



**O POTENCIAL EMPREENDEDOR DE EMPRESÁRIOS JUNIORES:
estudo de caso realizado da Ativa consultoria júnior das Faculdades
Integradas Vianna Júnior**

Cristiana de Paula Rezende¹
Frederico Azevedo Alvim Assis²

RESUMO

Partindo do objetivo de investigar a contribuição da experiência vivida em uma Empresa Júnior (EJ) para a formação do perfil empreendedor, este estudo de caso contou com a aplicação de questionário em um grupo de 12 membros da Ativa, Empresa Júnior das Faculdades Integradas Vianna Júnior. O grupo identificou, em suas próprias personalidades, potenciais para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras. Foi representativo o fato de acreditarem que todo aprendizado adquirido na EJ se aplica na gestão estratégica de empresas, bem como para criação do próprio negócio. Infere-se que debater sobre EJ pode contribuir para o levantamento de novas orientações para o crescimento econômico e social de uma nação através da disseminação do conceito de empreendedorismo entre os jovens. Foi possível mostrar que o aprendizado vivido em uma EJ desperta o senso crítico e inovador dos jovens, transformando-os em empreendedores aptos a mudar o cenário empresarial.

¹ Bacharel em Administração de Empresas pelas Faculdades Integradas Vianna Júnior

² Psicólogo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2007); Administrador de empresas pela Faculdade Machado Sobrinho (2008); Especialista em Gestão de Negócios pela Universidade de Brasília (2009); Mestrando em Psicologia pela Universidade Federal de São João Del Rei (2013); Professor do curso de Administração da Universidade Federal de Juiz de Fora; Professor do curso de Psicologia da Universidade Salgado de Oliveira;



PALAVRAS-CHAVE: EMPRESÁRIOS JUNIORES. EMPREENDEDORISMO. MERCADO DE TRABALHO

INTRODUÇÃO

No cenário contemporâneo, inúmeras formações profissionais compartilham semelhantes desafios ao se considerar o ingresso e consolidação de carreira no mercado de trabalho. Até a década de 1980 era comum que todos os profissionais assumissem propósitos de trabalho exclusivamente focados em suas respectivas carreiras tendo, por base, as áreas de formação acadêmica desenvolvida em cursos de graduação. Embora esse princípio revele a finalidade principal de quaisquer cursos de graduação, tal perspectiva não se confere na realidade de hoje. É comum se deparar com diferentes formações distribuídas por cargos diversos e funções distintas dos propósitos de graduação de muitos profissionais que se lançam no mercado de trabalho.

Esta pesquisa se concentrou na análise do perfil empreendedor como alternativa assumida por alguns egressos de graduação dos cursos oferecidos pelas Faculdades Integradas Vianna Júnior, situada na cidade de Juiz de Fora. Estima-se que a experiência de “empresários juniores” pode conferir um fator determinante para o foco de trabalho em empresas.

Nesse sentido, Empresas Juniores (EJ) podem se revelar escolas de empreendedorismo para alunos de graduação. Enquanto uma associação sem fins lucrativos, onde os alunos não são remunerados, uma empresa júnior atrai membros pela oportunidade de conhecer a prática de pressupostos teóricos estudados em sala de aula. Isso se consolida através de contato e experiências diretas com o mercado empresarial, de modo a desenvolver senso crítico, analítico e empreendedor.



Através da prestação de serviços, em sua maioria, de “consultoria sênior” para micro e pequenas empresas de todos os ramos, as EJ tem o acompanhamento e orientação de professores (2013).

O mercado de trabalho, por sua vez, está cada vez mais dinâmico e competitivo. O grande diferencial estratégico das organizações, hoje, tem sido as pessoas. Essas, por sua vez, são cada vez mais exigidas a assumirem a posição de profissionais com perfil empreendedor que se destacam perante os demais. Para tanto, o dinamismo e o gostar de correr riscos, para esses profissionais, torna a empresa mais eficaz na busca de novas soluções, garantindo bons resultados.

A partir dessas inferências, pode-se propor a seguinte questão: Participar de Empresa Júnior representa uma contribuição importante para a constituição do perfil empreendedor de um estudante de graduação?

Teve-se, então, a necessidade de investigar se a experiência de um empresário júnior configura características empreendedoras nos alunos de graduação e o que pode agregar ao conhecimento dos recém-formados prestes a ingressarem no mercado de trabalho. A realização deste estudo se objetivou em entender como as características empreendedoras podem se somar ao conhecimento adquirido nos cursos de graduação.

Para tanto, este estudo foi realizado contando com levantamento bibliográfico sobre as temáticas do “Movimento das Empresas Juniores” (ainda que já se confira as poucas produções e publicações acadêmicas focadas nesse contexto) e “Perfil Empreendedor”. Assim, o referencial teórico desta pesquisa constituiu das articulações entre esses temas. Para complementar essa síntese, foi desenvolvida pesquisa de campo com caráter descritivo-exploratório baseada em contatos firmados – através de aplicação de questionário semiestruturado (configurando padrão no tratamento prestado aos sujeitos participantes) – com representantes da Empresa Júnior Ativa – consultoria Júnior das Faculdades Integradas Vianna Júnior - sediada em Juiz de Fora. Consolidada essas duas realizações (a pesquisa teórica com a aplicada) foi possível construir um breve diagnóstico acerca de como os empresários juniores, da Empresa Júnior estudada,



pensam sobre ingresso no mercado de trabalho, assim como avaliam a iniciativa empreendedora como alternativa para projeções profissionais.

1 HISTÓRICO DO MOVIMENTO DAS EMPRESAS JUNIORES

A primeira Empresa Júnior (EJ) foi criada em Paris, na França o ano de 1967, na Universidade *L'Essec (L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales de Paris)*. Estudantes desta instituição de ensino criaram a *Junior-Entreprise* com o intuito de formar uma associação que lhes dessem vivência empresarial antes da concluírem seus cursos (disponível em: <http://www.brasiljunior.org.br/>. Acesso em: 17 abr. 2013).

No ano de 1969, a França contava com vinte EJs, que fundaram a Confederação Francesa de Empresas Júniores (CNJE), objetivando representatividade do Movimento Empresa Júnior no país. Disponível em: http://www.brasiljunior.org.br. Acesso em: 17 mar. 2013. O movimento foi fortemente disseminado por toda a Europa e em 1990 foi criada a Confederação Europeia de Empresas Júniores, a JADE (*Junior Association for Development in Europe*).

