

Estudantes querem ampliar divulgação de trabalho e reivindicam inclusão de atividades na grade curricular

Empresas juniores, negócio de gente grande

Foto: Neldo Cantanti

MANUEL ALVES FILHO
manuel@reitoria.unicamp.br

O Movimento Empresarial Júnior (MEJ) completou, em 2003, 15 anos no Brasil. Nesse período, o modelo ganhou corpo e consolidou-se como uma alternativa importante tanto para a formação dos alunos de graduação de universidades públicas e privadas, que dispõem de um ambiente propício para aliar os conhecimentos teóricos à prática, quanto para as micro, pequenas e médias empresas, que podem contratar serviços de consultoria de qualidade, a preços acessíveis. Apesar dos avanços registrados até aqui, o MEJ ainda tem desafios a vencer, como revelam os seus integrantes. Os empresários juniores querem, por exemplo, divulgar de forma mais ampla o seu trabalho para a sociedade. Também pleiteiam que as instituições de ensino superior reconheçam a participação dos universitários nas Empresas Juniores (EJ's) como uma atividade curricular formal.

A primeira EJ surgiu na França, em 1967, na L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales, de Paris. Em 1986, quando já existiam mais de 100 empreendimentos do gênero naquele país, o conceito começou a difundir-se pelo restante da Europa, onde encontrou novos formatos e ocasionou, em 1990, a criação da Confederação Européia de Empresas Juniores (Junior Association for Development in Europe - Jade). O movimento chegou ao Brasil por intermédio da Câmara de Comércio

Primeira EJ da Unicamp foi criada em 1990

França-Brasil, que em 1987 publicou anúncio em jornal convocando jovens interessados em implantar EJ's. Pouco

tempo depois, foram criadas as primeiras Empresas Juniores nacionais: EJ-FGV, Júnior FAAP e Júnior Poli Estudos.

Conforme dados da Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Junior), existem no Brasil 590 EJ's - 192 apenas no Estado de São Paulo -, que reúnem perto de 20 mil empresários juniores. Na Unicamp, são 16 desses empreendimentos, que contemplam as grandes áreas do conhecimento. Assim, há EJ's em praticamente todas as unidades de ensino, sendo que em algumas delas, como na Faculdade de Engenharia Mecânica (FEM), existem duas empresas criadas e geridas por alunos de graduação. A primeira Empresa Júnior da Unicamp, que continua em ple-

Foto: Neldo Cantanti



Daniel Lucas Carvalhães Lago:
"Importante ressaltar que todos os trabalhos são orientados pelos docentes"

na atividade, foi a Gepea, fundada em 1990 na Faculdade de Engenharia de Alimentos (FEA).

De acordo com Daniel Lucas Carvalhães Lago, diretor administrativo-financeiro da Brasil Júnior e integrante da Propeq, Empresa Júnior da Faculdade de Engenharia Química (FEQ), a participação nas EJ's é aberta a todos os alunos de graduação, que passam por uma fase de treinamento e outra de seleção. Normalmente, os estudantes do primeiro e segundo anos trabalham mais na área administrativa, enquanto os demais, que já dispõem de maior bagagem, atuam na concepção e desenvolvimento dos projetos. "É importante ressaltar que todos os trabalhos desenvolvidos pelas Empresas Juniores são orientados pelos docentes da universidade, o que ajuda a assegurar a qualidade dos serviços prestados", afirma.

O foco de atuação do MEJ, esclarece Angélica Prata Vieira Chiva, auditora financeira da Federação de Empresas Juniores do Estado de São Paulo (Fejesp) e membro da Econômica, EJ do Instituto de Economia (IE), tem sido as micro, pequenas e média empresas. Estas, além de poder contar com serviços de qualidade, ainda têm a vantagem de contratar projetos por preços acessíveis, uma vez que a EJ é uma associação civil sem fins lucrativos. Os recursos gerados pelos contratos são aplicados, em sua maioria, na concepção e desenvolvimento de soluções para os clientes. Uma parte menor, de 30%, é depositada num fundo, cuja finalidade é bancar a manutenção da empresa e proporcionar treinamentos e cursos aos empresários juniores.

