esse método. No ensino fundamental e médio. A Dinamarca tem um bom exemplo: o Ministério da Educação lançou um programa para proporcionar a 30% a 40% dos jovens estudantes formação empreendedora desde o ensino básico até a universidade. Os resultados nesse sentido são otimistas e os alunos estão interessados em se preparar para os negócios. Porém, no Brasil, o objetivo é levar o empreendedorismo para a sala de aula e até da sala de aula para a casa dos alunos. A colaboração entre a Fundação Roberto Marinho, o Projeto Brasil Empreendedor e o Projeto Sebrae Nacional é um projeto denominado "Compromisso de Aprendizagem", que ensina o empreendedorismo aos alunos de forma dinâmica e criativa por meio de um currículo composto por 10 programas de TV e 10 capítulos no livro didático. Investir em treinamento empresarial pode fornecer novas oportunidades e inferir a atual realidade de mercado estabelecida.

Neste momento de crise, o empreendedorismo se tornou necessário para muitas pessoas, embora alguns brasileiros tenham lutado para manter seus empregos, outros brasileiros começaram a se tornar seus próprios "patrões" para superar o desemprego causado por melhorias imprevistas devido à crise econômica em curso no País. Eles investem no

empreendedorismo. Obtêm sua renda da mesma forma de forma autônoma. As pessoas começam a se reinventar o máximo possível para manter o mesmo padrão de vida. O trânsito no semáforo é um dos melhores exemplos de empreendedorismo, onde as pessoas podem optar por vender diversos produtos, como água mineral, lanches e até eventos circenses.

De acordo com pesquisas do SEBRAE (2011), a diferenciação é uma forma de observar um nicho de mercado, não só pelo desenvolvimento e lançamento do produto, mas também pela possibilidade de estabelecer novos modelos de negócios e estabelecer novas relações com o mercado. Quando se trata de empreendedorismo, logo vai surgir a ideia de abrir novos negócios e empresas, mas o empreendedorismo não se limita a isso. O empreendedorismo tornou-se uma necessidade para muitas pessoas.

O empreendedorismo em tempos de crise é um dos métodos mais utilizados na atual conjuntura econômica, o interessante é que é uma forma de geração de receitas e, o mais importante, de despertar a criatividade das pessoas. Para as empresas, esse é um diferencial competitivo muito importante, pois o profissional empreendedor pode encontrar formas inovadoras de fornecer produtos e serviços para se destacar no mercado e ainda busca novas oportunidades de negócios produtivos e rentáveis.

METODOLOGIA

Foi utilizado como método de pesquisa bibliográfica o estado da arte que objetiva: mapear e discutir certa produção acadêmica em diferentes campos do conhecimento, tentando responder que aspectos e dimensões vêm sendo destacados e privilegiados em diferentes épocas e lugares, de que formas e em que condições têm sido produzidas certas dissertações de mestrado, teses de doutorado, publicações em periódicos e comunicações em anais de congressos e de seminários (FERREIRA, 2002, p. 258).

Realizou-se buscas por publicações que abordassem o tema empreendedorismo em tempos de crise e como poderíamos fortalecer isso. As bases de referência de dados foram obtidas através do Google acadêmico.

A pesquisa tem um enfoque qualitativo que se trata de uma pesquisa que tem como premissa, analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano e ainda fornecendo análises mais detalhadas sobre as investigações, atitudes e tendências de comportamento.

Foram aplicados questionários aos discentes e docentes que segundo Gil (1999), se

define como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas e situações vivenciadas. O questionário visa determinar as perspectivas dos alunos e professores dos cursos técnicos relacionados a temas de trabalho, suas conexões com as instituições e seu status na sociedade como um todo. As questões relacionadas às características empreendedoras são baseadas nas habilidades empreendedoras descritas por Dornelas (2001).

A partir do questionário foi produzido um plano para que pudesse ser fortalecida a cultura empreendedora seguindo os dados obtidos. Por fim, foi feita a produção de uma cartilha com objetivo de mostrar para o público as novas oportunidades de negócios pós pandemia.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta pesquisa foi realizada com 37 discentes do IFPE-campus Recife dos cursos técnicos integrados e subsequentes e 11 docentes da instituição. O questionário abordou os aspectos gerais dos indivíduos com perguntas relacionadas a idade, modalidade do curso, entre outros questionamentos.

