

Com projetos e idéias, empresas

CLAYTON LEVY

clayton@reitoria.unicamp.br

O Movimento Empresarial Júnior (MEJ) do Brasil está se transformando num modelo internacional. O crescimento do setor, que em 2003 movimentou cerca de R\$ 4,5 milhões, resultou na escolha do país para sediar a primeira Conferência Mundial das Empresas Júniores (Comej), marcado para julho, em Fortaleza. O evento está sendo organizado pela Confederação Brasileira de Empresas Júniores (Brasil Júnior) em parceria com a European Confederation of Junior Enterprise (Jade), que congrega os juniores europeus. Junto com o Comej, será realizado o 12º Encontro Nacional de Empresas Júniores. A Unicamp, que abriga 16 EJs, com faturamento anual da ordem de R\$ 500 mil, está representada entre os organizadores através de dois alunos: Daniel Lucas Carvahães Lago, diretor administrativo e financeiro

da Brasil Júnior, e Victor Rosa Marinho de Queiroz, diretor presidente da Federação das Empresas Júniores do Estado de São Paulo (Fejesp).

Segundo Lago, a idéia de promover o encontro no país surgiu em dezembro do ano passado, quando quatro representantes da entidade foram a Barcelona apresentar a estrutura e as estratégias das EJs brasileiras. "Eles se interessaram pelo nosso modelo e acharam que o Brasil merecia realizar o encontro", diz Lago, que já presidiu a Propec, EJ da Faculdade de Engenharia Química na Unicamp. Segundo ele, o que diferencia o MEJ brasileiro do europeu é a consciência dos impactos sociais e econômicos que a atividade pode gerar. "Na Europa, o movimento tem um caráter mais mercadológico", explica.

Os organizadores brasileiros também querem aproveitar o evento para anunciar o primeiro projeto de lei visando à regulamentação das ati-

vidades das EJs. Segundo Lago, o texto, que está sendo finalizado, deverá focalizar aspectos como a definição do conceito de empresa júnior, o trabalho voluntário, estágio, isenção de tributos, regulamentação perante os conselhos profissionais, e regulamentação perante as instituições de ensino superior. A idéia é fazer da Brasil Júnior o órgão regulador da atividade no país. "Já entramos em contato com alguns parlamentares, que se mostram receptivos à proposta", diz Lago. De acordo com Lago, a medida é necessária para evitar que o crescimento acentuado acabe provocando desvirtuamentos.

"Poucos setores no Brasil cresceram tanto nos últimos anos quanto o Movimento Empresarial Júnior", observa. De 1990 a 2003 o número de empresas criadas e administradas por estudantes de graduação nas universidades públicas e privadas saltou de sete para 590. Juntas, elas

desenvolvem a média anual de três mil projetos tecnológicos e consultorias para micro e pequenos empresários. Hoje, 23 mil estudantes estão engajados no Movimento, o que representa 3% dos universitários brasileiros. Mantendo-se esse ritmo, em 2010, quando as projeções do MEC apontam para um total de 1,9 milhão de universitários, estima-se que os empresários juniores cheguem a 55 mil.

O crescimento do setor não deixa dúvidas sobre o espírito empreendedor dos universitários brasileiros, mas ao mesmo tempo expõe um quadro preocupante. "O movimento está num momento crítico", diz o diretor presidente da Fejesp, que estuda na faculdade de Engenharia Elétrica da Unicamp. "Nossa preocupação é não deixar o setor desvirtuar e virar um movimento estudantil com plataforma política", destaca. Para ele, com o crescimento das EJs, a tendência seria alguns transformarem o movimento num

palanque político. "É preciso deixar claro que somos vinte mil jovens com consciência coletiva, fazemos parte de um movimento que gera resultados e não tem compromisso com partidos", afirma. "Nosso compromisso é com o Brasil", completa.

Das 590 EJs existentes no Brasil, 192 estão no Estado de São Paulo. Juntas, elas faturam cerca de R\$ 1 milhão por ano. Esse verdadeiro "boom", segundo Queiroz, também está ligado à proliferação de instituições particulares de ensino superior. Ele lembra que, a partir de 1998, o MEC propôs acrescentar pontos no Provão para as instituições que tivessem EJs. "Essa medida acabou desvirtuando o conceito de empresa júnior", diz. Segundo ele, as juniores devem ser formadas por alunos de graduação, mas em muitas faculdades são os professores que conduzem o trabalho. "Um dos maiores desafios é fiscalizar essa situação", conclui.

