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

PERSPECTIVA DOS DOCENTES DA ÁREA DE GESTÃO E NEGÓCIOS E COORDENADORES DE CURSO ACERCA DA CULTURA EMPREENDEDORA NO IFPE

PERSPECTIVA DE LOS PROFESORES DE GESTIÓN Y COORDINADORES DE ÁREA EMPRESARIAL Y CURSOS DE CULTURA EMPREENDEDORA DE IFPE

PERSPECTIVE OF TEACHERS OF THE MANAGEMENT AND BUSINESS AREA AND COURSE COORDINATORS ABOUT ENTREPRENEURIAL CULTURE AT IFPE

Apresentação: Comunicação Oral

Mariana Almeida Ferreira Lima¹; Heloisa de Barros Dantas²; Erick Viana da Silva³

DOI: <https://doi.org/10.31692/2596-0857.VCOINTERPDVGT.0100>

RESUMO

As teorias mais antigas da administração costumavam dar enfoque aos processos dentro das organizações, todavia, por volta da metade do século passado há uma mudança de perspectiva e os aspectos subjetivos, como o comportamento dos membros da organização, começam a ser relevantes. Assim, a cultura organizacional ganha lugar nas investigações. Ritos, normas, tabus e formas de comunicação são elementos que compõem a cultura de uma organização. A postura empreendedora também é um elemento cultural, que é capaz, inclusive, de conferir vantagem competitiva por conter características como um maior preparo para lidar com incertezas e reconhecer oportunidades. Sendo o Instituto Federal de Pernambuco - IFPE, uma instituição centenária, marcada por diversas metamorfoses organizacionais, um perfil de atendimento às demandas sociais, infraestrutura de qualidade e um corpo docente qualificado, ou seja, um ambiente fértil para inovação e empreendedorismo, nos chama atenção o fato de ainda haver ausência de alguns elementos da cultura empreendedora em alguns *Campi*. Dessa forma, o objetivo dessa pesquisa é identificar a perspectiva dos docentes da área de Gestão e Negócios e Coordenadores de Curso acerca da cultura empreendedora do IFPE. Para tanto, realizamos uma pesquisa de cunho exploratório, descritivo e de campo, cujos sujeitos foram os docentes da área de Gestão e Negócios de todos os *Campi* do IFPE e os Coordenadores de Curso pertencentes ao *Campus* Recife. Destacamos dentre os principais resultados obtidos a constatação de que há na instituição um potencial empreendedor, o que se deve, dentre diversos fatores, tanto à sua infraestrutura quanto à composição de seu quadro docente e demais funcionários. Além disso, as práticas observadas no IFPE apontam para a presença da cultura empreendedora. Por fim, cabe destacar também que iniciativas recentes como a criação de novas Empresas Júniores podem representar um impulso à disseminação da cultura empreendedora no IFPE, portanto, se faz fundamental o estímulo e apoio para o desenvolvimento iniciativas que fortaleçam a cultura empreendedora da instituição.

Palavras-Chave: Cultura; Empreendedorismo; Educação Empreendedora; Cultura Organizacional;

1 Curso Técnico em Edificações, IFPE, marianaalmeidagastro@outlook.com

2 Bacharelado em Farmácia, UFPE, heloisab.dantas@ufpe.br

3 Mestre em Administração, IFPE, Erick.viana@recife.ifpe.edu.br

Empresa Júnior.

RESUMEN

Las antiguas teorías de la gestión solían centrarse en los procesos dentro de las organizaciones, sin embargo, a mediados del siglo pasado se produce un cambio de perspectiva y aspectos subjetivos, como el comportamiento de los miembros de la organización, comienzan a cobrar relevancia. Así, la cultura organizacional se da en las investigaciones. Los ritos, las normas, los tabúes y las formas de comunicación son elementos que configuran la cultura de una organización. La actitud emprendedora es también un elemento cultural, que incluso es capaz de conferir ventaja competitiva ya que contiene características como una mayor preparación para enfrentar incertidumbres y reconocer oportunidades. Como el Instituto Federal de Pernambuco - IFPE, una institución centenaria, marcada por varias metamorfosis organizativas, un perfil de satisfacción de demandas sociales, infraestructura de calidad y un cuerpo docente calificado, es decir, un ambiente fértil para la innovación y el emprendimiento, llama nuestra atención el hecho de que todavía hay una ausencia de algunos elementos de cultura emprendedora en algunos campus. Así, el objetivo de esta investigación es identificar la perspectiva de los profesores del área de Gestión y Negocios y Coordinadores de Cursos sobre la cultura emprendedora en IFPE. Para ello, realizamos una investigación exploratoria, descriptiva y de campo, cuyos sujetos fueron los profesores del área de Gestión y Negocios de todos los campus de la IFPE y los Coordinadores de Curso pertenecientes al Campus de Recife. Entre los principales resultados obtenidos, destacamos el hallazgo de que existe un potencial emprendedor en la institución, lo que se debe, entre varios factores, tanto a su infraestructura como a la composición de su profesorado y otros empleados. Además, las prácticas observadas en la IFPE apuntan a la presencia de una cultura emprendedora. Finalmente, también cabe destacar que iniciativas recientes como la creación de nuevas Empresas Junior pueden representar un impulso a la difusión de la cultura emprendedora en IFPE, por ello, es fundamental incentivar y apoyar el desarrollo de iniciativas que fortalezcan la cultura emprendedora de la institución.