4.1 Perfil dos discentes

Dos discentes, 93,9% são da modalidade de curso técnico integrado, tendo apenas 6,1% pertencente a modalidade do técnico subsequente, como podemos ver no Gráfico 1 abaixo:

Gráfico 1: Quantidade de estudantes por modalidade de ensino.

Fonte: Própria (2021)

Destes, a faixa etária presente é de 14 a 25 anos, onde 83,8% tem idades entre 14 a 18 anos, apenas 8,1% estão na faixa dos 19 a 22 anos e 8,1% fazem parte da idade dos 23 anos para cima, como apresentado no Gráfico

2.

Gráfico 2: Faixa Etária dos Respondentes.

Fonte: Própria (2021).

No mais, podemos ver um domínio do sexo masculino entre os indivíduos entrevistados, onde 43,2% são do sexo feminino e 56,8% são homens, como visto no Gráfico

Gráfico 3: Sexo dos discentes.

Fonte: Própria (2021).

4.2 Perfil dos docentes

Com os docentes, podemos ver que 90,9% são homens ou seja, existe uma predominância do sexo masculino enquanto o feminino existe apenas 9,1% presentes na pesquisa são mulheres. Conforme os dados do Gráfico 4.

Gráfico 4: Sexo dos docentes.

Fonte: Própria (2021).

4.3 Características empreendedoras

No que se refere as características empreendedoras dos discentes e docentes foi possível analisar a partir dos questionamentos feitos que eles identificam características empreendedoras como por exemplo: ser uma pessoa inovadora, gostar de ajudar pessoas e até desenvolver novos trabalhos, porém em relação aos docentes podemos observar uma certa descrença onde eles respondem negativamente sobre as questões como: gostar de ajudar pessoas, participar de palestras no IFPE deixando de lado as características que se mostram empreendedoras, como podemos claramente ver no gráfico 5 e 6 abaixo.

Gráfico 5: Características empreendedoras dos discentes.

Fonte: Própria (2021).

Gráfico 6: Características empreendedoras dos docentes.

Fonte: Própria (2021).

4.4 Educação empreendedora

Ao que chamamos de educação empreendedora foi perguntado aos discentes e docentes se eles conheciam e se sabiam da importância. Podemos observar que temos uma variação de opiniões entre eles. Quando olhamos para os discentes observamos que no primeiro momento foi-se questionado: “você sabe o que é educação empreendedora?” fazendo a análise da situação vemos um número alto de 45,9% dos entrevistados responderem "talvez" mostrando ter dúvidas em relação ao assunto. 37,8% afirmaram que sabem do que se trata e 16,2% dos discentes disseram que não sabem. Isso nos dá a concluir que pelo menos mais da metade do público entrevistado se diz estar com dúvidas ou não saber do que se trata a educação empreendedora, segundo os dados apresentados no gráfico 7.

Gráfico 7: Educação empreendedora segundo os discentes.

Fonte: Própria (2021).

Já nos docentes, de acordo com os dados mostrados no gráfico 8, existe um número considerável de 63,6% afirmando positivamente que sabem sim do que se trata a educação empreendedora, porém, observamos que 36,4% afirmam que não sabem do que se trata. Podemos enxergar claramente que existe uma maior objetividade no que se refere a educação empreendedora no meio dos docentes da instituição.

Gráfico 8: Educação empreendedora segundo os docentes.

Fonte: Própria (2021).

Falando-se ainda da educação empreendedora, foi perguntado sobre sua importância, temos uma análise muito interessante entre os discentes e docentes entrevistados. 64,9% dos discentes afirmaram que sabem sim da importância desse assunto porém, 35,1% disseram que não sabem qual a relevância disso. Nos docentes, tivemos a marca bastante otimista onde de 100% dos entrevistados afirmarem que sabem sim da importância da educação empreendedora. Com isso, conclui-se que a maioria dos entrevistados entendem o que esse assunto trás de relevâncias. Como podemos observar no Gráficos 9 abaixo.

Gráfico 9: Importância da educação empreendedora segundo os discentes.

Fonte: Própria (2021).

