

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade em Diferentes Setores

**O EMPREENDEDORISMO E AS EMPRESAS JUNIORES COMO ATORES DA
FORMAÇÃO DOS NOVOS PROFISSIONAIS**

**THE ENTREPRENEURSHIP AND THE JUNIOR ENTERPRISES AS ACTORS OF
THE FORMATION OF THE NEW PROFESSIONALS**

Marlon Soliman, Julio Cezar Mairesse Siluk, Naiara Tatiane Hupfer, Alvaro Luiz Neuenfeldt Júnior,
Lissandro Dorneles Dalla Nora e Frank Leonardo Casado

RESUMO

Frente às constantes modificações do cenário econômico atual, o perfil profissional buscado pelas empresas tem sofrido alterações significativas ao longo dos últimos anos. Atualmente, além da educação formal, outras características estão sendo altamente valorizadas pelo mercado, trazendo à tona a discussão sobre o modelo de ensino empregado pelas universidades brasileiras, bem como o papel dos educadores na preparação dos futuros profissionais. Neste contexto, este trabalho tem como objetivo estudar a relevância da temática do empreendedorismo fomentada pelas Empresas Juniores da UFSM como parte integrante da formação acadêmica, sob a ótica dos alunos, a fim de verificar o descompasso entre o ensino praticado nas universidades e a realidade do mercado de trabalho, de modo a contribuir com o ensino superior brasileiro.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Empresa júnior, Educação empreendedora.

ABSTRACT

Faced with the constant changes in the current economic scenario, the professional profile sought by businesses has undergone significant changes over the past few years. Currently, in addition to formal education, other features are highly valued by the market, bringing up the discussion on the teaching model used by Brazilian universities, as well as the role of educators in preparing future professionals. In this context, this work aims to study the relevance of the theme of entrepreneurship fostered by UFSM Junior Enterprises as part of academic education, from the perspective of students, in order to check the gap between education practiced in universities and market reality work in order to contribute to higher education in Brazil.

Keywords: Entrepreneurship, Junior enterprises, Enterprise education.

1. INTRODUÇÃO

O perfil profissional buscado pelo mercado de trabalho tem sofrido diversas modificações ao longo dos anos. Atualmente, além da educação formal, outras características que antes permaneciam em segundo plano estão sendo altamente valorizadas pelo mercado, como capacidade de trabalhar em grupo, facilidade de comunicação e empreendedorismo. A pró-atividade, persistência, liderança, e visão sistêmica do negócio também aparecem como capacidades em alta no cenário atual, independente da área de atuação profissional, exigindo uma maior preparação dos candidatos ao mercado nestes atributos, enquanto padrões rígidos, falta de sociabilidade, desatualização e inflexibilidade são as características consideradas em baixa por parte dos recrutadores. Este panorama traz à tona a discussão sobre o modelo de ensino empregado pelas universidades brasileiras, bem como o papel dos educadores na preparação dos futuros profissionais frente a este cenário, como pode ser observado em publicações recentes como as Vieira *et al.* (2011); Pardini e Santos (2012); Henrique e Cunha (2012) e Casado *et al.* (2012).

Concomitante a esta modificação de perfil buscado pelo mercado, o cenário econômico brasileiro tem sofrido expressiva mudança no que diz respeito aos postos de emprego. Os dados do relatório de análise do emprego (SEBRAE, 2012) demonstram esta mudança: as micro e pequenas empresas foram responsáveis por 75,7% dos empregos gerados em 2012, sendo 80,1% das vagas destinadas a empreendimentos com até 4 trabalhadores. Torna-se evidente a importância destes empreendimentos para a economia brasileira. Analisando-se mais alguns dados, percebe-se que o bom momento político e econômico vivenciado pelo Brasil está proporcionado o surgimento de novos empreendimentos, impulsionado principalmente pelas faixas etárias mais jovens. Segundo levantamento realizado (GEM, 2010), para cada empreendimento motivado por necessidade, existem 3,4 motivados por oportunidade, para a faixa etária de 25 a 34 anos. Para as demais faixas etárias, as razões oportunidade/necessidade são menores, mas sempre maiores que a unidade. A faixa etária de 25 a 34 anos, a qual se pode atribuir a grande maioria dos egressos dos cursos de graduação, também lidera o indicador de taxa de empreendedorismo, correspondendo a 22,2% dos novos negócios iniciados.