No Brasil, a primeira empresa foi criada na Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV) em 1989, chamada de Júnior GV. Posteriormente foram fundadas outras EJ's e em 1993 foi realizado o primeiro Encontro Nacional Empresas Júniores (ENEJ) na cidade de São Paulo. Atualmente, o Brasil possui o maior número de EJ's do mundo, são mais de 600, em 14 estados. E para representá-las juntamente com as Federações Estaduais, em agosto de 2003, no XI ENEJ, na cidade de Salvador, nasceu a Brasil Júnior (BJ), uma Confederação Brasileira, que “compartilha com todos os empresários júniores o objetivo de tornar o MEJ um movimento reconhecido pelos diversos atores da sociedade por contribuir para o desenvolvimento do país por meio da formação de profissionais diferenciados”. Disponível em: http://www.brasiljunior.org.br. Acesso em 17 mar. 2013.



O MEJ brasileiro vem crescendo cada vez mais e proporcionando aos estudantes universitários oportunidades de se capacitarem, com especial ênfase sobre o desenvolvimento de suas habilidades gerenciais que configurem a constituição de uma personalidade empreendedora.

2 PERSONALIDADE EMPREENDEDORA

Na perspectiva de Lima e Freitas (2010) a identificação do que caracteriza o perfil de um indivíduo empreendedor se revela como fator determinante para a criação de novas teorias, de modo que esse tema desperta o interesse de inúmeros pesquisadores. Semelhante vínculo foi considerado neste estudo de caso.

Há questionamentos se o empreendedorismo pode ser ensinado. Até pouco tempo, acreditava-se que pessoas nasciam empreendedoras e com vocação para o sucesso nos negócios. De acordo com Dornelas (2008), atualmente observam-se mudanças nesse pensamento, visto que o processo empreendedor pode ser ensinado e compreendido por qualquer pessoa e o seu sucesso nos negócios dependerá de fatores internos e externos, das características do empreendedor e como ele gerencia os problemas diários de seu empreendimento. Salim e Silva (2010) afirmam que o perfil empreendedor pode ser desenvolvido, adquirido e exercitado por pessoas que assumam novos comportamentos e hábitos.

Muitas pesquisas são feitas para definir as principais características empreendedoras de sucesso que, mesmo sem serem determinantes, contribuem para a compreensão do comportamento empreendedor. Iniciativa, perseverança, forte intuição e saber assumir riscos, de acordo com Dolabela (2008), são atitudes comuns aos empreendedores de sucesso.

Dornelas (2008) caracteriza o empreendedor como uma pessoa com diferenciais, motivada, que tem paixão pelo que faz, que busca reconhecimento e admiração. Para o autor, empreendedores são tidos como referência e copiados, a ponto de almejarem deixar um legado.

Dornelas (2008) também destaca a revolução feita pelo empreendedorismo no mundo, de modo que esse tema deve ser estudado e compreendido, não só em termos de comportamentos, mas, também, acerca do processo de empreender. Complementar a esse argumento, na sociedade brasileira, o SEBRAE se destaca como principal referência voltada para a formação e orientação de empreendedores; do portfólio desenvolvido por essa organização, destaca-se o programa EMPRETEC, no qual é possível se deparar com as seguintes características do perfil de um empreendedor, ao consultar o site que divulga tal programa. Disponível em: <http://www.empretec.sebrae.com.br>. Acesso em: 07 abr. 2013.

1. Busca de oportunidade e iniciativa (se antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócios)
2. Persistência (enfrentar os obstáculos decididamente)
3. Correr riscos calculados (assumir desafios ou riscos moderados e responder pessoalmente por eles)
4. Exigência de qualidade e eficiência (decisão de fazer sempre as expectativas de prazos e padrões de qualidade)
5. Comprometimento (com o cliente e com o próprio empresário)
6. Busca de informações (busca pessoalmente, consulta a especialistas)
7. Estabelecimento de metas (estabelece metas de longo e curto prazo mensuráveis)
8. Planejamento e monitoramento sistemáticos (planeja e aprende a acompanhá-lo sistematicamente a fim de atingir as metas a que se propôs)
9. Persuasão e rede de contatos (saber persuadir e utilizar sua rede de contatos atuando para desenvolver e manter relações comerciais)
10. Independência e autoconfiança (busca autonomia em relação a normas e procedimentos para alcançar o sucesso)

Além dessas projeções do perfil empreendedor, é válido apontar que, para Dolabela (2008), o empreendedor é um sonhador que visa realizar suas ambições,



focado na autorrealização. Entretanto, o sonho individual é altamente influenciado pela cultura, daí tal realização só se efetivará quando projetada ao coletivo.

Nessa perspectiva, empreendedores são vistos por muitos como audaciosos e sagazes, mas para Salim e Silva (2010) isso revela apenas “aparências”. Os autores explicam que isso se dá pela forte crença na realização de algo e a capacidade de correr riscos desses indivíduos. Destacam que a tomada de decisão é feita com segurança dentro da realidade. Complementando essa ideia, Dolabela (2008) afirma que os empreendedores buscam sempre a inovação e criatividade para minimizar os riscos.

Chiavenato (2004) aborda o empreendedor como sendo um indivíduo capaz de impulsionar a economia de um país através da viabilização do seu negócio, pois gera novos empregos, trazem inovação e ajudam no crescimento econômico. Ele consegue alocação de recursos, descoberta de novos talentos e ideias pondo em prática um projeto pessoal. Para o autor, o empreendedor é dotado de criatividade e vigor, mostrando assim um alto nível de imaginação e perseverança que possibilitam transformar simples ideias em grandes negócios.

Uma convergência de proposições se revela em Dolabela (2008) e Dornelas (2008) ao apontarem o networking para os empreendedores como sendo uma forte ferramenta de obtenção de bons relacionamentos externos para auxiliar no alcance de seus objetivos, assim como as internas com fornecedores e colaboradores.

O indivíduo empreendedor é apontado por Baron e Shane (2007) como capaz de distinguir oportunidades aparentemente boas e aproveitá-las com sabedoria. Apontam, ainda, a existência de empreendedores dentro das empresas: pessoas que inovam práticas internas às organizações, além de inovarem. Dolabela (2008) aborda que um funcionário que traz inovações para a organização, acrescentando valores, é considerado, também, um empreendedor empresarial. Assim é possível perceber a atuação do empreendedorismo em diferentes contextos.

No campo da administração pública, Paludo (2012) aponta para a comum condição de se identificar o “intraempreendedor”, ao se determinar a conduta de

uma pessoa que aplica competências empreendedoras no seu próprio ambiente de trabalho, seja através de resolução de problemas, identificação de novas oportunidades e melhorias, altamente motivada e capaz de assumir riscos, por ser um “agente ativo de mudança” ao buscar os melhores desempenhos da organização. Essa noção representa o que Dolabela (2009) define por “empreendedorismo corporativo”, ao delimitar as atitudes dos funcionários que assumem pró-atividade no cotidiano de trabalho, e que buscam inovar o trabalho, em busca por constantes melhorias no desempenho de toda a organização.