Vejamos esse quadro com as respostas segundo os discentes e docentes sobre a definição de educação empreendedora:

Educação empreendedora segundo discentes	
Falaram que a educação empreendedora é voltada para os conceitos de estimular o empreendedorismo e desenvolvimento de negócios	67,56%
Confundiram educação empreendedora com educação financeira	5,40%
Não sabem	21,62%
Não sabem mas querem conhecer	5,40%

Educação empreendedora segundo docentes	
Educar para geração de soluções é educar para empreender. Empreender não necessariamente tem haver com abrir negócios, mas com apostar em novas soluções e paradigmas.	81,81%
Responderam que era apenas importante	18,18%

Com esses resultados podemos observar com clareza o quanto consistentes estão tanto os discentes como os docentes em relação a educação empreendedora fazendo ligações com o empreendedorismo e cientes da sua importância. Porém, nos discentes ainda temos algumas idéias fora do contexto da educação empreendedora deixando de ter o foco principal no assunto, onde pelo menos 27% dos discentes que responderam, afirmaram não saber do que se trata, podemos ver que isso não acontece no caso dos docentes.

4.5 Protagonismo estudantil

Foi realizada a análise sobre protagonismo estudantil entre os discentes e docentes no campus. Entre as perguntas feitas, na pergunta sobre o que se trata protagonismo estudantil, os resultados obtidos foram interessantes. Como visto nos gráficos 11 e 12 abaixo, podemos concluir que para os discentes a maioria sabe o que é protagonismo estudantil e isso é bastante otimista, significa que eles estão atentos sobre protagonizar no

FORTALECIMENTO DA CULTURA EMPREENDEDORA PÓS PANDEMIA

meio estudantil. Com os docentes, o resultado não foi tão otimista assim, podemos observar que a maioria afirma que não sabe do que se trata, isso implica que eles não estão preparados suficientes para capacitar os seus próprios alunos sobre protagonizar no meio acadêmico.

Gráfico 11: Protagonismo estudantil segundo discentes.

Fonte: Própria (2021).

Gráfico 12: Protagonismo estudantil segundo docentes.

Fonte: Própria (2021).

Vemos o reflexo disso nos quadros presentes abaixo:

Protagonismo estudantil segundo discentes	
Desempenhar liderança em meio ao desenvolvimento acadêmico por meio das atividades de pesquisa, ensino, extensão, movimento estudantil	86,48%
Estudantes que auxiliam superiores	5,40%
Não sabem	8,10%

Protagonismo estudantil segundo docentes	
Estudantes interessados e comprometidos utilizando do seu alto potencial para contribuir com a sociedade e se desenvolver social e profissionalmente.	72,72%
O estudante está sempre no foco	9,09%
Não sabe	18,18%

4.6 Protagonismo estudantil no IFPE

No que se diz respeito ao protagonismo estudantil dentro do IFPE, é notório o quanto os estudantes afirmam positivamente que a instituição estimula o protagonismo. Um estudante do campus, ressalta: "O IFPE nos dá inúmeras possibilidades para que sejamos cada vez mais independente, com um pensamento lógico e de um conhecimento de qualidade altíssima, com os recursos oferecidos é possível ser capaz de estimular que cada estudante seja o pensador por si mesmo, como o seu desenvolvedor, cada vez mais oportunidades são oferecidas aos alunos com o intuito de estimular o protagonismo."

Já com os docentes não vemos uma visão tão positiva da coisa, um professor afirma: "Não há uma premissa institucionalizada nesse sentido" com isso, se conclui que os estudantes se sentem estimados, porém os professores não sentem isso nas salas de aulas com os discentes. Podemos evidenciar isso nos gráficos 13 e 14 abaixo.

Gráfico 13: Protagonismo estudantil estimulado pelo IFPE segundo discentes

Fonte: Própria (2021).

Gráfico 14: Protagonismo estudantil estimulado pelo IFPE segundo docentes.

Fonte: Própria (2021).

4.7 Novas oportunidades de negócios pós-pandemia

O empreendedorismo em tempos de crise é um dos métodos mais utilizados na atual conjuntura econômica, o interessante é que é uma forma de geração de receitas e, o mais importante, de despertar a criatividade das pessoas. Para as empresas, esse é um diferencial competitivo muito importante, pois o profissional empreendedor pode encontrar formas inovadoras de fornecer produtos e serviços para se destacar no mercado e ainda busca novas oportunidades de negócios produtivos e rentáveis.

