

RELATO DOS RESULTADOS ALCANÇADOS ATRAVÉS DE UMA EXPOSIÇÃO EDUCACIONAL EMPREENDEDORA FOCADA NA ATUAÇÃO DE EMPRESAS JUNIORES

Lucas M. A. M. Correia – lucasalencar1000@hotmail.com

Lucas C. Machado – lucas.kawalcante@yahoo.com.br

Igor E. S. de Melo – igoreduardo_eng@hotmail.com

Victor D. H. de Carvalho – victor.carvalho@delmiro.ufal.br

Universidade Federal de Alagoas – UFAL

Rodovia AL 145, Km 3, nº 3849, Cidade Universitária

57480-000 – Delmiro Gouveia – Alagoas

Resumo: *A participação de discentes em programas de extensão durante a sua trajetória na universidade é essencial para que eles tenham a oportunidade de colocar os conhecimentos adquiridos nas aulas em prática, criando dessa forma uma relação entre teoria, prática e os efeitos relacionados. Neste sentido, a empresa júnior tem seu papel fundamental como entidade de extensão universitária, pois através dela, seus membros podem adquirir um amplo conhecimento em tecnologia e inovação, podendo dessa forma impactar economicamente no mercado de sua região através da realização de projetos e consultorias, instigando a troca de conhecimento e experiência no âmbito pessoal, profissional e acadêmico. Com isso, o presente trabalho tem como objetivo apresentar os resultados obtidos por uma ação estratégica das Empresas Júniores que estão presentes no Campus do Sertão da Universidade Federal de Alagoas, possibilitando que discentes de cursos de engenharia tenham pleno conhecimento do que é o MEJ, como ele funciona e a sua importância no desenvolvimento regional, estadual e nacional, para despertar o interesse discente em participar do movimento e poder ter a oportunidade de adquirir uma experiência profissional ainda na universidade, além de um amplo acesso ao mercado de trabalho, não se limitando apenas às atividades de ensino.*

Palavras-chave: *Ensino. Educação. Empreendedorismo. Empresa Júnior.*

1 INTRODUÇÃO

A globalização e a instabilidade da economia no Brasil, na década de 1990, fizeram com que as grandes empresas tomassem medidas para se manterem no mercado; uma das primeiras consequências foram as demissões de colaboradores, aumentando o índice de desemprego nacional. Como alternativa ex-funcionários começaram a investir na criação de novos negócios, tornando as discussões acerca do empreendedorismo relevantes no cenário acadêmico (DORNELAS, 2008).

Antes de 1994, não eram ofertadas disciplinas relacionadas com o empreendedorismo nas instituições de ensino superior, e as incubadoras de empresas ainda eram pouco expressiva em quantidade (SALIM; SILVA, 2010). Hoje, o cenário é diferente, principalmente dentro dos cursos de engenharia; a resolução CNE/CES nº 11, de 11 de março de 2002, no artigo quinto,

estabelece que atividades complementares deverão ser estimuladas nos cursos de graduação, entre elas está a participação em empresas juniores ou outras atividades empreendedoras.

A participação em empresa júnior (EJ) é uma importante atividade para os discentes trabalharem o empreendedorismo nas instituições, com a vivência do mercado de trabalho e a efetuação de projetos, transformando-se em um profissional mais capacitado (ZILLOTTO; BERTI, 2012). A importância e impacto destas empresas no cenário empreendedor podem ser visualizados por seus resultados: a Brasil Júnior (2016), em seu último censo, constatou a existência de mais de vinte mil empresários juniores, vinculados a algumas das mais de seiscentas EJ's, presentes em 25 federações nacionais e realizando mais de onze mil projetos.

Tal impacto realizado pelo movimento empresa júnior (MEJ) dentro e fora das instituições de ensino superior através das ações realizadas pelas EJ's, tornam o fomento da educação empreendedora de suma importância na graduação. Portanto, o presente trabalho tem o intuito de apresentar os resultados obtidos através da execução de uma exposição educacional empreendedora, tratada como uma ação estratégica, a fim de despertar nos discentes de uma instituição de ensino superior, o desejo de aprofundar os seus conhecimentos relacionados ao empreendedorismo e a vivência empresarial através de atividades/ações realizadas por empresas juniores.