Palabras Clave: Cultura; Emprendimiento; Educación Emprendedora; Cultura de la organización; Empresa junior.

ABSTRACT

The older theories of management used to focus on processes within organizations, however, around the middle of the last century there is a change in perspective and subjective aspects, such as the behavior of the members of the organization, begin to be relevant. Thus, organizational culture takes place in investigations. Rites, norms, taboos and forms of communication are elements that make up an organization's culture. The entrepreneurial posture is also a cultural element, which is even capable of conferring a competitive advantage as it contains characteristics such as greater preparation to deal with uncertainties and recognize opportunities. As the Federal Institute of Pernambuco - IFPE, a century-old institution, marked by several organizational metamorphoses, a profile of meeting social demands, quality infrastructure and a qualified faculty, that is, a fertile environment for innovation and entrepreneurship, calls our attention the fact that there is still an absence of some elements of entrepreneurial culture in some campuses. Thus, the objective of this research is to identify the perspective of professors in the area of Management and Business and Course Coordinators about the entrepreneurial culture of IFPE. Therefore, we carried out an exploratory, descriptive and field research, whose subjects were the professors of the Management and Business area of all the IFPE campuses and the Course Coordinators belonging to the Recife Campus. Among the main results obtained, we highlight the finding that there is a potential entrepreneur in the institution, which is due, among several factors, both to its infrastructure and the composition of its teaching staff and other employees. Furthermore, the practices observed at the IFPE point to the presence of an entrepreneurial culture. Finally, it is also worth noting that recent initiatives such as the creation of new Junior Companies can represent an impulse to the dissemination of the entrepreneurial culture at IFPE, therefore, it is essential to encourage and support the development of initiatives that strengthen the entrepreneurial culture of the institution.

Keywords: Culture; Entrepreneurship; Entrepreneurial Education; Organizational culture; Junior company.

INTRODUÇÃO

O presente artigo é fruto de uma pesquisa do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC do Instituto federal de Pernambuco (IFPE) realizada de 2020 a 2021, inserida no projeto “Formação empreendedora, protagonismo estudantil e mudanças organizacionais em instituições de ensino brasileiras”, o tema tem origem nas atividades de pesquisa e extensão do Grupo de Estudo e Pesquisa em Administração e Redes de Cooperação (GEPARC).

Por ser uma instituição centenária, o Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) passou por uma série de mudanças organizacionais, uma delas, por força da lei nº 11.892 de 29 de dezembro de 2008, que criou, dentre diversos Institutos Federais, o IFPE, “mediante integração do Centro Federal de Educação Tecnológico de Pernambuco e das Escolas Agrotécnicas Federais de Barreiros, de Belo Jardim e de Vitória de Santo Antão” (BRASIL, 2008). Assim, o IFPE é uma instituição que já surge grande e com um perfil de atendimento às demandas sociais. Vale mencionar também a intensa contratação de profissionais jovens doutores, formados na cultura universitária. Somando-se os fatores supracitados à infraestrutura dos *Campi*, que é, na maioria das vezes, de excelência, constitui-se um ambiente propício para o desenvolvimento de uma gama muito diversificada de atividades que contribuam para uma formação multidisciplinar para o estudante.