Além de apresentar como o conceito de empreendedorismo e a configuração de personalidades empreendedoras são projetados por diferentes autores, é válido levantar a concepção de “intraempreendedorismo” e “empreendedorismo corporativo” por também representarem condutas esperadas dos profissionais graduados em Administração de Empresas, ou quaisquer outras áreas, lançados ao mercado de trabalho ou para a criação de novos negócios (contato que seja essa a escolha assumida pelo profissional recém-formado) – focos de análises neste estudo de caso.

3 GRADUAÇÃO, MERCADO DE TRABALHO E EMPREENDEDORISMO

Concentrando no objetivo de conhecer e analisar percepções de profissionais recém-formados que revelam o interesse de construir seus próprios negócios, o público participante desta pesquisa se delineou sobre alunos de graduação de Administração, Economia, Direito e Sistemas para Internet que trabalham na Ativa Empresa Júnior. Com isso, foi relevante aproveitar os contatos estabelecidos com sujeitos que representem esse perfil, visando identificar como estabelecem comparações entre o que aprenderam em seus respectivos cursos de graduação com as intenções que assumem ao se lançarem no mercado de trabalho (enquanto profissionais de outras empresas, ou na posição de patrões em suas próprias empresas).

Estabelecendo comparações entre a realidade atual e o passado, Dornelas (2008) argumenta a respeito da dificuldade de um jovem recém-formado em criar seu próprio negócio, visto que grandes organizações e repartições públicas possibilitavam bons empregos e estabilidade. Diante dessa alternativa, os cursos de administração eram voltados para gerenciar e não criar novas empresas. O perfil profissional que se formava nos cursos de graduação nas últimas décadas, até os anos 1990, concentrava-se nas competências de gerenciamento de negócios consolidados. Mantinham-se a formação de mão de obra qualificada para preencher os cargos de empresas que já existiam no mercado. Recentemente, essa perspectiva mudou e o Brasil ainda se mostra despreparado para uma nova realidade: o empreendedorismo – comumente tratado por países desenvolvidos como tema de grande importância – se revela forte impulsionador da economia, conforme se observa em alguns países como os Estados Unidos da América.

Sob essa perspectiva, Dornelas (2008), Salim e Silva (2010) apontam que em muitos países, incluindo o Brasil, surgem iniciativas pra capacitar jovens tornando-os empreendedores através da disponibilização de cursos e disciplinas voltadas para o ensino do empreendedorismo em escolas e universidades. Para Botelho Júnior e Lobo (2007), as IES que promovem o ensino do empreendedorismo em seus cursos são tidas como importantes atores para o empreendedorismo das regiões onde estão inseridas, propiciando a criação de novas empresas, trazendo melhorias para a economia local.

Considerando as contribuições do ensino superior articulado com a formação empreendedora, Salim e Silva (2010) abordam a tendência de jovens universitários se tornarem donos do próprio negócio, consolidando, assim, uma forma de trabalho e geração de renda e emprego para outras pessoas.

No contexto empresarial se percebem diversas mudanças ao longo dos anos. Segundo Bernardi (2008) a “cultura empresarial tradicional”, onde o lucro era o principal foco, tornou-se uma perspectiva obsoleta. Completando esse argumento, os autores Salim e Silva (2010) apontam que, no passado, a empresa considerava a confiança e experiência dos empregados como fator fundamental, porém,



atualmente, percebe-se a valorização de profissionais atualizados e receptivos a inovações.

Diante desse novo cenário, cada vez mais dinâmico, jovens recém-formados necessitam de aprimoramento constante e aprendizagem prática ao se lançarem no mercado de trabalho.

4 ESTUDO DE CASO DA ATIVA EMPRESA JÚNIOR

A Ativa Empresa Júnior foi criada no ano de 2007, por iniciativa de seis alunos do curso de Administração de Empresas das Faculdades Integradas Vianna Júnior, localizada na cidade de Juiz de Fora- MG, com a intenção desenvolver as habilidades profissionais aprendidas através do conhecimento obtido em sala de aula. Os estudantes foram apoiados pelos professores e a referida Instituição de Ensino Superior (IES). Porém, com poucos projetos internos e externos, bem como contando com uma quantidade reduzida de membros, a EJ ficou estagnada nos anos seguintes até meados de 2010, chegando a fechar as portas por certo período.

Em maio de 2010, uma professora da Instituição foi contratada como nova coordenadora da EJ dando início a um processo de reestruturação. Houve um processo seletivo que atraiu 15 novos membros de todos os cursos oferecidos pela IES. Além disso, foi iniciada uma série de ações para melhoramento da imagem da empresa perante os demais alunos, já que o grande número de insucessos ocorridos anteriormente, na EJ, fez com que os estudantes desacreditassem na sua consolidação.

A partir daí deu-se início a vários projetos internos, parceria com a IES para projetos e ciclos de palestras, participação em eventos importantes na cidade, como o Prêmio Regional da Qualidade (PRQ) e auxílio para divulgação de projetos do SEBRAE na Instituição. Em 2011, apoiou a IES em eventos grandes ocorridos na cidade como a “Feira do Estudante”, com a participação de membros da EJ.

O ano de 2012 foi marcado por inúmeras mudanças como a reformulação do Estatuto da empresa e a regularização de documentos fiscais junto a órgãos



públicos como Prefeitura e Receita Federal (reconhecimento na junta como uma Associação sem fins lucrativos, cadastramento de CNPJ, registro de localização, isenção de taxas, etc.), além de abertura de conta bancária e o auxílio de um contador contratado pela IES.

Ainda em 2012, a Ativa conseguiu firmar seus primeiros projetos externos: o primeiro foi a criação de um Web Site para uma Igreja Evangélica com sistema de rádio integrado, e o segundo foi a formulação de um Plano de Negócio para uma Associação de agricultores e artesãos da cidade de Belmiro Braga-MG, contando, ainda, com a realização de minicursos presenciais com noções de gestão de negócios para os associados ministrados pelos próprios integrantes da EJ e alguns colaboradores.

Em 2013, a Ativa esteve empenhada em conseguir se federar a FEJEMG com a realização de treinamentos, envio de documentação exigida e participação de reuniões presenciais ocorridas em Belo Horizonte - MG. A EJ também firmou parceria com o Núcleo de Extensão e Pesquisa (NUPE) da Instituição, realizando minicursos na área de Tecnologia da Informação (T.I.) para estudantes interessados, trata-se de um projeto do NUPE em propiciar aos alunos cursos complementares durante toda a graduação.