A sequência deste trabalho está estruturada da seguinte forma: a seção 2 trabalha uma breve conceituação e contextualização sobre o empreendedorismo e as empresas juniores; a seção 3 detalha o método utilizado na pesquisa envolvida; a seção 4 apresenta os resultados obtidos; por fim, a seção 5, traz algumas considerações conclusivas.

2 EMPREENDEDORISMO

Dornelas (2008) traz uma definição para o empreendedorismo, justificando como um processo de transformação de ideias em oportunidades, ao passo de envolvimento de pessoas. Nesta mesma linha de pensamento, Ferreira e Pinheiro (2018) contextualiza em seu trabalho uma abordagem referente ao empreendedorismo sendo definido como um processo de criação de valor, enfatizando a importância de mapear novas oportunidades, afim de serem exploradas.

Paiva *et al.* (2018) concluíram em seus estudos que o indivíduo que desperta o interesse pelo empreendedorismo é influenciado por fatores que estão propensos, caracterizados na literatura como recursos financeiros, capacidade de inovar, habilidades, entre outros. Dornelas (2008) retrata que o empreendedor é aquele sujeito que visualiza a exploração de uma oportunidade e cria um negócio para receber alguma capitalização, diante de possíveis riscos. O mesmo autor ainda cita, que até poucos anos atrás acreditava-se que o empreendedor já nascia com o dom e era venerável ao negócio. Hoje em dia, qualquer indivíduo é capaz de empreender, sendo um processo que pode ser ensinado e entendido.

Inúmeras discussões e pesquisas envolvendo o ensino ao empreendedorismo vem ganhado destaque nas últimas décadas (PAIVA *et al.*, 2018). Desta forma, o ensino do empreendedorismo é enriquecedor para o desenvolvimento de empresários mais capacitados e melhores empresas, induzindo ao crescimento econômico do país. Neste contexto, a universidade e as escolas técnicas são entidades de fomento para o ensino do empreendedorismo, objetivando os repasses de habilidades do empreendedor; tratando-se de análise de identificação das oportunidades, captação de informações e preparação de planos de atuação.

2.1 A empresa júnior e sua influência na formação universitária

O movimento empresa júnior (MEJ) surgiu na França no ano de 1967, através da movimentação de estudantes da ESSEC (*École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales*) Business School (BONFIGLIO, 2006; OLIVEIRA, 2011). No Brasil, a ideia do movimento surge em meados de 1987, através de esforços da Câmara de Comércio França-Brasil, desenvolvendo-se dentro das universidades e tendo como apoio os professores; as primeiras empresas surgem no estado de São Paulo, nos cursos de Administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e da Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP) (OLIVEIRA, 2011).

Segundo a Brasil Júnior (2015), em sua cartilha de apresentação do MEJ, uma empresa júnior é uma associação civil, formada por estudantes de graduação, que prestam serviços a empresas, contribuindo na formação de um profissional capacitado; toda a empresa deve estar vinculada a uma instituição de ensino superior e a um curso da mesma. Entretanto, segundo Lima e Catarotti (2010), mesma com vínculo direto com a universidade, as empresas juniores possuem uma gestão autônoma, assim como uma empresa normal.

O aluno inserido dentro de uma empresa júnior, além de obter uma vivência empresarial na graduação e colocar em práticas assuntos vivenciados em sala de aula, obtém também capacitações e trabalha algumas competências a fim de adquirir ou aprimorar as mesmas; sendo elas: trabalho em equipe, liderança, empreendedorismo, relacionamento interpessoal, proatividade e comunicação (OLIVEIRA, 2011).

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada neste trabalho é dada por uma pesquisa de caráter qualitativo. Segundo MAANEM (1979) uma pesquisa qualitativa tem por objetivo ressaltar e expor o comportamento do mundo social e seus eventos; trata-se de relacionar e diminuir a distância entre dados e conceitos, entre contexto e ação. Essa abordagem metodológica ampara a pesquisa descritiva, ao tempo que é fundamental para a coleta de dados e conseqüentemente pretende descrever as características das ações ocorridas (TRAVIÑOS, 1987). Com base na realização da pesquisa sobre os conceitos a serem abordados, foram definidos o objeto de estudo e o público-alvo para a realização de uma exposição educacional empreendedora.