Fazendo cumprir o que é colocado no tópico VIII do artigo 6º da seção II da Lei 11.892, de 29 de dezembro de 2008, no qual é estabelecido que os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia têm dentre suas finalidades e características de “realizar e estimular a pesquisa aplicada, a produção cultural, o empreendedorismo, o cooperativismo e o desenvolvimento científico e tecnológico”(BRASIL, 2008) todos os cursos técnicos e superiores do IFPE possuem alguma disciplina da área de Gestão e Negócios como Empreendedorismo, Relações Humanas no Trabalho, Administração e Empreendedorismo e Associativismo/Cooperativismo. Além disso, contribuem para o cumprimento das determinações da referida lei, as atividades extracurriculares como participação em projetos de pesquisa e extensão, Empresas Júniores, Startups, Incubadoras e Aceleradoras e eventos como congressos e hackathons.

Entretanto, nossa inquietação surge do fato de que mais de uma década se passou desde a criação do IFPE e ainda encontramos *Campi* sem a presença de Empresas Júniores, por exemplo. Nos questionamos sobre os motivos da ausência desse e de outros aspectos da cultura empreendedora. Cabe então analisar as estratégias utilizadas para estímulo à cultura empreendedora.

Sabendo que a temática empreendedora é abordada por algumas disciplinas presentes nos cursos Técnicos e Superiores, podemos afirmar que há, em algum estágio, o desenvolvimento da educação empreendedora na instituição. É pertinente, portanto, observar também as metodologias utilizadas no ensino do empreendedorismo, pois estes aspectos podem nos ajudar a compreender o panorama da cultura empreendedora na Instituição.

Dessa forma, esta pesquisa objetivou identificar a perspectiva dos docentes da área de Gestão e Negócios e Coordenadores de Cursos acerca da cultura empreendedora no IFPE. Para tanto, nesse processo, foi preciso mapear os conteúdos programáticos das disciplinas da área de Gestão e Negócios; verificar as principais práticas pedagógicas de estímulo à geração de empreendedores utilizadas pelos docentes; Identificar o perfil profissional dos docentes que lecionam na área de Gestão e Negócios do *Campi* pesquisados; além de identificar as principais características de cultura empreendedora percebidas pelos Gestão e Negócios e coordenadores de cursos nesses *Campi*.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Quando falamos sobre Cultura Empreendedora é inevitável que em um primeiro contato surjam indagações acerca da definição de cultura, empreendedorismo e de empreendedor, então, de início é importante discutir sobre essas questões, salientando, essas não são dúvidas às quais cabem respostas simples e objetivas ou conceitos universais.

Definir cultura de uma forma concisa, objetiva e absoluta é uma tarefa difícil de executar, dessa forma, há conceituações elaboradas por diversos autores, que juntas, permitem a compreensão do termo. De acordo com UNESCO (1982), a cultura:

“a cultura deve ser considerada como o conjunto dos traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social e que abrange, além das artes e das letras, os modos de vida, as formas de viver em comunidade, os sistemas de valores, as tradições e as crenças”
(UNESCO, p. 1, 1982).

Embora existam diversas caracterizações distintas do termo, a maioria delas possui um ponto em comum: apontar a cultura como um conjunto de elementos, nunca um só elemento determinante. Além disso, esses elementos se influenciam mutuamente e atuando como peças de uma engrenagem na composição do todo. Uma organização de cultura empreendedora "é caracterizada pela concentração de duas ou mais formas de empreendedorismo, como o perfil empreendedor e ações de empreendedorismo coletivo" (SCHMIDT e DREHER, 2008, p. 2).

Uma Organização, que pode ser, de forma simplificada, definida como um grupo de

pessoas unidas em prol do cumprimento de um objetivo em comum, é um exemplo de grupo social. No ambiente delimitado pela organização, naturalmente, desenvolvem-se hábitos e costumes que caracterizam seus membros, falando-se assim em Cultura Organizacional. A conduta dos líderes da empresa é um elemento determinante na constituição de uma Cultura Organizacional, pois seus valores influenciam na tomada de decisão na condução da empresa que, por sua vez determina o rumo do trabalho dos demais membros. “Todavia, é importante perceber que os líderes formais não têm o monopólio da criação de uma cultura organizacional” (COSTA e BARBOSA, p. 6, 2011), eles próprios sofrem influência dos valores que circulam na Cultura do ambiente, provenientes das demais relações existentes na organização, é, dessa forma, uma relação com um fluxo de trocas multidirecional.