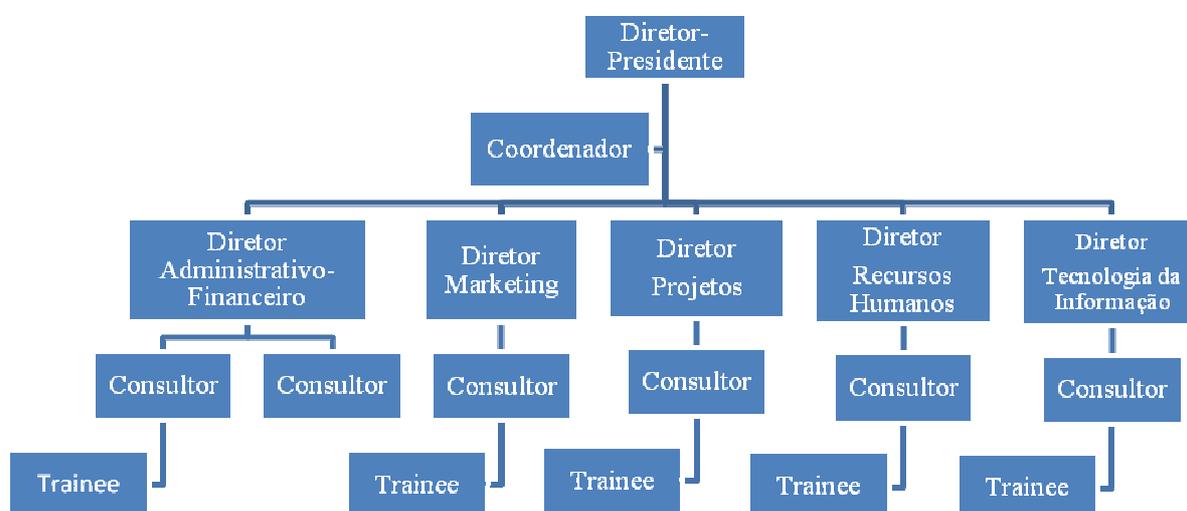
A Ativa Empresa Júnior é formada por alunos de todos os cursos da IES tornando uma empresa multidisciplinar. As Faculdades Integradas Vianna Júnior (FIVJ) oferece os cursos de Administração de Empresas, Direito, Economia, Sistemas para Internet e Gestão Ambiental. Porém no momento da pesquisa, a empresa era composta por alunos dos quatro primeiros cursos.

4.1 Constituição da Empresa Júnior pesquisada

A Ativa Empresa Júnior é dividida em cinco departamentos: Administrativo-financeiro, Marketing, Projetos, Recursos Humanos e Tecnologia da Informação, além do cargo de diretor-presidente. Até a consolidação dessa pesquisa, a EJ

contava com doze integrantes efetivos e cinco *trainees*, sendo um diretor-presidente, cinco diretores, seis consultores, como mostra o organograma abaixo:

FIGURA 01: Organograma da organização pesquisada



FONTE: Dados da pesquisa

Ao cargo de Diretor-Presidente são atribuídas as tarefas estratégicas, como o planejamento estratégico, plano de ações e analisar os riscos inerentes à empresa através de projeções de cenários. Cabe, também, assessorar as demais diretorias na formulação do planejamento, coordenação e gestão de ações que assegurem o cumprimento da missão e consecução dos objetivos da empresa. Além de promover estudos e propor estratégias e linhas de ação de desenvolvimento organizacional voltadas para a melhoria da gestão, o diretor-presidente também se encarrega da normatização dos processos e adequação dos modelos de organização e divisão do trabalho dentro da empresa, buscando a constante atualização em relação às tendências e evolução das demandas de mercado.



Já o cargo de Coordenador, geralmente assumido por um professor contratado pela IES para auxiliar os alunos na melhor condução da EJ, auxilia na formulação de estratégias, nos processos internos e nos projetos.

O Departamento Administrativo-Financeiro é responsável pela elaboração de controles e de demonstrativos financeiros, pelas operações financeiras em geral, controles de fluxo de caixa, emissão e recebimento de notas fiscais e auxílio na precificação de projetos de acordo com o portfólio da empresa. No âmbito administrativo, cuida da parte de controle, utilização e compra dos recursos e materiais da empresa, além de garantir a manutenção e a criação de regras gerais de uso da sede da empresa e seus equipamentos. Trata também da parte fiscal da empresa atualizando Atas de trocas de gestão, Estatuto e Regimento Interno.

Já o Departamento de Marketing é responsável por elaborar planos estratégicos de divulgação e boa manutenção da imagem organizacional, além de criar, difundir e avaliar a identidade visual da empresa, como a criação da logomarca e conteúdos gráficos. Também organiza e acompanha pesquisas de mercado voltadas à solução de problemas apresentados ou levantados pelas diversas áreas. O setor tem, ainda, o compromisso de estabelecer políticas de pós-venda e manter contato com o cliente após a entrega do projeto, sempre analisando a satisfação do público atendido e a possibilidade de se construir novos projetos.

O Departamento de Projetos trata da gerência dos projetos internos e externos de forma a estabelecer o primeiro contato (e durante todo processo do serviço realizado) com clientes, formular prazos de cada etapa e formar equipes para execução, garantindo qualidade do serviço prestado. A área também organiza e acompanha os estudos nas áreas de qualidade, processos e testes visando sempre à aplicação das técnicas estudadas nas atividades da EJ.

O Departamento de Recursos Humanos é responsável por promover o processo de seleção dos novos *trainees* (alocando-os após a efetivação), pela capacitação contínua dos membros, pelo controle e gerenciamento dos registros de horas e atividades não presenciais, bem como a emissão de certificados para os integrantes. Tem, ainda, a tarefa de integrar os colaboradores.



Por fim, o Departamento de Tecnologia da Informação é responsável pela criação do banco de dados da empresa, atualização e gestão do site da EJ, bem como assessorar as demais diretorias em tudo que for relacionado à área de informática e manutenção de computadores. A área também promove cursos de capacitação dos membros e para público externo em parceria com as FIVJ.

A cada semestre é realizado um novo processo seletivo para captar novos membros. Durante um período de três meses, o *trainee* é supervisionado por um integrante efetivo, geralmente um diretor, que segue um roteiro de desenvolvimento, previamente formulado, para possibilitar ao iniciante o conhecimento da estratégia e ampla visão da empresa, e assim, amadurecer profissionalmente podendo se tornar um membro efetivo, chamado de consultor, e posteriormente alçar cargos de liderança dentro da EJ.