AS 16 Ejs da Unicamp têm faturamento de R\$ 500 mil/ano

Como funcionam

As empresas juniores surgiram na Europa há pouco menos de 40 anos, estão no Brasil há 15 e na Unicamp há 14 anos. Para caracterizar essas empresas, constituídas por estudantes orientados por professores, vejamos algumas das suas principais características.

O que são empresas juniores?

São empresas registradas como quaisquer outras e geridas por alunos de graduação. Funcionam no âmbito de uma unidade de ensino.

O que fazem?

As juniores prestam serviços de consultoria, apoio técnico, desenvolvimento de estudos e projetos para empresas, entidades, sociedade em geral e, em vários casos, para a própria universidade em que estão inseridas.

Como surgiram?

Nasceram em Paris, em 1967, da necessidade que estudantes de Administração sentiam de unir a teoria à prática. O movimento empresa júnior foi introduzido no Brasil pela Câmara de Comércio França-Brasil, em 1988, e a primeira empresa criada foi a de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Vieram depois as juniores de Administração de Empresas da Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), em São Paulo, e a da Engenharia de Alimentos (Gepea), a primeira da Unicamp (1990). A filosofia difundiu-se rapidamente entre as universidades brasileiras que hoje contam com cerca de 450 empresas, enquanto em toda Europa não passam de 300. Na Unicamp são 16 e boa parte delas já completou uma década de existência.

Quais as vantagens para o estudante?

Embora o trabalho desenvolvido pelas juniores venha sendo cada vez mais valorizado pelas indústrias e instituições, o maior beneficiário continua sendo o próprio aluno de graduação. Além de colocar em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula, os estudantes enfatizam que participar de uma júnior é uma oportunidade única de aprender a negociar com clientes, de adquirir noções de marketing e administração, custos e finanças. Esclarecem ainda que é nas juniores que adquirem maturidade, desenvolvem talentos, competências, liderança, capacidade de trabalho em equipe, pró-atividade e empreendedorismo.

Como são criadas?

A criação de uma empresa júnior na Unicamp depende da aprovação do respectivo instituto ou faculdade, mas a iniciativa sempre deve partir dos alunos.

Quanto ganham os participantes?

Sua finalidade nunca é lucrativa: esta é uma das leis básicas de sua existência. Os recursos angariados com a execução dos projetos são usados no pagamento de estagiários (alunos que efetivamente realizam os projetos) e na manutenção da própria empresa. Os diretores não são remunerados.

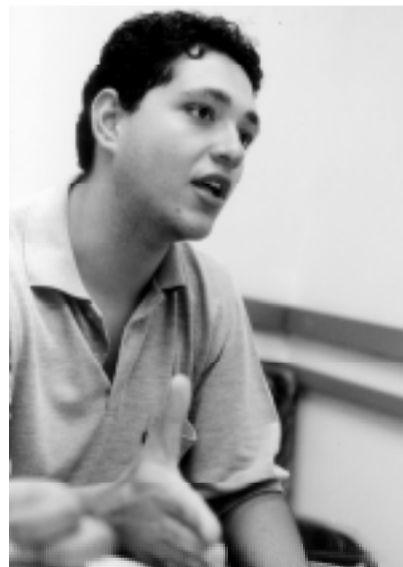
Como ingressar nas juniores?

Os processos de seleção para ingresso nas empresas juniores não são os mesmos, mas guardam uma certa semelhança e são realizados no início de cada ano letivo. Os selecionadores esperam do candidato interesse e determinação. O postulante pode atuar tanto na área administrativa quanto na área técnica.

Se optar pela administração, será nomeado para integrar a equipe de uma das diretorias da júnior (Marketing, Qualidade, Recursos Humanos, Comercial, Projetos, Administrativa e Financeira, ou mesmo a Presidência). Se preferir atuar como estagiário, será contratado para desenvolver algum projeto específico e, aí sim, é remunerado pelo trabalho. A cada novo projeto, a área de Recursos Humanos abre um processo de seleção e escolhe um ou mais alunos cujos perfis se ajustam ao trabalho. Os estagiários podem ou não ter vínculos anteriores com a empresa júnior.