Ritos e cerimônias, tabus, normas, vestimentas e comunicação são alguns dos elementos que compõem a Cultura de uma organização. Alguns elementos são oficializados, há também aqueles que não estão registrados em documentos, mas que são comuns a todos, ou quase todos, os membros da organização e, inclusive, quando há o ingresso de novos membros, a tendência de repetir o que observamos nos ambientes nos quais estamos inseridos faz com que esses repliquem os hábitos observados.

Um bom exemplo dessa repetição de comportamentos é o cumprimento dos horários estabelecidos para a jornada de trabalho, em algumas empresas sair do ambiente de trabalho exatamente no horário do fim do expediente é visto com maus olhos, em outros, é perfeitamente normal, a significação que se dá a determinados comportamentos é condicional à cultura disseminada no ambiente. Concatenando os pontos levantados, a visão de Robbins (2012) conceitua cultura de uma organização como “um sistema de valores compartilhado pelos membros de uma organização que a diferencia das demais.” (ROBBINS, 2012, p. 375).

Por volta da metade do século passado é observada uma mudança de perspectivas nos estudos de administração, anteriormente as teorias davam enfoque aos processos das organizações, e posteriormente passaram a observar o comportamento dos membros da organização. As relações interpessoais passam a ter um maior peso na análise dos fenômenos que ocorrem dentro da organização. Chiavenato (2003) aponta para o fato de que a forma como as pessoas se comportam dentro da organização é determinada por suas motivações. Suas motivações e princípios, portanto, precisam estar alinhadas aos objetivos da empresa, uma vez que serão determinantes para a atuação dessa no ambiente de trabalho, sendo essenciais para o cumprimento eficaz dos objetivos postos. “Uma pessoa que não se identifica culturalmente com sua organização, pode fazer, conscientemente ou não, menos esforços, ou ainda, esforços contrários aos objetivos organizacionais.” (COSTA e BARBOSA, p. 5, 2011).

“Como o fenômeno empreendedor nasceu na empresa, a literatura geralmente define o empreendedor em tal contexto” (DOLABELA, 1999, p. 26). Entretanto, a prática empreendedora extrapola a atitude de abrir uma empresa, empreender está ligado a um tipo de comportamento, sendo assim, temos empreendedores que são empresários, funcionários ou estudantes, pois há uma infinidade de formas de empreender. É comum encontrar na literatura definições para empreendedor, atitude empreendedora e conceitos correlatos, e quando se busca a definição de empreendedorismo encontramos muitas associações com os conceitos anteriores. Da análise de algumas definições acerca da prática empreendedora "constata-se que algumas palavras se repetem no mundo conceitual do empreendedorismo, tais como destruição criativa, criação, construção e tomada de iniciativa" (CRUZ JÚNIOR, 2006, p. 7). Cabe ainda salientar o fato de que a atitude empreendedora não deve ser tida como um traço de personalidade intrínseco à pessoa, que se desenvolve involuntariamente, assim passando a ideia de “predestinação”, excluindo a possibilidade desenvolver através de estudo e prática. Pelo contrário, “o empreendimento é um comportamento, a e não um traço de personalidade. E suas bases são o conceito e teoria, e não a intuição” (DRUCKER, p. 34, 1987).

Drucker (1987) aponta também para a definição de empreendimento como novos e pequenos negócios, mas que, todavia não representa o real significado da palavra. Em geral as organizações, nos seus primeiros momentos de existência sofrem pressões que conduzem à homogeneização das organizações do segmento, atuam assim os mecanismos de isomorfismo. É evidente que as novas empresas, especialmente as pequenas, que correspondem a nichos mais especializados, apresentam muitas semelhanças, mas não necessariamente todas elas representam empreendimentos. “Na verdade, os empreendedores constituem a minoria entre as pequenas empresas. Eles criam algo novo, algo diferente; eles mudam ou transformam valores” (DRUCKER, p. 29, 1987). A partir dessa colocação de Drucker (1987) é possível perceber, também, que a inovação e o empreendedorismo estão sempre atrelados.

“O empreendedor, por definição, transfere recursos de áreas de baixa produtividade e rendimento para áreas de produtividade e rendimento mais elevados.” (DRUCKER, p. 37, 1987). Essa colocação, para uma empresa privada irá soar de uma forma, e para o setor público irá soar de outra forma, os princípios do empreendedorismo são os mesmos para todos os casos, todavia, os rendimentos serão quantificados de maneiras diferentes, para a empresa privada geralmente será representado por retorno financeiro, e para a organização do setor público poderá ser a validação no meio ou algo ligado ao bem estar do cidadão. Todavia elas enfrentam diferentes obstáculos e desafios, e estão propensas a cometer erros diferentes” (DRUCKER, p. 203, 1987).