O propósito da Ativa é declarado em sua missão: “Transformar conhecimento em valor por meio da promoção e do desenvolvimento profissional e pessoal de seus membros. Beneficiar nossos clientes e a sociedade prestando serviços de qualidade a preços competitivos”. Assim, tem por objetivo proporcionar ao aluno não só a aprendizagem prática de um ambiente empresarial, como também estimular o acadêmico a criar um senso crítico e desenvolver o seu lado empreendedor, além de facilitar o seu ingresso no mercado de trabalho. Busca a intensificação do relacionamento entre a EJ e a IES. E através da prestação de serviços de consultoria com qualidade, contribuir para a sociedade em geral.

Na cultura da empresa sempre é cultivado valores como ética, profissionalismo, comprometimento, e estimulado a inovação, iniciativa e determinação.

5 METODOLOGIA

Por se concentrar em análises desenvolvidas sobre o contexto específico da Ativa Empresa Júnior, os dados obtidos nesta pesquisa não podem ser generalizados, pois retratam opiniões exclusivas dos sujeitos pesquisados. Isso

representa uma ressalva que Alves-Mazzotti (2006) delimita para a constituição de um estudo de caso. Esse método, de acordo com Yin (2010), “permite que os investigadores retenham as características holísticas e significativas dos eventos da vida real” (p. 24).

A linha de pesquisa foi a descritivo-exploratória uma vez que, na concepção de Gil (2009), consistiu em descrever as características de uma população em questão mostrando relações entre variáveis. Cervo, Bervian e Silva (2007) explicam que a pesquisa descritiva utiliza as variáveis de forma neutra, buscando a maior precisão possível dos fenômenos correlacionando-os com outros. Bertucci (2009) argumenta ser esse tipo de pesquisa capaz de desencadear indagações sobre problemas, servindo para pesquisas futuras sobre o mesmo tema.

Uma vez que este estudo de caso, em especial, servirá de base para futuros estudos semelhantes, principalmente por se concentrar em analogias estabelecidas com o contexto de empresas juniores, ressalta-se a configuração do caráter exploratório deste estudo.

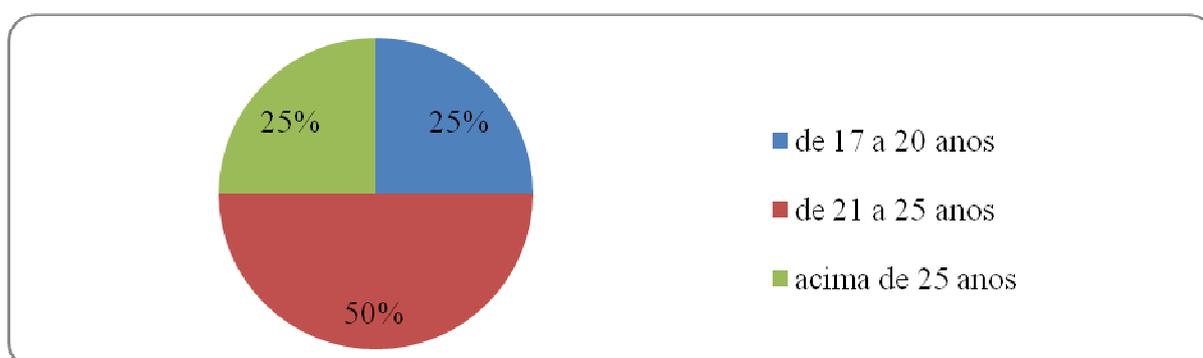
A pesquisa de campo se baseou na criação e aplicação de um questionário misto disponibilizado aos 12 sujeitos participantes por meio eletrônico. Apenas membros efetivos da EJ participaram, uma vez que os *trainees*, por não estarem inseridos na cultura da Ativa, precisariam se habituar ao contexto.

Um questionário, para Vergara (2009, p.39), “é um método de coletar dados no campo, de interagir com o campo composto por uma série ordenada de questões a respeito de variáveis e situações que o pesquisador deseja investigar”, e a caracterização de misto se deve por conter perguntas abertas e fechadas. A ferramenta utilizada para coleta foi um formulário *on line* do site www.gmail.com, enquanto recurso para se formular perguntas. Posteriormente foi gerado um *link* (no formato de “*Google docs*”) que foi enviado aos participantes da pesquisa via *e-mail*.

6 DESENVOLVIMENTO

Para melhor análise do quadro efetivo da EJ, os consultores juniores foram questionados sobre sua idade com o intuito demonstrar o perfil deles. Assim pode ser visualizado no gráfico 1 “Idade” que em sua maioria os integrantes possuem “de 21 a 25 anos” representados por 50% deles.

GRÁFICO 1: Idade



FONTE: Dados da pesquisa

Levando em consideração o que Silva e Salim (2010) argumentam acerca de não existirem características empreendedoras únicas, foi questionado quais características seriam consideradas em um perfil empreendedor. Muitos responderam (como se pode observar na tabela 1) considerar a determinação, inovação e pró-atividade características essenciais do empreendedor. A motivação do indivíduo também foi citada, além de persistência, tendência a correr riscos, criatividade, comprometimento e iniciativa ou ter atitude. Outros, porém, acreditam

que para ser empreendedor precisa ter visão, saber “fazer projeções” para identificar oportunidades e ter eficiência ao estabelecer estratégias. Assim fazendo uma analogia com o que foi visto o referencial teórico desse estudo, percebe-se a identificação muito condizente com as dez características do perfil empreendedor trabalhadas pelo SEBRAE no curso EMPRETEC.