A Covid 19 mudou e está mudando a vida de todos, devemos entender que teremos que nos adaptar ao novo normal. Vários futuristas internacionais disseram que o coronavírus pode servir como um acelerador para futuros. A pandemia prevê as mudanças que estão ocorrendo, como o trabalho a distância, a educação a distância, a busca pela sustentabilidade e as necessidades sociais, por isso as empresas devem assumir maiores responsabilidades sociais. Nessa perspectiva, nesse período, que tal as atividades de lazer, cultura, alimentação e entretenimento do centro e de toda a cidade? O que vai acontecer a seguir? Essas são perguntas ainda sem resposta, mas há sinais para refletirmos. Para compreender essas questões e outros cenários possíveis, futuristas, pesquisadores e instituições de pesquisa nacionais e internacionais estão rastreando quais são as tendências para o mundo pós-pandemia.

Alguns pesquisadores definem uma crise de saúde pública como um reinício, um divisor de águas que pode causar mudanças profundas no comportamento das pessoas. Pete Lunn (2020) chefe de Pesquisa Comportamental do Trinity College Dublin, em uma entrevista ao Newsday disse: "Uma crise como essa pode mudar o valor". "As crises obrigam as comunidades a se unirem e trabalharem mais como equipes, seja nos bairros, entre funcionários de empresas, seja o que for... E isso pode afetar os valores daqueles que vivem nesse período —assim como ocorre com as gerações que viveram guerras".

A crise financeira causada apenas pela pandemia será o motivo pelo qual as pessoas economizarão mais dinheiro e revisarão seus hábitos de consumo. Como disse o Copenhagen Futures Institute, o conceito de "menos é mais" guiará os consumidores para a frente. O outro lado desse processo é um questionamento maior do modelo capitalista, que se baseia puramente na maximização dos interesses dos acionistas. O Coronavírus criou a necessidade de empresas e indivíduos reconsiderarem suas prioridades. Os resultados financeiros produzidos por organizações anteriores, persuadindo, incentivando o consumo, aumentando a produção e as vendas, agora não funciona mais. Sabina Deweik (2020). A pandemia vai exacerbar o medo e a ansiedade das pessoas e estimular novos hábitos. Portanto, uma vez que o medo de locais lotados deve ser mantido, a saúde e o bem-estar cada vez maiores devem ser estendidos aos locais públicos, especialmente os fechados. É o foco de bares, restaurantes, lanchonetes, estádios e empresas consorciadas, que devem redesenhar seus espaços para diminuir a aglomeração e facilitar o uso de produtos sanitários (como o álcool gel). Nesta nova situação, os espaços compartilhados (como espaços compartilhados) enfrentam enormes desafios.

Uma das dez tendências apontadas pelo futurista Rohit Bhatgava (2020) é o que ele chama de "restaurantes fantasmas", um termo usado para descrever negócios que são usados apenas em conjunto com entregas. Como pode haver uma nova rodada de pandemia em um futuro próximo, o setor de catering deve estar ciente das mudanças em seu modelo de negócios e os serviços de entrega continuarão a crescer e, em muitos casos, podem se tornar a principal fonte de renda. Outro ponto bastante relevante é o home office. De freelancers e profissionais a funcionários de empresas que adotaram esse modelo, isso se tornou uma realidade para muitas

peças. Mas assim vai crescer ainda mais. Com a pandemia, mais empresas de diferentes tamanhos começaram a se organizar para usar esse modelo. Além disso, o trabalho remoto evita a necessidade de estar em espaços lotados (como ônibus e metrô), principalmente nos horários de pico.

O Shop Streaming vem sendo bastante utilizado, com o isolamento da sociedade, as lives explodiram, principalmente no Instagram. As vendas pela Internet também se tornaram uma opção para as lojas e, até então, as lojas só usavam locais físicos. Bem, considere a interseção das coisas: é disso que se trata o fluxo de compras. A versão Instagram do antigo ShopTime.

Se a busca pelo conhecimento for cada vez maior, a partir de agora esse será o canal da educação a distância, e a expansão da educação a distância vai acelerar. Nesse caso, deve haver uma nova imagem: um tutor virtual. A observação de tendências acredita que novas plataformas ou serviços devem surgir para conectar tutores e professores com pessoas que desejam aprender diferentes tópicos. As pessoas descobrem que existem várias maneiras de se reinventar e se adaptar a esse novo normal de uma certa forma, ou seja, assumir, se destacar com inovação e coragem para enfrentar os desafios diários. Isso é empreender.

Na pesquisa feita com os discentes foi perguntado as necessidades que eles sentiam em empreender ou se eles já pensaram em empreender alguma vez. Vemos um resultado bastante otimista, onde 81,1% dos discentes afirmam que sentiram essa vontade e apenas 18,9% afirmaram que não como vemos no gráfico 15 abaixo:

Gráfico 15: Vontade de empreender segundo os discentes.