Victor Rosa Marinho de Queiroz, diretor presidente da Fejesp: de olho na fiscalização



Daniel Lucas Carvahães Lago, diretor da Brasil Júnior: em busca de regulamentação



Bruno Sepúlveda Villela, que trocou o Rio por Campinas: atraído pelo empreendedorismo

Empreendedorismo na grade curricular, uma das propostas

Uma das bandeiras que o Movimento Empresarial Júnior (MEJ) pretende lançar durante a Conferência Mundial das Empresas Júniores (Comej), em Fortaleza, é a inclusão do ensino sobre empreendedorismo na grade curricular dos cursos. A idéia, segundo os organizadores, é propor às universidades públicas e privadas uma reforma que contemple esse objetivo. De acordo com o diretor administrativo e financeiro da Brasil Júnior, Daniel Lucas Carvahães Lago, não se trata, necessariamente, de criar uma disciplina a mais nos cursos, mas introduzir na estrutura da universidade um ambiente favorável ao empreendedorismo.

Lago diz que a universidade hoje tem dois focos de atuação: forma o estudante para a academia ou para o mercado de trabalho. "Em nenhum momento apresenta ao aluno a possibilidade de, ainda durante o curso, iniciar um negócio", observa. "A Unicamp é uma das poucas exceções no país", diz Lago, citando como exemplo o Fórum Permanente de Empreendedorismo mantido pela universidade, que possibilita o contato dos estudantes com a realidade do mercado, através de workshops com empresários de

vários setores. "Além disso, a reitoria dá pleno apoio a essa cultura".

Foi justamente esta cultura que fez o carioca Bruno Sepúlveda Villela trocar a Cidade Maravilhosa por Campinas. Ele chegou a frequentar o curso de jornalismo no Rio de Janeiro, mas acabou se transferindo há dois anos para a Unicamp, onde curso o segundo ano de Engenharia Mecatrônica. "O nível intelectual e produtivo, além da infraestrutura e o incentivo ao empreendedorismo, acabaram me atraindo", diz. Para os coordenadores da Comej, porém, essa realidade não se aplica a todo o cenário nacional.

"Não há nada que prepare o aluno como empreendedor", afirma o diretor administrativo e financeiro da Brasil Júnior. Segundo Lago, o único ambiente que dá esse estímulo é a empresa júnior. "Mesmo assim, não se trata de um trabalho institucional", diz. Para ele, a saída é montar estruturas dentro das universidades para que alunos possam se preparar melhor na hora de empreender o próprio negócio. Para isso, segundo Lago, bastariam algumas ações simples, como a aproximação com incubadoras e o contato com pessoas que tiveram inicia-

tivas empreendedoras.

Enquanto as universidades não anunciam medidas específicas, a Brasil Júnior já definiu algumas estratégias para implantar uma cultura de empreendedorismo no meio universitário. Uma das ações para atingir esse objetivo é a formação de um banco de dados com todos os projetos realizados pelas empresas juniores. Essa ferramenta estará disponível num portal corporativo ainda em fase de elaboração. A iniciativa também faz parte do que o MEJ chama de Aliança por Uma Economia Jovem na Terra.

"Não iremos fazer isto com manifestações ou guerras, mas com projetos e idéias, que podem gerar um PIB Jovem, capaz de permitir a inclusão econômica e social das pessoas dispostas pelo trabalho a construir de baixo para cima esta economia", diz o texto de apresentação no site da Comej (www.comej.com.br). Segundo o texto, o objetivo do portal é gerar um "alinhamento estratégico entre os mais de 850 projetos espalhados pelo mundo, principalmente no Brasil e na Europa, e os mais de 45.000 cérebros que vão deixar nossa marca em cada um dos projetos, que fixe um DNA dessa economia jovem na nossa sociedade".

Censo radiografa produção do setor

O número de projetos desenvolvidos pelas empresas juniores brasileiras praticamente dobrou em apenas um ano, saltando de 1.700 em 2000 para 2.300, em 2001. Mais da metade delas é formada por alunos da área de Humanas, na qual destacam-se os cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas. Juntos, eles respondem por 57% das EJs. Em segundo lugar estão as EJs da área de Exatas (26%), na qual destacam-se os cursos de Engenharia. A seguir vêm a área de Biológicas (9%) e as EJs formadas por cursos multidisciplinares (8%).