Retomando à discussão sobre cultura, que é constituída por diversos hábitos e comportamentos, apontamos que empreender também pode ser um hábito, e esse hábito pode ser trabalhado, desenvolvido e disseminado, especialmente dentro do ambiente organizacional, caracterizando uma cultura empreendedora. “A cultura empreendedora enfatiza a emergência de novas oportunidades, os meios de capitalizá-las e a criação de estrutura adequada para aproveitá-las” (SCHMIDT e DREHER, p. 2, 2008).

As competências empreendedoras, em geral, estão relacionadas com um olhar aguçado para oportunidades, disposição para enfrentar riscos, mas também a habilidade de analisá-los, propensão para inovação, e conseqüentemente, uma maior facilidade para lidar com incertezas, como, mudanças de mercado, crises improváveis e outros contratempos. Isso representa, evidentemente, uma vantagem competitiva, pois, tendem a se recuperar com maior facilidade em tempos de crise, assim “uma empresa, comunidade ou região que possua esta cultura é muito fortalecida, pois consegue visualizar e aproveitar novas oportunidades” (SCHMIDT e DREHER, p. 2, 2008). De acordo com Dolabela (1999, p.26) através das pesquisas sobre o perfil do empreendedor se sabe que é um fenômeno coletivo e que cabe à comunidade criar o ambiente propício para empreender.

“No último século, o grande sucesso da administração geral proporcionou uma abundância material sem precedentes, mas esses princípios de administração são mal adaptados para lidar com o caos e a incerteza” (RIES, 2012, p. 17), como mencionado precedentemente, a incerteza é um elemento que em alguns momentos será um obstáculo para as organizações, quando se fala em empreendedorismo, essa é uma constante. Como nem toda empresa representa um empreendimento, nem toda administração será empreendedora, dessa forma, “durante décadas, os empreendedores e seus problemas singulares destoaram da administração geral” (RIES, 2012, p. 17).

Aponta-se a presença da cultura empreendedora em uma organização como um elemento fortalecedor no enfrentamento de crises e incertezas, todavia, é pertinente salientar que o estímulo ao empreendedorismo não é pré-requisito para instituições de ensino. Mas instituições com o perfil tecnológico, como os Institutos Federais, são ambientes férteis para o estímulo à geração de ideias empreendedoras, negócios ou produtos derivados de atividades acadêmicas. Alguns projetos iniciados na escola vão se tornar realidade de mercado, e outros não, o que não representa fracasso, tanto estes quanto aqueles devem ser encarados como fontes de aprendizado para os estudantes e profissionais envolvidos, pois “se o objetivo fundamental do empreendedorismo é se envolver na construção de organizações sob condições de extrema incerteza, sua função mais essencial é a aprendizagem” (RIES, 2012, p. 33).

Dessa forma, cabe observar também as estratégias e metodologias de ensino adotadas no IFPE, pois “a aula tradicional expositiva pode ser utilizada para repassar aspectos teóricos e culturais do empreendedorismo, porém deve direcionar os demais aspectos de ação empreendedora para métodos e recursos pedagógicos mais dinâmicos” (SCHAEFER e MINELLO, 2016, p. 9) e assim verificar se há educação sobre empreender ou para empreender.

METODOLOGIA

A presente pesquisa é caracterizada como exploratória por objetivar a obtenção de uma visão panorâmica de um tema pouco explorado, visando “a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2006, p. 27), descritiva, uma vez que busca descrever alguns fenômenos e identificar as relações existentes entre eles, localizando variáveis relevantes, valendo-se da “utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados” (GIL, 2006, p. 28), sendo também uma pesquisa de campo, pois “consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente” (MARCONI e LAKATOS, 2003, p. 186), uma vez que “qualquer investigação em ciências sociais deve valer-se, em mais de um momento, de procedimentos observacionais” (GIL, 2006, p. 16).

O campo da pesquisa a priori seria constituído por um *Campus* do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE), todavia, verificamos possibilidades de expandir o alcance, dessa forma pesquisamos em todos os *Campi* do IFPE. Portanto, os sujeitos da pesquisa são os docentes da área de Gestão e Negócios de todos os *Campi* do IFPE e Coordenadores de Curso dos Cursos Técnicos e Superiores do IFPE - *Campus* Recife.