Fonte: Própria (2021).

A partir disso, foi criado um plano de fortalecimento do empreendedorismo pós pandemia, com o propósito de disseminar e fortalecer a cultura empreendedora, visando apoiar as comunidades a desenvolverem suas atividades em relação a prática do empreendedorismo. Como visto na figura 01 abaixo:

FORTALECIMENTO DA CULTURA EMPREENDEDORA PÓS PANDEMIA

Figura 01: Plano de fortalecimento do empreendedorismo pós pandemia

Fonte: Própria (2021).

Nesse plano estão presentes 6 etapas para fortalecer a cultura do empreendedorismo no cenário pós pandêmico. Ele consiste inicialmente na realização de consultorias motivacionais com o intuito de motivar os participantes inserindo temas na área para ajudar desenvolver o emocional no cenário que estaríamos vivendo. Depois desse primeiro passo, foi definido que teriam palestras de formações que envolvessem empreendedorismo para forma-los sobre o tema. Posterior a isso a ideia continua sendo palestras de formações, desta vez com assuntos sobre cultura empreendedora. Logo após, seriam feitas consultorias sobre como fazer para empreender em tempos de pandemia mostrando para eles as soluções devidas e junto a isso se encaixaria o próximo passo seguinte a esse, que são palestras voltadas a apresentação do novo mercado de negócios que surgiram na pandemia. Por fim, se realizaria consultorias com pessoas que deram certo e se destacaram tendo sucesso com esses novos negócios que surgiram.

A partir dos resultados obtidos, foi realizada a produção de uma cartilha, tendo como principal objetivo transmitir o fundamento obtido através das pesquisas realizadas durante o projeto, para que assim possa se difundir o conhecimento dos dados fundamentados. Como podemos ver abaixo, temos a presente cartilha com a função de mostrar as novas oportunidades de negócios pós pandemia e qual a relevância disso para o mercado. Na cartilha estão presentes assuntos voltados a prática do empreendedorismo. Nela, podemos observar 3 pontos que foram falados, estes são: O que é empreendedorismo? As novas oportunidades de negócios pós pandemia e também apresentado passo a passo sobre etapas de como criar um negócio a partir de uma publicação do SEBRAE. Disponível nas imagens a seguir:

Figura 02: Capa, apresentação da cartilha e introdução sobre empreendedorismo.

Fonte: Própria (2021).

Figura 03: Introdução e fundamentação sobre empreendedorismo.

Fonte: Própria (2021).

FORTALECIMENTO DA CULTURA EMPREENDEDORA PÓS PANDEMIA

Figura 04: Introdução sobre oportunidades de negócios e fundamentação sobre as novas oportunidades de negócios.

Fonte: Própria (2021).

Figura 05: Apresentação sobre as principais novas oportunidades de negócios.

Fonte: Própria (2021).

Figura 06: Continuação da apresentação sobre as principais novas oportunidades de negócios.

Fonte: Própria (2021).

Figura 07: Introdução e apresentação das etapas para se fazer um negócio

Fonte: Própria (2021).

Figura 08: Referências

Podemos evidenciar nas imagens acima que foram vários fundamentos utilizados para construção da cartilha, na figura 02, como podemos ver, está representado a capa e a apresentação com o intuito de apresentar de forma clara e evidente o que ia ter de atribuições na cartilha.

Já na figura 03, também citado acima, o enfoque, está depositado em uma breve introdução de forma interativa sobre o empreendedorismo, e em sobre o que poderia se fundamentar em relação ao tema abordado, trazendo a visão de Howard steveson sobre esse assunto. Para essa parte, foi pensado em uma teoria de forma básica mas que também pudesse garantir as informações de forma completa.

Continuando com a figura 04, lá nós encontramos as fundametações sobre as novas oportunidades de negócios trazendo um diálogo indireto com o leitor para que a mensagem pudesse ser transferida de forma clara sobre o que seria as novas oportunidades de negócios em um cenário pandêmico, a intenção principal dessa parte da presente cartilha é despertar o interesse do leitor sobre o tema abordado.