Os dados apresentados levam a algumas reflexões: como os estudantes universitários estão se preparando para estas modificações do mercado de trabalho? Que alternativas e oportunidades as universidades brasileiras oferecem aos alunos? Que ações de incentivo a criação de novas empresas estão sendo tomadas no ambiente acadêmico? Estes e outros questionamentos estão cada vez mais fazendo parte dos ambientes de discussão das universidades, uma vez que a universidade é o principal sorvedouro de capital humano para o mercado de trabalho (LANERO, 2011). É dentro deste contexto que se vislumbra a necessidade de se avaliar se os recursos empregados hoje na formação dos futuros profissionais estão alinhados com as modificações do cenário econômico.

Neste ponto, faz-se importante um nivelamento de conceitos. Segundo Faria (2006), existe uma diferença conceitual entre os termos utilizados no exterior na questão do ensino do empreendedorismo. Como demonstra o autor, o termo *Entrepreneurship Education*, utilizado no Canadá e Estado unidos, foca no desenvolvimento de habilidades e conhecimentos com a finalidade exclusiva de se iniciar um negócio, visando lucro. Já o termo *Enterprise Education*, visa o desenvolvimento das capacidades que constituem o “perfil empreendedor”, mas não necessariamente forma empresários. O termo praticado no Brasil, Educação Empreendedora,

associa-se com mais firmeza ao *Entrepreneurship Education* (ZAMPIERI, 2011). Pensando-se em termos do que se pode ser oferecido nas universidades, a corrente de ensino do empreendedorismo derivada do *Enterprise Education* parece mais sensata, pois destina-se a formação do “ser empreendedor”, e não necessariamente do empresário, apesar de fornecer subsídios para que o mesmo se torne de fato um empresário, se assim desejar. Como já destacado anteriormente, os egressos das universidades estão encontrando mais um desafio pela frente: a formação em um curso superior, e um bom currículo já não é mais garantias de colocação no mercado. As características e habilidades pessoais muitas vezes prevalecem sobre a formação acadêmica, e a carência por oportunidades de desenvolver estas características dentro das universidades justifica a necessidade de um estudo sobre a relevância do ensino do empreendedorismo no meio acadêmico. Somando a isto, o estímulo ao empreendedorismo fornece condições para que o surgimento de novas empresas no Brasil cresça ainda mais, em especial as de base tecnológica.

Dentro da abordagem deste tema, merecem destaques as Empresas Juniores (EJs). De acordo com o Conceito Nacional de Empresas Juniores (BRASIL JÚNIOR, 2012), estas empresas são constituídas por alunos matriculados em cursos de graduação em instituições de ensino superior, organizadas sob a forma de uma associação civil, com o objetivo de realizar projetos e prestar serviços para contribuir com o desenvolvimento do país e a formação pessoal dos associados.

A Universidade Federal de Santa Maria destaca-se nacionalmente no que diz respeito as EJs, pois a mesma sedia oito empresas juniores formadas por alunos de diversos cursos de graduação como Engenharias, Agronomia, Medicina Veterinária, Ciências Contábeis, Desenho Industrial e Administração. As EJs ainda possuem federações estaduais e nacionais, de modo a unificar os conceitos e permitir a troca de informações, promover encontros, e buscar o desenvolvimento mútuo, na forma de rede.

