

## PANORAMA DO MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR NO BRASIL: EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO PARA O AVANÇO DA ECONOMIA

GEORGIA ARLA CABRERA KHADER<sup>1</sup>; RAFAEL GUERRA LUND<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – gekhader@hotmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – rafael.lund@gmail.com*

### 1. APRESENTAÇÃO

Criado em 1967 na França, o “Movimento Empresa Júnior” (MEJ) veio para o Brasil em 1988 e possibilitou a criação das empresas juniores (EJ) no país. A “Brasil Júnior” é a Confederação Brasileira de Empresas Juniores, criada em 2003, sendo o órgão que representa o movimento no âmbito nacional, acompanhando de perto o progresso das empresas (BRASIL JÚNIOR, 2013). Atualmente existem dezoito federações estaduais as quais estão vinculadas a Brasil Júnior e prestam assessoria, respaldo burocrático e acompanhamento das empresas.

O surgimento das EJ supriu as necessidades dos alunos de acesso ao empreendedorismo e às ferramentas utilizadas no mercado de trabalho, oportunizando aos estudantes desenvolver uma vivência empreendedora dentro da universidade. O Movimento está presente no mundo inteiro, sendo que o Brasil é o país com a maior quantidade de EJ, com aproximadamente 600 empresas federadas (BRASIL JÚNIOR, 2016).

Essas empresas são associações civis com suporte educativo e/ou extensionista, e sem fins lucrativos, composta e gerida, exclusivamente, por alunos de graduação de instituições de ensino superior, que possuem a mentoria de um ou mais professores, e que geralmente prestam serviços de consultoria e desenvolvem projetos e produtos para empresas, entidades e para a sociedade em geral por meio da orientação de professores e profissionais especializados. (MATOS, 1997).

A pesquisa enquadra-se no WebSaúde., programa de extensão tecnológica em empreendedorismo e inovação em saúde da UFPel, o qual inclui, entre as suas ações, a promoção de palestras, seminários, ciclo de debates, workshops, além da participação do grupo envolvido em eventos e a interação das áreas educacionais de saúde da universidade com o mundo empresarial e industrial buscando oportunidades de projetos de cooperação interinstitucional.

Este programa tem o potencial de estimular e apoiar os alunos egressos e a comunidade em geral por meio da promoção de debates, troca de experiências e vivências e discussão de assuntos relacionados à ciência e tecnologia em suas páginas nas redes sociais permitindo aos membros identificar cenários junto ao mundo produtivo. Com essas ações, o programa tem o intuito de instigar os alunos a se inserirem no mercado de trabalho ainda na graduação e desenvolverem um olhar mais empreendedor.

Tendo em vista a necessidade de estudos sobre a frequência, distribuição e perfil das empresas juniores no Brasil, bem como o desenvolvimento da cultura do empreendedorismo no ambiente universitário, o objetivo do presente estudo foi avaliar em um âmbito geral as características dessas empresas e a sua contribuição para o desenvolvimento econômico do país.

## 2. DESENVOLVIMENTO

A pesquisa se tratou de um estudo transversal com uso de dados secundários de todas as empresas federadas, sendo aplicado um questionário estruturado com dezoito perguntas diretas às EJ federadas, o qual contemplou informações como: universidades as quais as EJ são pertencentes, de qual federação fazem parte, quais atividades executam, área de atuação das empresas, a qual estado brasileiro pertencem, se são oriundas de instituições públicas ou privadas, além de questões para identificação em que foram registrados os indicadores relacionados ao perfil desses negócios.

A busca pelas EJ foi feita por meio da rede social *Facebook*, pela página do “Movimento Empresa Júnior Brasil” e pela palavra-chave “Empresa Júnior”, além do contato com as federações que forneceram os nomes das empresas associadas para posterior procura de dados para contato no *Facebook* e na Internet. A comunicação com as EJ para a resposta do questionário se deu por meio de e-mail e telefone.