Na figura 05 e 06, nós encontramos a apresentação das principais novas oportunidades de negócios, a

intenção que foi despertada lá na figura 04, agora é respondida com essas apresentações sobre quais os comércios que mais impulsionaram no mercado de trabalho atualmente, foram colocados números sobre os avanços que foram considerados nos respectivos comércios. Foram citados os 5 mais dotados da pesquisa realizada durante a execução do projeto: E-commerce de informática, delivery de entrega, desenvolvimentos para jogos, serviços em TI e comércio wearables. Assim, foi dito as definições de cada mercado e apresentado os resultados crescentes de cada um dos citados acima.

Ja se encaminhando para o fim, a presente cartilha apresenta uma introdução interativa e as etapas de como se abrir um negócio seguindo referências do SEBRAE, mostrando de forma dinâmica os resultados obtidos. Por fim, temos todas as referências utilizadas na execução da cartilha para fundamentar cada passo e resultado obtido na construção.

CONCLUSÕES

A cultura do empreendedorismo influencia e dá uma contribuição marcante para as empresas, sociedades e grupos que a cultivam, pois incentiva a inovação e facilita a competição dos participantes em um mercado em constante mudança. A partir disso, identificou-se as novas demandas do mercado de trabalho no cenário pós pandemia com base nos dados de pesquisa visando mostrar as oportunidades de negócios no atual momento.

Assim, com fundamento nos questionários aplicados com os discentes e docentes do IFPE-campus Recife, foi construído um plano de fortalecimento do empreendedorismo visando disseminar a cultura empreendedora para capacitar inserindo-os no novo cenário de pandemia.

Por fim, concluiu-se um relatório das novas demandas do mercado de trabalho apresentados através de uma cartilha visando difundir sobre as possibilidades de desenvolvimento de novos pequenos negócios pós-pandemia.

REFERÊNCIAS

ALTINAY, L. (2008). The relationship between an entrepreneur's culture and the entrepreneurial behaviour of the firm. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 5(1), 111–129. disponível em: <https://doi.org/10.1108/14626000810850874>

Bayraktar, S. (2016). Do entrepreneurs really create entrepreneurial cultures? When intentions do not match actions. *Bogazici Journal*. Disponível em: [innovation-entrepreneurship.springer open.com/articles/](http://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/)

Conheça novos padrões de consumo e tendências do mercado pós-pandemia – Sebrae. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/conheca->

novos-padroes-de-consumo-e-tendencias-do-mercado-pos-pandemia,d9b41925eef73710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 03 de Outubro de 2020.

DOLABELA, Fernando. Ensino de empreendedorismo na educação básica como instrumento do desenvolvimento local sustentável. In: Anais III Conferência Internacional de Pesquisa em Empreendedorismo na América Latina—III CIPEAL. Rio de Janeiro: PUC-Rio. 2004.

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

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor, Cultura Editores Associados. **São Paulo**, 1999.

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa. rev e atual—São Paulo. **Cultura**, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. 5ª. 2001.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. Revista de Administração de Empresas, v. 40, n. 3, p. 8-17, 2000.

HOFSTEDE, Geert. **Consequências da cultura: Comparando valores, comportamentos, instituições e organizações entre as nações** . Publicações Sage, 2001.

STEVENSON, Lois; LUNDSTRÖM, Anders. **Patterns and trends in entrepreneurship/SME policy and practice in ten economies**. Vällingby, Sweden: Elanders Gotab, 2001.

KANG, Jae Hyeung et al. Efeitos interativos de vários climas organizacionais no comportamento inovador dos funcionários em empresas empreendedoras: uma investigação em vários níveis. **Journal of Business Venturing** , v. 31, n. 6, pág. 628-642, 2016.

Roubicek, Marcelo. O que diz o primeiro dado de desemprego na pandemia. Disponível em:<<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2020/04/30/O-que-diz-o-primeiro-dado-de-desemprego-na-pandemia>>. Acesso em: 03 de maio de 2020

DRUCKER, Peter. Inovação e Espírito Empreendedor. São Paulo: Pioneira, 1986.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. Revista de Administração de Empresas, v. 40, n. 3, p. 8-17, 2000.

NOBREGA, Glauco Tapijara Vallicelli et 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.

SEBRAE, N. A. Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil. **Brasília: Sebrae**, 2011.

10 tendências para o mundo pós pandemia. Disponível em: [https://www.voicers.com.br/10 tendências para o Mundo Pós-Pandemia](https://www.voicers.com.br/10-tendencias-para-o-mundo-pos-pandemia) – Voicers. Acesso em: 03 de Outubro de 2020.