Apesar do benefício a formação dos novos profissionais que as empresas juniores parecem oferecer, faz-se importante uma constatação: apenas 1,20% das empresas juniores nasceram da iniciativa dos professores (BRASIL JÚNIOR, 2010). Os alunos foram responsáveis pela criação 67,66% das EJs, e a associação de alunos e professores pelos restantes 31,14%. Estes dados refletem o descompasso das universidades em adequar-se a nova realidade econômica, uma vez que se hoje existem estes espaços para o desenvolvimento das características empreendedoras, muito se deve a iniciativa dos próprios alunos.

A literatura consultada evidencia a seguinte lógica: o mercado de trabalho está mais exigente, e as características pessoais estão em alta. O cenário econômico do país é promissor, e apresenta-se como um terreno fértil para o surgimento de novas empresas. A cultura do Empreendedorismo visa despertar as características pessoais atribuídas ao perfil do empreendedor, bem como estimular o nascimento de novas empresas. As Empresas Juniores são uma das formas de fomento do Empreendedorismo.

Assim, encontra-se espaço para a discussão do tema, abordando a relevância do Empreendedorismo promovido pelas Empresas Juniores como parte atuante na formação dos novos profissionais, levantando-se dados a partir da percepção dos alunos da Universidade Federal de Santa Maria. Os dados fornecidos por este poderão ser utilizados na consolidação das ações de fomento do Empreendedorismo na UFSM, bem como para fortalecer o Movimento Empresa Junior.

2. OBJETIVOS

O presente trabalho tem como objetivo estudar a relevância da temática do empreendedorismo como parte integrante da formação acadêmica, sob a ótica dos alunos, a fim de verificar o descompasso entre o ensino praticado nas universidades e a realidade do mercado de trabalho, de modo a contribuir com o ensino superior brasileiro. Especificamente, pretende-se levantar dados concretos com os alunos da Universidade Federal de Santa Maria capazes de evidenciar a relevância do tema. Busca-se também apresentar as Empresas Juniores como agentes fomentadores do Empreendedorismo, e a importância que as mesmas têm na formação acadêmica da UFSM, também sob a ótica dos alunos.

3. METODOLOGIA

O tema será abordado através de uma pesquisa qualitativa e quantitativa, aonde as opiniões e informações coletadas serão posteriormente tratadas estatisticamente, compiladas e analisadas de modo a se chegar a uma conclusão precisa e imparcial. O procedimento adotado será o levantamento de dados através questionário tipo *survey*, contendo questões de múltipla escolha em uma escala Likert de 5 pontos, aplicados aos alunos de graduação da UFSM, participantes e não participantes de Empresas Juniores, com perguntas padronizadas e estruturadas de tal forma que permitam uma análise quantitativa. Estes questionários serão enviados por meio virtual (Google Docs) a uma determinada amostra da população alvo, a ser dimensionada posteriormente de modo que se garanta a representatividade das informações. Os dados obtidos serão compilados e tratados estatisticamente no software Microsoft Excel[®] através dos cálculos de média, desvio-padrão, mediana e coeficiente de variação, bem como elaboração de gráficos de setores para as questões aplicadas, permitindo-se assim que uma etapa de análise crítica seja realizada para se propor as conclusões do trabalho.

3. RESULTADOS ESPERADOS

Espera-se com o desenvolvimento deste estudo expor cientificamente a relevância da formação empreendedora percebida pelos alunos e recém-egressos da UFSM que participaram das Empresas Juniores, uma vez que se percebe por meio de um conhecimento tácito e por relatos informais destes que as características adquiridas neste ambiente empreendedor se mostraram fundamentais para a colocação no mercado de trabalho, seja em processos seletivos de estágio, *trainees* ou contratação direta. Percebe-se também que o choque entre a realidade teórica da academia e as demandas práticas exigidas pelo mercado é mais tênue para aqueles que tiveram contato com as Empresas Juniores durante o tempo de permanência na universidade, porém não existem até o momento evidências científicas deste fato.