O preço de um serviço, explicam Daniel e Angélica, depende do segmento em que o cliente atua e do tipo de problema que ele quer resolver. "Uma consultoria na área de economia, por exemplo, tende a custar muito menos do que um trabalho desenvolvido para resolver uma questão de caráter tecnológico. O segundo trabalho normalmente exige mais tempo e equipamentos", adianta o diretor da Brasil Júnior. A dirigente da Fejesp conta que o tamanho de uma EJ também é variável. Há, segundo ela, algumas empresas com dez membros e outras com 70. Umas movimentam poucos recursos, enquanto outras realizam projetos que podem alcançar algumas dezenas de milhares de reais. "O setor ainda é muito heterogêneo", diz.

Um aspecto para o qual os empresários juniores chamam a atenção é o tempo de duração de uma consultoria. Para apresentar resultados, as EJ's normalmente precisam de um prazo maior do que o de uma firma já estabelecida no mercado. "Além de não termos a mesma experiência de profissionais já calejados, nós também não temos como nos dedicar integralmente a um projeto. O trabalho é tocado paralelamente com as nossas atividades acadêmicas",

afirma Daniel. Angélica acrescenta que, não raro, o cliente procura a EJ para resolver uma dificuldade que sequer conseguiu identificar ao certo. "Quando vamos analisar, descobrimos que na verdade ele tem um conjunto de problemas, que muitas vezes exigirá uma revisão de todo um método ou processo", exemplifica.

Apesar de constituir numa importante alternativa para as micro, pequenas e médias empresas, o trabalho desenvolvido pelas EJ's ainda é desconhecido por uma parcela significativa da sociedade, como admitem os estudantes da Unicamp. Uma das dificuldades nessa área é a falta de recursos para aplicar em marketing, assim, divulgar mais amplamente o movimento. "Normalmente, essa divulgação é feita por meio de feiras e encontros, mas que ficam restritos à participação de um número reduzido de pessoas. Atualmente, estamos discutindo outras maneiras de levar o conceito e os serviços prestados pelas Empresas Juniores ao conhecimento de uma faixa maior da população", adianta Angélica. Conforme os empresários juniores, um segundo ponto que vem sendo trabalhado pelas entidades que congregam as EJ's é o reconhecimento por parte das universidades da atuação dos empresários juniores como uma atividade curricular. "Alguns cursos já incluem as EJ's em sua grade, mas ainda temos que avançar nesse aspecto", pondera Daniel.

Fotos: Antoninho Perri



Angélica Prata Vieira Chiva:
participação nas EJ's é aberta a todos os alunos de graduação



Integrantes de cinco das 16 empresas juniores da Unicamp: contemplando as grandes áreas do conhecimento



Encontro promoverá troca de experiências

A Unicamp sediará entre os dias 9 e 13 de junho de 2004 o 11º Encontro Paulista de Empresas Juniores. O objetivo do evento, conforme Daniel Lucas Carvalhães Lago e Angélica Prata Vieira Chiva, é promover a troca de experiências entre os empresários juniores, de modo a fortalecer e expandir o movimento no Estado e no país. Na oportunidade, serão promovidas mesas-redondas e apresentados exemplos de EJ's que têm alcançado destaque em suas áreas de atuação. "Além de ajudar a catalisar idéias, o encontro também servirá para divulgar o trabalho das Empresas Juniores", afirma Daniel.

A Unicamp, conforme Angélica, faz parte do calendário do Fórum Permanente de Empreendedorismo. Por isso, a participação no evento será importante tanto para os integrantes das EJ's quanto para os estudantes de graduação que porventura queiram participar do movimento. "Além disso, também será uma boa oportu-

nidade para que as empresas e a população de modo geral conheçam nosso trabalho", diz. O tema do 11º Encontro Paulista de Empresas Juniores será "Gerindo e construindo negócios". O enfoque dos debates, de acordo com os estudantes, será a vida depois das EJ's.

Ou seja, como os futuros profissionais poderão continuar empreendendo depois de deixar a Universidade, identificando, por exemplo, nichos de mercado ainda poucos explorados. Para isso, os organizadores lançarão mão de um jogo que simulará a competitividade do mercado, de modo a estimular a capacidade e a criatividade dos participantes. Mais detalhes do evento serão divulgados oportunamente. Outras informações podem ser obtidas pelo site www.fejesp.org.br. Para conhecer as Empresas Juniores da Unicamp consulte o endereço <http://www.unicamp.br/unicamp/divulgacao/juniores>.