Foram encontradas algumas dificuldades de contato com as EJ, além de problemas na resposta de algumas federações. No entanto, em geral houve uma boa aceitabilidade. O estudo iniciou em abril de 2016.

## 3. RESULTADOS

Segundo dados coletados pelo Programa WebSaúde, cerca de 93% da EJ são oriundas de instituições públicas. Essa estatística um maior incentivo das universidades públicas às empresas-juniões, buscado fomentar o aprendizado prático do universitário em sua área de atuação, além de aproxima-lo do mercado de trabalho. Além disso, percebeu-se que a maior parte das EJ estão alocadas no estado de Minas Gerais, sendo pertencentes a federação FEJEMG; em seguida, destaca-se o estado de São Paulo tendo a FEJESP como federação; e, em terceiro lugar, o Paraná com a FEJEPAR.

Em relação aos cursos, foi percebida uma ampla maioria de empresas provenientes dos cursos de engenharia, sendo a engenharia civil a mais predominante. Em segundo lugar, estão os cursos de área de ciências sociais aplicadas, destacando-se administração, economia, comunicação social e marketing. Já os cursos da saúde apresentam somente cerca de 5% das empresas, com predomínio dos cursos de farmácia, nutrição e psicologia. Esse dado reflete a necessidade de maior incentivo por parte das graduações da área da saúde, sendo que em odontologia foi encontrado somente quatro empresas e em medicina nenhuma até o momento, por exemplo.

Baseado nas entrevistas foi evidenciada também que uma grande parcela das empresas sofreram empecilhos e dificuldades burocráticas para sua instalação. Um dos principais itens abordados foram as restrições que as próprias instituições de ensino impõem para ceder o espaço físico para a alocação da EJ, que segundo a Lei 13.267 é obrigação da Unidade do curso em que a EJ vai ser instalada oferecer a infraestrutura necessária para a sua implementação. Além disso, problemas para conseguir o alvará, a isenção de impostos pela prefeitura, o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) e até mesmo abrir conta em banco no nome das empresas foram relatados. Isso reflete o quanto burocrático é o processo de abertura dos negócios no país, configurando em um atraso econômico consequentemente.

Outro dado percebido é a característica das empresas usarem constantemente a Internet para a divulgação de seus serviços. A grande maioria delas usam ativamente as redes sociais para exibir seus projetos, o dia a dia da empresa, metas alcançadas, contato pessoal de seus membros, etc. Dessa forma, é perceptível o caráter jovem da equipe, além da tentativa de aproximar o contratante ao universo da empresa. Os estudantes que integram as EJ demonstram espírito empreendedor e competitivo.

A política de institucionalização das EJ em nossa universidade é recente e precisa ser desenvolvida na prática. Dentre as ações previstas pelo Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da UFPel 2015-2020, proposto na resolução nº13, 11/2015, para ampliação do fomento ao empreendedorismo, está a de estimular a criação de novas empresas juniores e consolidar as empresas existentes. A UFPel, conta com o Conselho dos Representantes das Empresas Juniores (CREJ) da UFPel, o qual foi aprovado pela resolução 06, 03/2017 o qual é um órgão de caráter consultivo, vinculado á Pró-Reitoria de Graduação, no qual devem estar representadas todas as Empresas Juniores devidamente constituídas nos Cursos de Graduação da UFPel. Segundo dados do CREJ, atualmente são três empresas juniores constituídas e mais quatro em processo de formação.

#### 4. AVALIAÇÃO

Percebeu-se que o empreendedorismo é um tema ainda recente na maioria das instituições federais de ensino superior e vem ganhando espaço. Há um trabalho efetivo nas universidades através de um conjunto de ações relacionadas à inovação e à criação de competências necessárias ao empreendedorismo. É necessário efetivar a institucionalização das empresas juniores, de forma que, além da autonomia e da liberdade de crescimento e relacionamento, integrem os projetos político-pedagógicos dos cursos aos quais estão vinculadas e disponham de dotação orçamentária.