3.1 Objeto de Estudo

Enquanto objeto explorado neste estudo, a exposição educacional empreendedora intitulada *I9 Day* realizada teve como objetivo disseminar o significado do MEJ, assim como o da FEJEA (Federação das Empresas Juniores de Alagoas) e da I9 Engenharia Jr. com o foco voltado para os estudantes de graduação dos cursos de engenharia, contando com dinâmicas de atividades cotidianas que um empresário júnior vivencia além da realização de também palestras.

3.2 Local de aplicação de estudo e público alvo

O local de realização do evento e conseqüente aplicação do estudo foi o Campus do Sertão da Universidade Federal de Alagoas, localizado na cidade de Delmiro Gouveia no sertão alagoano, tendo como público-alvo os discentes dos cursos das Engenharias Civil e Produção dos diversos períodos de graduação. Este público alvo conta com a presença de duas empresas juniores no campus, ambas ligadas aos cursos de engenharia, as quais promovem a experiência de educação empreendedora na graduação, disponibilizando uma capacitação para a transformação local e aprendizado profissional.

3.3 Etapas do Estudo

O presente estudo foi desenvolvido em três etapas. A primeira etapa baseou-se em uma busca na literatura referente as áreas abordadas na pesquisa. Trata-se, de um breve estudo alusivo ao empreendedorismo nas instituições de ensino superior e o impacto do movimento empresa júnior na vida acadêmica e profissional.

Conseqüentemente, a segunda etapa destinou-se a promover um relato sobre a exposição educacional empreendedora destinada os discentes dos cursos citados, sendo desenvolvidas atividades relacionadas ao trabalho de um empresário júnior, dinâmicas e palestras voltadas para o empreendedorismo no sertão. Por fim, na terceira etapa foi aplicado um questionário de satisfação aos discentes das atividades desenvolvidas e do evento como um todo, possibilitando aos organizadores uma visão geral da qualidade da exposição educacional.

4 RESULTADOS

A exposição contou com a participação de mais de 60 jovens dos cursos de Engenharia Civil e Produção da Universidade Federal de Alagoas, membros de Empresas Juniores e palestrantes da Federação de Empresas Juniores de Alagoas (FEJEA), do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) de Alagoas, além da colaboração de um professor orientador.

Através do projeto, percebeu-se que os discentes envolvidos possuíam informações limitadas no que tange a associação de empreendedorismo e movimento de empresas juniores vinculadas nas instituições; sendo isso uma lacuna que inibe a participações de mais jovens dentro do movimento empreendedor. Dentro das atividades planejadas para a exposição, uma empresa júnior da Universidade Federal de Alagoas explanou o funcionamento, a hierarquia, os projetos realizados e os *cases* de sucesso que foram desenvolvidos por ela no sertão alagoano. Além disso, salientou-se a importância da educação e do conhecimento para o desenvolvimento da transformação. A Figura 1 ilustra o momento da empresa dirigido pelo atual presidente na exposição.

Figura 1 – Apresentação da Empresa Jr. na exposição



Fonte: Autores (2019)

Seguindo a programação planejada, após a apresentação da empresa júnior, sucedeu-se o momento destinado à FEJEA, na qual foi abordado um conteúdo referente ao seu planejamento e suas atribuições como entidade representativa de todas as empresas juniores do estado de Alagoas. A Figura 2 representa o momento discutido por uma integrante da federação.

Figura 2 – Apresentação da FEJEA na exposição



Fonte: Autores (2019)

Logo após a participação da FEJEA, os discentes foram separados em grupos para desenvolverem algumas atividades tipicamente realizadas dentro e fora da empresa, com isso os participantes puderam simular o funcionamento da empresa e o como o conhecimento adquirido na graduação é aplicado nos projetos fornecidos pela empresa. A Figura 3 e a Figura 4 elucidam a simulação das atividades promovidas aos discentes.