TABELA 1: Características Empreendedoras

O que você identifica como as principais características necessárias para o

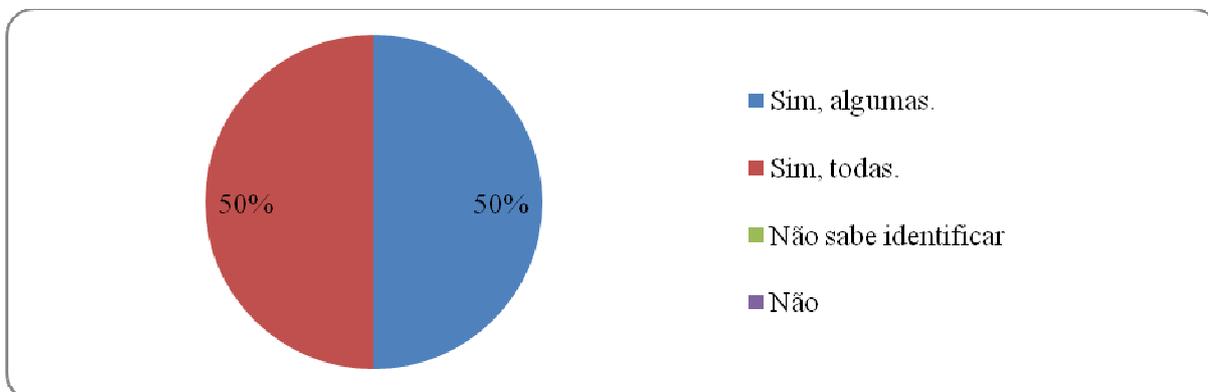
perfil de um empreendedor?
Persistência, tendência a correr riscos, criatividade, comprometimento, iniciativa e inovação.
Determinação
Ter Eficiência, visão de mercado, ser uma excelente estratégia para captação de recursos e clientes.
A principal característica que faz de uma pessoa um bom empreendedor é a motivação.
Se tratando de perfil empreendedor não considero apenas uma característica essencial, mas sim um conjunto delas. São qualidades que vão desde a motivação interior, o querer ser e o querer conquistar até as características como inovação e atitude.
Pró-atividade
Comprometimento
Espírito inovador
Ser pró-ativo e dinâmico. Têm que correr atrás de boas ideias, adaptá-las a sua realidade e partir pra ação!
Inovação
Alguém capaz de estabelecer projeções a fim de identificar oportunidades, independente de ser empresário, ou seja, "pessoa que aplica competências empreendedoras no seu próprio ambiente de trabalho, seja através de resoluções de problemas, identificação de novas oportunidades e melhorias".
Determinação.

FONTE: Dados da pesquisa

Ao questionar se os sujeitos participantes viam em si as características citadas por eles na questão anterior, o resultado foi: 50% afirmaram que “todas”, os demais 50% apontaram que “algumas”, como pode ser visualizado no gráfico 2. Isso confirma proposições de Baron e Shane (2007), quanto às influências de fatores externos, tais como informações adquiridas e a vivência de experiências pelo

indivíduo, sobre a formação de um empreendedor. A partir dessa colocação, é possível perceber a importância da prática para o desenvolvimento das habilidades empreendedoras.

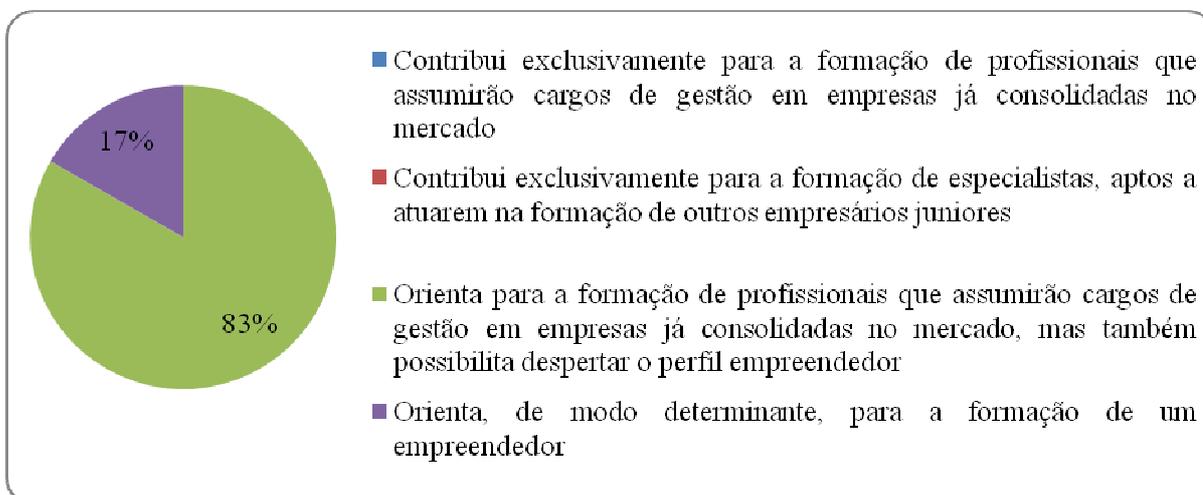
GRÁFICO 2: Características empreendedoras identificadas em si mesmo



FONTE: Dados da pesquisa

Trabalhos informais, executados durante a graduação ou cursos técnicos (pode-se assim dizer estágios ou participação em uma Empresa Júnior) são vistos por Botelho Júnior e Lobo (2007) como grandes potenciais para a formação de empreendedores. Partindo dessa explanação, foi indagado aos pesquisados como percebiam a contribuição da EJ em suas vidas profissionais. A resposta da maioria, num percentual de 83%, foi que ela contribui na formação profissional, capacitando, de certa forma, para gerir uma empresa já existente e também para despertar o perfil empreendedor, conforme observa-se no gráfico a seguir. E ainda 17% dos sujeitos acham que a EJ orienta, de forma determinante, para o indivíduo se tornar um empreendedor.

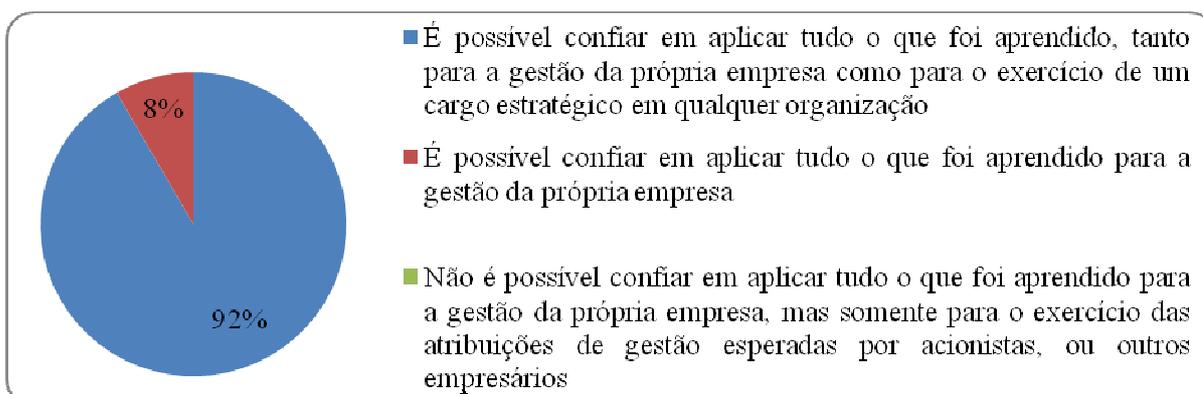
GRÁFICO 3: Orientação obtida através da participação de uma Empresa Júnior



FONTE: Dados da pesquisa

Sobre o aprendizado adquirido na experiência de um empresário júnior, obteve-se uma resposta quase que unânime. Dentre os pesquisados, um total de 92% acredita que todo aprendizado adquirido na EJ pode ser aplicado tanto na gestão estratégica de uma empresa consolidada no mercado, quanto para sua própria empresa e outros 8% acham que o conhecimento obtido dessa experiência pode orientar para gerir a própria empresa.