A literatura relacionada à temática enfatiza a importância do desenvolvimento de competências para uma formação superior de qualidade, pregando que seja respeitada as especificidades dos diferentes cursos, em pelo menos três classes gerais: a capacidade analítica, a capacidade instrumental e a capacidade social (DEL PRETTE, 2003). Isso é, certamente, desenvolvido na prática laboral vivida pelos alunos, sendo que a aprendizagem é o processo que possibilita a aquisição e o aprimoramento das competências (DREJER, 2000).

No panorama econômico, foi verificado pelo Censo e Identidade 2016 realizado pela Brasil Júnior que apesar de existirem disparidades de crescimento entre as empresas, na média geral o crescimento é alto. O Rio de Janeiro foi o Estado que mais realizou projetos, com cerca de 19 por EJ; no entanto, o Rio Grande do Sul foi o Estado que obteve maior faturamento por EJ, aproximadamente, R\$ 403.708,47, sendo que 41,6% dos projetos foram realizados para micro e pequenas empresas. Já o PIB das empresas em 2016 foi de R\$11.096.620,77 apresentando um aumento de 66% com relação a 2015 (Brasil Júnior, 2016). Esses dados exemplificam os impactos que as EJ causam na economia do país, e o alto crescimento que elas estão experimentando nos últimos anos.

Dessa forma, é extremamente importante a aproximação das empresas juniores no sentido da formação de uma rede coesa de empreendedorismo dentro da Universidade – o que envolve, entre outras iniciativas, a realização conjunta de

ações de empreendedorismo e inovação com incubadoras de empresas e parques tecnológicos.

O mundo do trabalho demanda velocidade de mudança na ciência, na tecnologia, nas relações internacionais. É preciso conhecer esses mecanismos para estar num mercado competitivo. E isso só é possível se os currículos tratarem o tema do empreendedorismo de forma transversal. A graduação tem que acolher cada vez mais a temática da empresa júnior.

Nesse sentido, com esse estudo foi possível analisar o panorama geral do Movimento Empresa Júnior no Brasil e verificar suas necessidades, conquistas e aspirações. Sendo importante alargar o debate do empreendedorismo nas universidades a fim de incentivar no ambiente acadêmico a constituição dessas empresas, pois com elas o aluno tem a oportunidade de trabalho efetivo na graduação através de um conjunto de ações relacionadas à inovação e à criação de competências necessárias ao empreendedorismo.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBAD, G. S. Empresas juniores como espaços de apoio à formação profissional de estudantes universitários brasileiros. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, Brasília, v.14, n.4, p.452-463, 2014.

BRASIL JÚNIOR (2016). **Relatório Nacional Censo e Identidade 2016**. Acessado em 27 set. 2017. Online. Disponível em: <http://www.brasiljunior.org.br/site/category/8-arquivos-gerais>

CAMPOS, E. B. D. . **Avaliação de necessidades de treinamento de empresários juniores brasileiros**. 2012. Dissertação de mestrado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações – Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações, Universidade de Brasília.

DEL PRETTE, A. No contexto da travessia para o ambiente de trabalho: treinamento de habilidades sociais com universitários. **Revista Estudos de Psicologia**, São Paulo, v.8, n.3, p. 413-420, 2003.

DREJER, A. Organisational learning and competence development. In: DREJER, A. **The Learning Organization**. Denmark: Emerald Insight, 2000, Cap. 4, v.7, p. 206-220.

MATOS, F. **A empresa júnior no Brasil e no mundo: o conceito, o funcionamento, a história e as tendências do movimento EJ**. São Paulo, Martin Claret, 1997. v.1.

MORETTO NETO, L.; JUNKES P. N.; ROSAURO, D. Z.; BENKO, F. **Empresa Júnior: Espaço de aprendizagem**. Florianópolis: Gráfica Editora Pallotti. 2004.