Figura 3 – Desenvolvimento de Atividade



Fonte: Autores (2019)

Figura 4 – Dinâmica em grupo



Fonte: Autores (2019)

Após o término das atividades e dinâmicas realizadas, a exposição educacional empreendedora finalizou sua programação com a palestra sobre empreendedorismo, ministrada por um analista do SEBRAE, sendo abordados temas inovadores e educacionais para jovens empreendedores, que estão sendo debatidos continuamente no cotidiano.

4.1 Pesquisa de satisfação

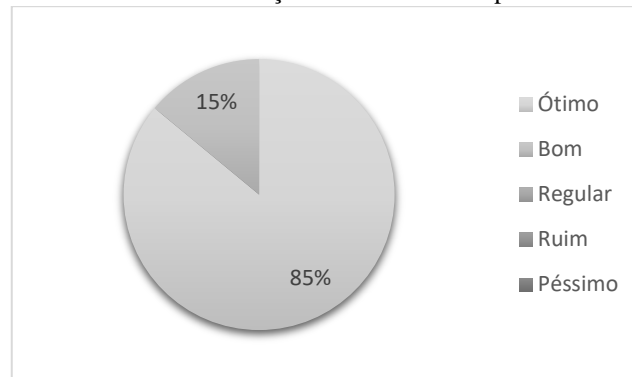
A pesquisa de satisfação realizada após a exposição educacional, tornou-se base para mensurar a satisfação dos discentes envolvidos no projeto, de tal forma que eles puderam classificar a programação proposta conforme a impressão que tiveram. Rossi e Slongo (1998) enfatizam que a pesquisa de satisfação gera informações relevantes sobre satisfação por partes interessadas; isso denota como uma prioridade de uma empresa.

No presente trabalho, a pesquisa contribuiu para identificar a colaboração da ação educativa para a geração de conhecimento e esclarecimentos de dúvidas dos alunos. O questionário adotado obteve 50 respostas, sendo estes resultados adquiridos através dos alunos participantes dos dois cursos de engenharia.

O questionário abordado na pesquisa refere-se ao conteúdo das palestras, conteúdo das dinâmicas, oportunidade de relacionamento e contatos, avaliação geral do evento e indicações para próximas exposições. O Gráfico 1 ilustra o resultado da pesquisa referente ao conteúdo das palestras.

Pelo gráfico, percebe-se que 85% dos discentes determinaram que o conteúdo das palestras na exposição foi “Ótimo” e que os demais (15%) determinaram este conteúdo como “Bom”.

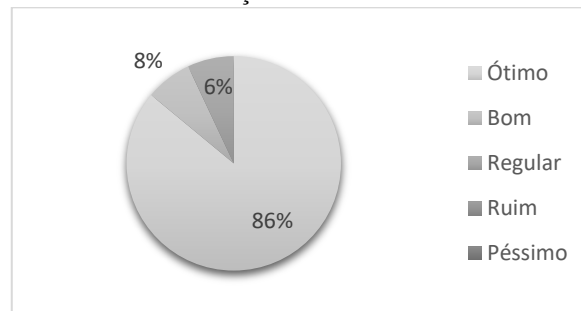
Gráfico 1 – Avaliação ao conteúdo das palestras



Fonte: Autores (2019)

O Gráfico 2 mostra o resultado encontrado com relação ao conteúdo das dinâmicas na exposição educacional. Nota-se que 86% dos discentes determinaram como “Ótimo” o conteúdo das dinâmicas, 8% como “Bom” e 6% como “Regular”. Posteriormente foi analisada a resposta dos discentes relativa à oportunidade de relacionamento e contatos.

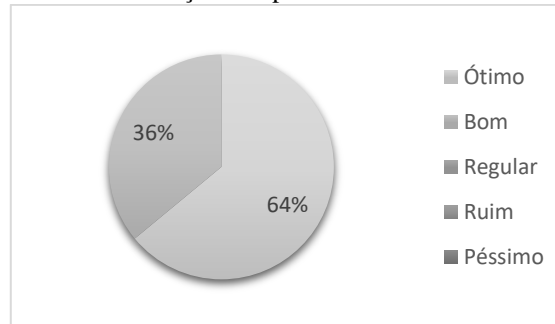
Gráfico 2 – Avaliação do conteúdo das dinâmicas



Fonte: Autores (2019)

O Gráfico 3 especifica os resultados obtidos para este item. O gráfico expõe que 64% dos alunos avaliaram como “Ótima” a oportunidade de relacionamento e que os 36% restantes apontaram como “Regular”. Por fim, foi verificada a avaliação geral da exposição e se os mesmos indicariam a exposição para outras pessoas.