GRÁFICO 4: Aprendizagem desenvolvida na experiência de empresário júnior



FONTE: Dados da pesquisa

Foi perguntado aos membros da Ativa qual empresa era, na concepção deles, sinônimo de empreendedorismo para se estabelecer um parâmetro que associe o resultado de um processo empreendedor e conquista de lugar no mercado. As

respostas variaram bastante como pode ser visto na tabela 2 “ Organizações – sinônimos de empreendedorismo”. Muitos citaram grandes organizações internacionais já consolidadas no mercado como *Microsoft* e *Google* e alguns disseram grandes organizações nacionais de grande porte e renomadas como Fundação Getúlio Vargas (FGV), AMBEV, Grupo Pão de Açúcar e MRS. Um entrevistado apontou empresas que se consolidaram no mercado a pouco tempo, mas que já são de grande sucesso como Cacau Show e Chilli Beans de âmbito nacionais, além de duas que despontaram na cidade de Juiz de Fora (município onde se situa a EJ estudada): o Brownie do Raffa e o Mr. Tugas. Teve aqueles também que responderam organizações que trabalham em prol do empreendedorismo no Brasil como SEBRAE e Endeavor. Alguns citaram que as Empresas Juniores, a FEJEMG e a própria Ativa Empresa Júnior serem disseminadoras de empreendedorismo. E uma pessoa disse não pensar em nenhuma empresa quando se fala de empreendedorismo e sim ver apenas como um conceito.

TABELA 2: Organizações - sinônimos de empreendedorismo

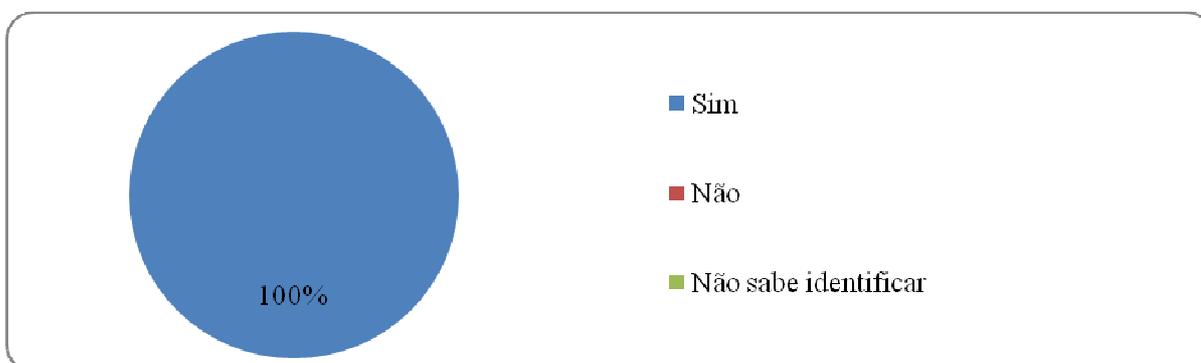
Quando você pensa em Empreendedorismo, qual organização vem a sua mente?
Sebrae, Cacau Show, Chilli Beans, Brownie do Raffa, Mr. Tugas, etc.
Microsoft
Meu próprio negócio.
Google, pois é uma empresa formada por profissionais extremamente motivados e capacitados. Consegue ter resultado com uma gestão de pessoas maravilhosa.
Empresa Junior. Como foi dito no início do seu questionário, a maior escola de empreendedorismo do mundo. Quem já fez parte de uma EJ, sabe que realmente não existe escola melhor.
FGV
MRS
Endeavor
Microsoft
Penso na ideias, não em uma empresa específica.
Ambev e Grupo Pão de Açúcar.
Ativa Empresa Júnior, Fejemg.

FONTE: Dados da pesquisa

Sobre a participação em congressos, ou eventos, ou até mesmo minicursos ou *workshops* voltados para a formação empreendedora, foi questionado aos empresários juniores se identificam a possibilidade de aprender ou aprimorar habilidades empreendedoras. Segundo Dornelas (2008), no passado acreditava-se em empreendedor nato, mas atualmente pode ser percebida uma mudança nesse pensamento: passou-se a considerar que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa.

Como pode se perceber no gráfico 5 (“Participação em eventos voltados para formação empreendedora”), todos os integrantes da EJ já participaram de eventos com temas sobre empreendedorismo, mostrando a busca constante de aprimoramento, obtenção de informação e compreensão do processo empreendedor.

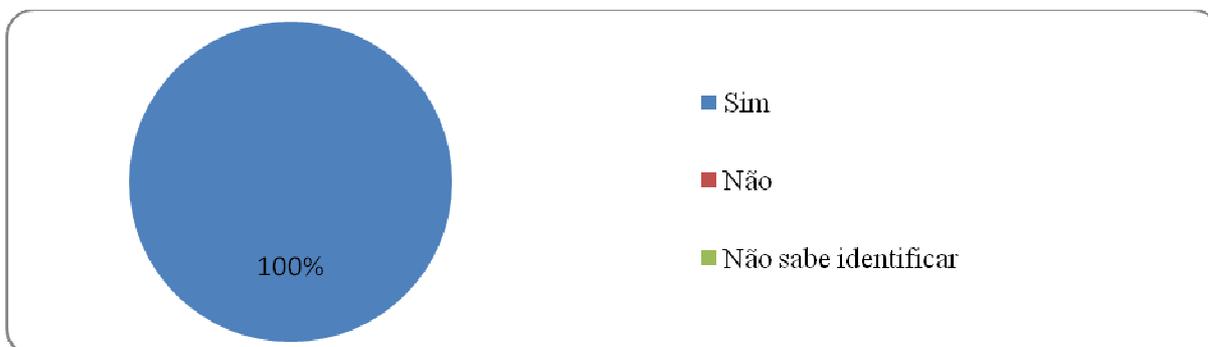
GRÁFICO 5: Participação em evento voltados para formação empreendedora



FONTE: Dados da pesquisa

Com o mesmo intuito do item anterior, foi perguntado se eles acreditam na possibilidade de se ensinar ou melhorar as habilidades empreendedoras e todos (100%) confirmaram essa proposição, como é mostrado no gráfico 6 (“A crença na possibilidade de se ensinar empreendedorismo”). Remetendo ao que é abordado por vários autores como Dornelas (2008), Salim e Silva (2010) e Botelho Júnior e Lobo (2007) várias entidades, incluindo escolas e universidades, vêm se conscientizando da importância em capacitar para a formação empreendedora e realizando melhorias e aperfeiçoamentos para garantir qualificação para jovens e adultos.