Utilizamos Documentos oficiais do IFPE, referente aos Planos de Curso dos Cursos Técnicos e Superiores da instituição, documentos norteadores institucionais e questionário em meio digital. Utilizamos, para a tabulação dos dados e representação desses na forma de gráficos, software de planilha eletrônica.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa foi realizada em 4 momentos, o primeiro destinado à análise documental, utilizando documentos oficiais do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) referentes ao plano de curso dos cursos técnicos e superiores da instituição visando localizar as disciplinas da área de Gestão e Negócios para então localizar os respectivos docentes. Seguindo-se pelo contato Chefes de departamento, Coordenadores e Diretores de Ensino, que intermediaram o contato com os sujeitos da pesquisa. O terceiro momento consistiu na aplicação de um questionário disponibilizado em meio eletrônico junto aos Coordenadores dos cursos Técnicos e superiores do IFPE - *Campus* Recife e docentes da área de Gestão e Negócio de todos os *Campi* do IFPE. Em seguida, a última etapa é caracterizada pela tabulação

e análise dos dados obtidos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram mapeados no IFPE - *Campus* Recife, dezenove Coordenadores de Curso, onze referentes às modalidades Ensino Médio Integrado ao Técnico, Subsequente e PROEJA dos Cursos Técnicos Edificações, Eletrotécnica, Eletrônica, Mecânica, Química, Saneamento, Segurança do Trabalho, Telecomunicações, Refrigeração e Climatização, e oito referentes aos cursos superiores de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Design Gráfico, Gestão de Turismo, Radiologia, Geografia, Engenharia Civil e Engenharia Mecânica. E quarenta e três professores da área de Gestão e Negócios, distribuídos pelos *Campi* do IFPE.

Dentre os sujeitos mapeados obtivemos respostas ao questionário provenientes de trinta e nove voluntários. Dos trinta e nove voluntários, nove são Coordenadores de Curso do IFPE - *Campus* Recife, vinte e quatro são docentes da área de Gestão e Negócios distribuídos entre os *Campi* do IFPE (onze do *Campus* Recife, um do *Campus* Barreiros, um do *Campus* Belo Jardim, dois do *Campus* Cabo, um do *Campus* Caruaru, um do *Campus* Jaboatão, um do *Campus* Olinda, três do *Campus* Paulista, um do *Campus* Pesqueira e dois do *Campus* Vitória de Santo Antão) e, verificamos ainda seis que além de serem docentes da área de Gestão e Negócios se dedicam à coordenação de cursos, desses seis, dois são do *Campus* Paulista, um do *Campus* Pesqueira, um do *Campus* Recife, um do *Campus* Cabo e um do *Campus* Olinda.

Figura 01: Distribuição dos voluntários entre os *Campi* do IFPE

Fonte: Própria (2021).

Figura 02: Distribuição dos voluntários por ocupação

Fonte: Própria (2021).

Visando traçar um perfil acadêmico dos voluntários, perguntamos sobre sua formação acadêmica. Inferimos que todos possuam curso superior por ser requisito básico para atuar como docente nesse caso, e perguntamos também, sobre os graus de Especialização, Mestrado e Doutorado. Dessa forma, num panorama geral, verificamos que vinte e cinco dos trinta e nove entrevistados são graduados em Administração. Dezesseis possuem especialização em Administração, dezoito não possuem especialização em Administração e cinco não possuem especialização. Vinte e um são Mestres em Administração, dezoito não são Mestres em Administração e apenas um voluntário não é Mestre. Três são Doutores em Administração, vinte não são Doutores em Administração e dezesseis não são Doutores. Ou seja, mais da metade dos entrevistados (vinte e três) possuem doutorado, o que demonstra, como já esperado, alto grau de qualificação no quadro docente da instituição.

Estreitando um pouco mais a análise, temos que, dentre os nove Coordenadores de Curso, nenhum possui graduação em Administração, somente um possui especialização em Administração, nenhum possui mestrado em Administração, e nenhum possui doutorado em Administração. Quanto aos vinte e quatro docentes da área de Gestão e Negócios, vinte possuem graduação em Administração, treze possuem especialização em Administração, dezenove possuem mestrado em Administração e apenas um possui doutorado em Administração. Já dentre os seis que são concomitantemente Coordenadores de Curso e docentes da área de Gestão e Negócios verificamos que quatro possuem graduação em Administração, dois possuem especialização em Administração, dois possuem mestrado em Administração e dois possuem doutorado em Administração.