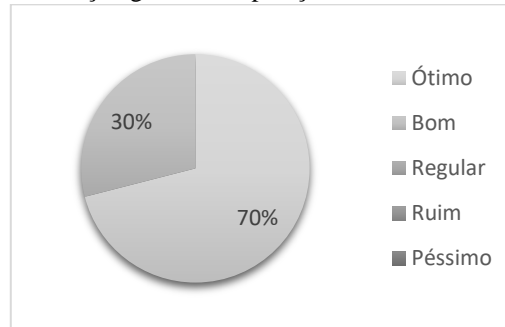
Gráfico 3 – Avaliação de oportunidade de relacionamento



Fonte: Autores (2019)

O Gráfico 4 exibe os resultados das opiniões dos estudantes. Os resultados encontrados sobre a avaliação geral apontaram que 70% dos discentes consideraram que como “Ótima” a exposição; apenas 30% dos demais discentes determinaram-na como “Boa”.

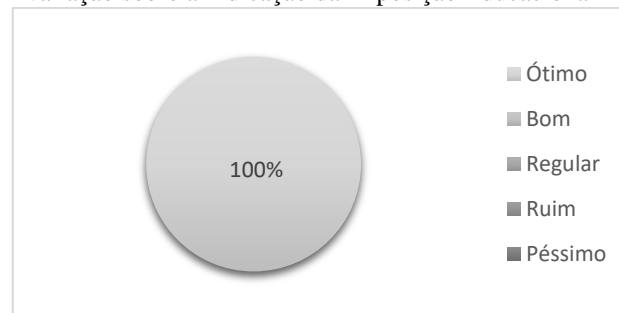
Gráfico 4 – Avaliação geral da Exposição Educacional Empreendedora



Fonte: Autores (2019)

O Gráfico 5 exibe os resultados das opiniões dos estudantes perante as informações acerca da atividade desenvolvida.

Gráfico 5 – Avaliação sobre a Indicação da Exposição Educacional Empreendedora



Fonte: Autores (2019)

Neste último ponto, os discentes afirmaram que o projeto foi classificado como “Bom”, tendo 100% das avaliações nesta classificação. Com isso, pode-se dizer que o projeto educacional conseguiu atingir com êxito seus objetivos junto aos discentes, fazendo-os aprimorar seus conhecimentos no que tange ao empreendedorismo, à empresa júnior e à educação empreendedora, sendo a exposição uma alternativa para difundir as atividades desenvolvidas por jovens empreendedores e os impactos causados nas comunidades nas quais suas instituições estão inseridas.

Após a realização do evento uma das empresas júniores da UFAL no Campus do Sertão realizou um processo seletivo para a captação de novos membros, onde 76% dos inscritos no processo foram atingidos pela ação relatada nesse trabalho. Desses 76%, houve 65% que afirmaram através de pesquisa que o trabalho aplicado foi o ponto principal para que eles decidissem participar do processo seletivo da empresa.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho destacou a influência de exposições e atividades voltadas ao empreendedorismo como suporte de aprendizagem aos discentes. Dessa forma, a exposição realizada através do I9 Day cumpriu com o seu objetivo, conseguindo levar para a comunidade acadêmica uma vivência empresarial através da empresa júnior.

Com isso, por meio da pesquisa de satisfação realizada, conclui-se que as exposições educacionais empreendedoras influenciam jovens a participar de entidades de fomento ao empreendedorismo vinculada a instituições, ao tempo de permitir aos mesmo, o desejo de transformar a realidade, impactando a sociedade como um todo, trazendo um aquecimento na economia e na geração de riqueza, além de fortalecer a capacitação de futuros profissionais por intermédio da educação.