GRÁFICO 6: A crença na possibilidade de se ensinar empreendedorismo



FONTE: Dados da pesquisa

Tanto no que pode ser conhecido em teorias – e proposições conceituais – como o que se observou na realidade prática do contexto pesquisado (o que conferiu o caráter empírico deste estudo de caso), uma hipótese desta pesquisa se concentrava no pressuposto de que a formação em ensino superior, bem como a experiência de participar de Empresa Júnior representam contribuições importantes para a constituição do perfil empreendedor de um profissional recém-formado. Essa suposição se confirmou. Os integrantes da EJ pesquisada afirmaram reconhecer habilidades empreendedoras em suas próprias condutas e perspectivas de vida. Eles demonstraram tal convicção delimitando que as práticas de atividades de consultores juniores possibilitam uma vivência empresarial real – o que confere a eles segurança maior para ingressarem no mercado de trabalho, como jovens capacitados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento desta pesquisa se objetivou em demonstrar como a participação em uma Empresa Júnior pode, de alguma forma, trazer algo positivo para a formação profissional do estudante de graduação; de maneira a contribuir para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras. Para tanto, infere-se a necessidade de desmistificar a concepção de que o empreendedor nasce com características favoráveis para empreender.

Através da pesquisa de campo realizada neste estudo de caso, foi possível constatar homogeneidade das respostas acerca do entendimento do que é empreendedorismo, a existência de características empreendedoras, bem como se os participantes acreditavam na possibilidade de tais características serem ensinadas e aprimoradas. De acordo com os resultados alcançados, os empresários juniores investigados mostraram que o reconhecimento dessa aprendizagem acontece no dia-a-dia da EJ.

Foi possível constatar que a experiência em uma EJ é muito válida, não só como complementação das teorias vistas em sala de aula, mas também para a formação profissional do aluno. No caso da Ativa Empresa Júnior, percebeu-se uma agregação de valor aos jovens profissionais, uma vez que, nem todos os estudantes cursam Administração de Empresas, ou seja, o conteúdo aprendido no meio acadêmico não é voltado, exclusivamente, para gestão de empresas. Assim, além de serem capacitados em suas áreas de preferências, os estudantes terão, também, experiências em liderança de equipes, tomadas de decisão, dentre outros, tornando-os profissionais altamente capacitados, diferenciando-os dos demais.

Levando em consideração a escassez de trabalhos sobre a contribuição da Empresa Júnior em formar novos empreendedores ou desenvolver tais habilidades, esta pesquisa abordou um tema de grande relevância para o futuro de um país. Essa pretensão se fundamenta no sentido em que este estudo possa contribuir com o crescimento econômico e social de uma nação através da disseminação do conceito de empreendedorismo entre os jovens. Foi possível mostrar que o aprendizado acadêmico, unido à experiência prática que a Empresa Júnior proporciona, é capaz de despertar para um senso crítico e inovador do jovem, transformando-o em um indivíduo mais empreendedor, no sentido de desenvolver habilidades positivas, mudando, de certa forma, o ambiente onde se está inserido.

Respeitando as limitações de um estudo de caso (e suas restrições que impossibilitam levantar generalizações), infere-se que a participação em uma Empresa Júnior contribui de forma significativa para o aprendizado do estudante enquanto graduando, desenvolvendo habilidades reconhecidamente



empreendedoras e aprimorando-os no aspecto pessoal e profissional, preparando, assim, para se lançarem no mercado de trabalho com mais segurança de estarem capacitados a alcançarem o sucesso profissional, seja gerindo o próprio negócio ou assumirem cargos de grande importância em outras organizações.

ENTREPRENEUR OF THE POTENTIAL ENTREPRENEURS JUNIORS: case study from consultancy Junior Active Integrated Colleges Junior Vianna

Based on the objective of investigating the contribution of lived experience in a Junior Enterprise (JE) for the formation of entrepreneurial profile, this case study involved the application of a questionnaire in a group of 12 members of the Active, Junior Enterprise Integrated Colleges Junior Vianna . The group identified in their own personalities, potential for the development of entrepreneurial skills. Representative was the fact believe that all learning acquired in EJ apply the strategic management of businesses as well as for creating the business itself. It is inferred that discuss EJ can contribute to the raising of new guidelines for economic and social growth of a nation through the dissemination of the concept of entrepreneurship among young people. It was possible to show that the learning experienced in a EJ awakens the critical and innovative sense of youth, turning them into able to change the business scenario entrepreneurs.

KEYWORDS: ENTREPRENEURS JUNIORS. ENTREPRENEURSHIP. LABOUR MARKET

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, A.J. **Usos e abusos dos estudos de caso.** Cadernos de Pesquisa, v.36, n.129, p.637-651, set/dez, 2006.



BARON, R.A.; SHANE, S.A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. Tradução All Tasks. São Paulo: Thomson, 2007.

BERNARDI, L.A. **Manual de plano de negócios**: fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2008.

BERTUCCI, J. L. O. **Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos (TCC)**: ênfase na elaboração de TCC de pós-graduação Lato Sensu. São Paulo: Atlas, 2009.

BOTELHO JÚNIOR, C. O.; LOBO, J. R. M. **Empreendedores de Juiz de Fora**. Juiz de Fora: Gráfica e Editora Juizforana, 2007.

CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A.; DA SILVA, R. **Metodologia científica**. 6.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2004

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócio. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LIMA, R. C. R.; FREITAS, A. A. F. Personalidade empreendedora, recursos pessoais, ambiente, atividades organizacionais, gênero e desempenho financeiro de empreendedores informais. *Revista de Administração Pública*. 2010, vol.44, n.2, pp. 511-531.

PALUDO, A. **Administração Pública para Auditor Fiscal da Receita Federal e Auditor Fiscal do Trabalho**. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2012

SALIM, C.S.; SILVA, N.C. **Introdução ao Empreendedorismo**: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

VERGARA, S. C. **Métodos para coleta de dados no campo**. São Paulo: Atlas, 2009.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2010.

OUTRAS FONTES:



<http://www.brasiljunior.org.br/>

<http://empretec.sebrae.com.br>

<http://www.fejesp.org.br/mej/empresa-junior>