Como já colocado, há diversos tipos de empreendedorismo e é possível ser empreendedor seja qual for a atuação profissional, dessa forma, perguntamos exemplos de

atitudes empreendedoras enquanto docente, no âmbito do ensino das disciplinas de administração. Observa-se que a palavra “estimular” se repete nas respostas, muitos apontam que buscam estimular os estudantes a empreender, inovar, buscar soluções para os problemas enfrentados, ou seja, o professor atua como provocador para que o estudante desenvolva habilidades, dialogando com o apontamento de Dolabela (2008) quando aponta que “cabe ao professor formular perguntas; as respostas constituem o centro da tarefa empreendedora e serão construídas pelos alunos” (DOLABELA, 2008, p. 17).

Apontam também trabalhar em suas atividades o desenvolvimento do espírito empreendedor fortalecendo a tomada de iniciativa, proatividade, inovação, criatividade e a postura de prontamente buscar soluções ao se deparar com um problema, pois para Soares, Boas e Jones (2014):

“O Empreendedorismo requer um tipo de comportamento que inclui tomada de iniciativa, organização ou reorganização de mecanismos socioeconômicos para transformar recursos e situações em contas práticas, avaliação e aceitação de riscos e tem como principais recursos o próprio empreendedor” (SOARES, BOAS e JONES, 2014, p.3).

Outra prática comum é a estruturação de planos de Planos de Negócios em sala de aula, o que se mostra de extrema importância dado o fato de que, segundo Pereira et al. (2009) uma parcela significativa das Micro e Pequenas Empresas abertas no Brasil não chega ao segundo ano de atividade, o que se deve a fatores como deficiências no planejamento antes da abertura e na gestão durante o funcionamento. Os voluntários apontam também para a importância de se atualizar para acompanhar as tendências dos temas relacionados à gestão e da realização de capacitações.

Dando sequência, perguntamos como a educação empreendedora pode ser materializada em sua prática docente. Uma das respostas que mais chamaram atenção coloca que a educação empreendedora se materializa ao lecionar sem perceber o aluno como um mero receptor de informações e/ou conhecimentos, e estimulando seu protagonismo e autonomia, tal qual precisa ser um empreendedor, dessa forma, o processo deve estar centrado “no aluno, em vez de centrar-se no professor ou no ensino, tornando-o senhor da própria aprendizagem” (SCHAEFER e MINELLO, 2016, p. 7). Os demais apontam que é necessário trabalhar a união da teoria com a prática, atentar-se às demandas dos estudantes, exercitar a resolução de problemas reais além de informar sobre as vantagens e alertar sobre as desvantagens das

diversas maneiras de empreender. Em contrapartida, alguns voluntários levantam a questão de que a vivência da educação empreendedora tem estado muito restrita ao ambiente de sala de aula e pouco se estimula para haver uma real multidisciplinaridade, todavia, “mais importantes do que os conteúdos das disciplinas e aulas serão as possibilidades de experiência oportunizadas ao aluno engajado no próprio aprendizado e desenvolvimento” (SCHAEFER e MINELLO, 2016, p. 8).

Tratando mais especificamente da Cultura empreendedora, solicitamos que compartilhassem a percepção acerca dessa dentro da instituição em que atuam. Quando se trata do *Campus* Recife do IFPE, em geral a perspectiva tende a ser bastante positiva, no entanto, quanto aos demais *Campi* as perspectivas são difusas. Os voluntários apontam que o desenvolvimento de atividades empreendedoras é inerente ao modelo de instituição que caracteriza o IFPE, uma vez que “Instituições de serviço público têm tanto uma oportunidade como uma responsabilidade para ser empreendedoras e para inovar” (DRUCKER, p. 203, 1987). Nenhum dos voluntários a considera inexistente, todavia há apontamentos de que a cultura empreendedora ainda se encontra num estágio embrionário, começando a se consolidar aos poucos e que é mais presente no contexto das disciplinas de gestão como Empreendedorismo e Relações Humanas no trabalho, e que, dessa forma, pouco sai de sala de aula. A percepção geral, no entanto é de que há um enorme potencial para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora forte e abrangente na Instituição, e que eventos recentes como a criação de uma Empresa Júnior, a parceria com o SEBRAE e organizações sem fins lucrativos como o Instituto Internacional Despertando Vocações, bem como a perspectiva da possibilidade de criação de novos cursos na área de Gestão são indicativos de uma caminhada para a consolidação de um ambiente empreendedor, muito embora as limitações de recursos representem um entrave a esse desenvolvimento.