Espera-se também que os dados levantados por esta pesquisa sirvam de subsídio para a consolidação de políticas empreendedoras para as universidades brasileiras, buscando-se assim o aperfeiçoamento técnico e pessoal para os alunos, entendendo que o modelo de ensino praticado deve acompanhar as mudanças sociais e econômicas que vêm sendo observadas na era do conhecimento.

4. CONCLUSÃO

O presente trabalho tem por objetivo compreender e analisar de forma científica o impacto do desenvolvimento das características empreendedoras na formação dos novos profissionais, fazendo-se para isso um estudo de caso com os alunos da UFSM. Ao término deste trabalho, se espera concluir de maneira qualitativa e quantitativa que o ensino e prática das características associadas ao perfil empreendedor é de fundamental importância como complemento da formação técnica praticada pelas universidades brasileiras, e que as Empresas Juniores são uma alternativa viável para permitir que estas características sejam desenvolvidas.

Quanto as suas limitações, por se tratar de um estudo de caso, o presente trabalho não permite generalizações a partir dos resultados obtidos, mas apenas uma descrição da realidade dos alunos da UFSM, alvos deste estudo. Portanto, vislumbra-se a partir deste a possibilidade de estudos maiores na área, com abrangência a nível nacional e internacional, visando um melhor desempenho das instituições de ensino superior nas perspectivas apresentadas.

REFERÊNCIAS

BRASIL JÚNIOR. **Censo Identidade 2010**. Disponível em:

<<http://brasiljunior.org.br/site/arquivos/download/5>>. Acesso em: 15 out. 2012.

BRASIL JÚNIOR. **Conceito Nacional de Empresas Juniores**. Disponível em:

<<http://brasiljunior.org.br/site/arquivos/download/2>>. Acesso em: 15 out. 2012.

CASADO, F.L.; SILUK, J.C.M.; ZAMPIERI, N.L.V. **Universidade empreendedora e o desenvolvimento regional sustentável**: proposta de um modelo. Revista de Administração da UFSM, v. 5, edição especial, p. 633-650, 2012.

FARIA, M. H. F.; SILVA, C. E. S. **Elementos de educação empreendedora no contexto da Engenharia de Produção**: a universidade estimulando novos negócios. In: XIII SIMPEP – Bauru, SP, Brasil, 2006.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/livro_gem_2010.pdf>. Acesso em: 15 out. 2012.

HENRIQUE, C.D.; CUNHA, S.K. **Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais**. Revista de Administração Mackenzie, v. 9, n. 5, p. 112-136, 2008.

LANERO, A.; VÁZQUEZ, J.L.; GUTIÉRREZ, P.; GARCÍA, M.P. **The impact of entrepreneurship education in European universities**: an intention-based approach analyzed in the Spanish area. International Review on Public and Nonprofit Marketing, v. 8, n. 2, p. 111-130.

PARDINI, D.J.; SANTOS, R.V. **Empreendedorismo e interdisciplinaridade**: uma proposta metodológica no ensino de graduação. Revista de Administração da FEAD-Minas, Belo Horizonte, v. 5, p. 157-172, 2008.

SEBRAE. **Análise do Emprego / maio 2012**. Disponível em:
<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/964AE4C771B01A8C83257A6E005692E6/\\$File/NT00048132.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/964AE4C771B01A8C83257A6E005692E6/$File/NT00048132.pdf)>. Acesso em: 15 out. 2012.

VIEIRA, S.F.A.; MELATTI, G.A.; RIBEIRO, P.R. **O ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração**: um estudo comparativo entre as universidades estaduais de Londrina e Maringá. Revista de Administração da UFSM, v. 4, n. 1, p. 288-301, 2011.

ZAMPIERI, N.L.V.; CASADO, F.L.; FLORES, G.T. **O papel da itsm na consolidação da formação de engenheiros empreendedores**. In: XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE EDUCAÇÃO EM ENGENHARIA, Blumenau, 2011.