Por fim, para o desenvolvimento de trabalhos futuros, a implantação de um plano educacional de ensino sobre a vivência empresarial é uma alternativa que pode contribuir como um complemento para a formação acadêmica, possibilitando aos alunos envolvidos engajamento direto com problemas reais, relacionados às suas atuações profissionais futuras, possuindo repercussão no setor produtivo local, onde a instituição de ensino superior está situada, e viabilizando novos trabalhos como este, relatando experiências realizadas e seus efeitos.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação Câmara de Educação Básica. **Resolução nº 11, de 11 de março de 2002.** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES112002.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2019.

BRASIL JÚNIOR. **Relatório Nacional Censo e Identidade 2016.** Disponível em: <http://brasiljunior.rds.land/censo-identidade-relatorio-2016>. Acesso em: 18 abr. 2019.

BRASIL JÚNIOR. **DNA JÚNIOR: CONHECENDO O MEJ.** Disponível em: <https://brasiljunior.org.br/crie-sua-ej>. Acesso em: 18 abr. 2019.

BONFIGLIO, Regiane. **A importância da Empresa Júnior na formação do profissional de Geografia.** 2006. Monografia (Graduação) – Centro de Ciências Exatas, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios.** 3ª edição, Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FERREIRA, F. M.; PINHEIRO, C. R. M. S. Plano de Negócios Circular: instrumento de ensino de empreendedorismo e desenvolvimento do perfil empreendedor. **Gestão da Produção**, São Carlos, v. 25, n. 4, p. 854-865, 2018.

LIMA, T. F.; CANTAROTTI, A. A formação e a construção de competências para a atuação do profissional de secretariado executivo: um estudo de caso em uma empresa júnior. **Revista de Gestão e Secretariado**. São Paulo, v.1, n.2, p. 94-122, 2010.

MAANEN, J. V. Reclaiming qualitative methods for organizational research: a preface. **Administrative Science Quarterly**, Nova York, v.24, n.4, p. 520-526, 1979.

OLIVEIRA, Theodoro Monteleone de. **Estratégia, organização e gestão de empresas juniores**. 2011. Monografia (Graduação) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2011.

PAIVA, L. E. B.; LIMA, T. C. B.; REBOUÇAS, S. M. D. P.; FERREIRA, E. M. D. M.; FONTENELE, R. E. S. Influência da sustentabilidade e da inovação na intenção empreendedora de universitários brasileiros e portugueses. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 16, nº 4, Rio de Janeiro, Out./Dez. 2018.

ROSSI, C. A. V; SLONGO, L. A. Pesquisa de satisfação de clientes: o estado-da-arte e proposição de um método brasileiro. **Revista de administração contemporânea**, Curitiba, v.2, n.1, p. 101-125, 1998.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. — 2ª reimpressão.

TRAVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 1ª edição, São Paulo: Atlas, 1987.

ZILIOTO, D. M.; BERTI, A. R. A aprendizagem do aluno inserido em empresa júnior. **Revista Conexão UEPG**, Novo Hamburgo, v.8, n.2, p. 210-217, 2012.

REPORT ON THE RESULTS ACHIEVED THROUGH AN ENTREPRENEURIAL EDUCATIONAL EXHIBITION FOCUSED ON THE ACTIVITIES OF JUNIOR COMPANIES

Abstract: *The participation of students in extension programs during their university trajectory is essential so that they have the opportunity to put the knowledge acquired in the classes into practice, thus creating a relationship between theory, practice and related effects. In this sense, the junior company has its fundamental role as a university extension entity, because through it, its members can acquire a broad knowledge in technology and innovation, and in this way can economically impact the market of their region through the realization of projects and consultancies, instigating the exchange of knowledge and experience in the personal, professional and academic sphere. With this, the present work aims to present the results obtained by a strategic action of the Junior Companies that are present in the Sertão Campus of the Federal University of Alagoas, allowing students of engineering courses to have full knowledge of what the EYM is, as it works and its importance in regional, state and national development, to arouse the student's interest in participating in the movement and to have the opportunity to acquire a professional*

experience still in university, in addition to a broad access to the labor market, not limited only to teaching activities.

Key-words: *Teaching. Education. Entrepreneurship. Junior company.*