Por fim, indagamos acerca das experiências com Empresas Júniores, Incubadoras, Aceleradoras ou Startups. Apenas um terço dos entrevistados não possui nenhuma dessas experiências, dentre esses, três possuem conhecimentos teóricos sobre as temáticas. Já no que se refere aos vinte e seis que possuem essas vivências, dezenove fizeram ou fazem parte de empresas juniores, verificamos que é comum entre os que estiveram em empresas juniores enquanto estudantes atuarem hoje, enquanto professores, como consultores para novas empresas juniores. Os sete restantes e mais alguns dos supracitados possuem experiências como Mentores de Startups, integrantes de incubadoras ou já foram empresários.

CONCLUSÕES

Observamos que, em função de diversos fatores, como o quadro docente bastante qualificado, presença de disciplinas relacionadas a Gestão e Negócios em todos os cursos técnicos e superiores, da instituição, desenvolvimento de diversas atividades extracurriculares e a infraestrutura (de excelência, na maioria das vezes), o Instituto Federal de Pernambuco é, de fato, um ambiente propício para o desenvolvimento da cultura empreendedora. A opinião geral dos voluntários, entretanto, é de que essa cultura organizacional ainda não é tão desenvolvida na instituição.

É imprescindível salientar que, ainda assim, a perspectiva é animadora, para os voluntários, o cenário da Cultura Empreendedora na Instituição não é algo estático, mas sim em movimento, apontam-no como em ascensão, desenvolvimento ou em fase de sensibilização. Verificamos que iniciativas recentes como o surgimento de Empresas Júniores, parcerias com organizações como o SEBRAE e o Instituto Internacional Despertando Vocações e a possibilidade da criação de novos cursos na área de Gestão e Negócios podem representar um impulso para a disseminação da Cultura Empreendedora no IFPE.

Dessa forma, indicamos que o caminho para o pleno desenvolvimento de uma cultura empreendedora consolidada no IFPE certamente passa por um trabalho de sensibilização dos membros da organização nos seus diversos níveis hierárquicos, e também de incentivo e investimento nas iniciativas de fomento ao empreendedorismo já existentes dentro e fora de sala de aula, como empresas juniores que, são pouco numerosas, Aceleradoras, Incubadoras, Eventos Científicos, bem como Pesquisa e Extensão, considerando também, a possibilidade de criação de novas iniciativas.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei n.º 11982, 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.** Portal oficial da Presidência da República do Brasil. Brasília, DF, 29 dez 2008;

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações.** 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

COSTA, Leda; BARBOSA, José. **A Cultura Organizacional e Seus Impactos na Formação das Estratégias Empresariais.** In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 8., 2011, Resende. Anais. Resende, 2011. p. 1 - 14;

CRUZ JÚNIOR, João. **Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática.** Revista de Ciências da Administração, Santa Catarina, v. 8, n. 15, 2006.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL SOBRE A DIVERSIDADE CULTURAL. In: Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais. México: UNESCO, 1982. Disponível em: <https://www.oas.org/dil/port/2001%20Declara%C3%A7%C3%A3o%20Universal%20sobre%20a%20Diversidade%20Cultural%20da%20UNESCO.pdf>

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

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa.** São Paulo: Cultura, 1999.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor.** 2 ed. São Paulo: Pioneira, 1987;

GIL, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6º ed. São Paulo: Câmara brasileira do livro: 2008;

MARCONI, Marina; LAKATOS, Eva. **Fundamentos da metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2003;

PEREIRA, Mauricio et al. **Fatores de inovação para a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil.** Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 6, n. 1, pp. 50-65, 2009;

RIES, Eric. **A Startup Enxuta:** Como os empreendedores atuais utilizam inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Leya Editora, 2012.

ROBBINS, Stephen P.; SOBRAL, Filipe. **Comportamento organizacional.** 14. ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2012.

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

SCHMIDT, Carla; DREHER, Marialva. **Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor.** Revista de Gestão USP, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 1-14, janeiro/março 2008;

SOARES, Mônica; BOAS, Ana; JONES, Graciela. **Práticas de Difusão da Educação Empreendedora Pelos Docentes de um Curso Técnico em Agropecuária.** In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, XI, 2014, Anais, 2014, p. 1-17.