Os dados foram revelados por Primeiro Censo das Empresas Júniores do Brasil, realizado em 2001 pela Rede Brasil Júnior. O estudo abrangeu 204 EJs, que representavam 40% das 500 existentes na época. De lá para cá, segundo as lideranças do movimento, o quadro não sofreu alterações significativas. Por isso, o documento é considerado até hoje como o principal um raio X do setor.

A partir dos dados levantados, estima-se que as 204 EJs pesquisadas tenham movimentado cerca de R\$ 1,1 milhão em 2000 e R\$ 1,4 milhão em 2001. Considerando a existência

de aproximadamente 500 EJs no país, os responsáveis pela pesquisa estimaram um faturamento de R\$ 2,8 milhões em 2000 e R\$ 3,5 milhões em 2001. Entretanto, por se tratarem de associações civis sem fins lucrativos, a maior parte dos valores destina-se ao pagamento dos custos dos projetos realizados, manutenção da EJ e reinvestimento, lembrando sempre que os empresários juniores não são financeiramente remunerados.

O censo também confirmou que a região Sudeste concentra a maior parte das EJs (47%). Em segundo lugar vem a região Sul (34%), seguida pelas regiões Nordeste (13%) e Centro Oeste (6%). No âmbito nacional, segundo o levantamento, 61% das EJs estão localizadas em instituições públicas e 39% em instituições particulares. Entretanto, quando se compara esse dado entre as diferentes regiões, nota-se uma variação significativa. O Nordeste é a região onde a maior parte das EJs (77%) está abrigada em universidades públicas. Na sequência vêm as regiões Sul (64%), Sudeste (59%) e Centro Oeste (25%). Quanto às particulares, a liderança fica com o Centro Oeste (75%), seguido pelo Sudeste (41%), Sul (36%) e Nordeste (23%).

De acordo com o levantamento, em 89% dos casos a iniciativa para formar a EJ partiu dos próprios estudantes, contra 5% dos professores, 5% da direção da instituição de ensino superior e 1% conjuntamente alunos e professores. Os dados também revelaram que as EJs recebem apoio das instituições das quais fazem parte, embora em alguns casos ainda exista a necessidade de maior representatividade do Movimento Júnior. Em 44% dos casos estudados, há uma relação formalizada entre a EJ e a direção da instituição. Já em 37% dos casos, embora a direção reconheça e apoie a EJ, não há um vínculo formal entre os dois lados. E, em 18% dos casos, apesar de haver vínculo formal, isso não se traduz em apoio prático.

Quanto à organização jurídica, o censo revelou que 90% das EJs pesquisadas contam com estatuto registrado, enquanto 10% possuem estatuto sem registro e 0,5% não dispõem do documento. Ainda segundo o estudo, 95% têm Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), contra 4% que não possuem, enquanto 1% conta com o documento vinculado a outra instituição. Todas são registradas como associações civis sem fins lucrativos.

ta suas atividades em encontro mundial que acontece em julho, em Fortaleza

juniores buscam novos horizontes

Fotos: Antoninho Perri



Integrantes da Gepea, primeira empresa júnior da Unicamp: média de 25 projetos anuais



Diogo Coelho de Oliveira: empresa incubada espera faturar R\$ 300 mil neste ano

Aos 24 anos, Diogo Coelho de Oliveira divide o tempo entre o curso de Ciências da Computação na Unicamp e a direção de sua empresa, a Onirium Sistemas, especializada em softwares para sistemas em área móvel, como celulares e computadores de mão. A idéia de montar o próprio negócio surgiu durante o período em que atuou na Compec, uma das 16 empresas juniores existentes na Unicamp. "A experiência despertou em mim o espírito empreendedor e a visão empresarial", garante.

Oliveira resolveu criar a empresa no final de 2001, quando cursava o segundo ano. Já no primeiro ano de funcionamento conseguiu um faturamento de R\$ 100 mil. Para este ano, a empresa, que está incubada no Núcleo Softex, espera chegar aos R\$ 300 mil. "Estamos crescendo gradualmente", diz o estudante-empresário, que dá emprego a oito funcionários e mantém uma carteira de clientes com oito empresas. "Já passamos da fase mais crítica e agora estamos num momento de expansão dos negócios", assinala.

Casos como o de Oliveira têm se repetido com frequência. O ex-estudante Eduardo Luiz Henrique, por exemplo, é outro que optou pelo empreendedorismo após participar das atividades de uma empresa júnior. Assim como Oliveira, ele atuou na Compec durante toda a graduação de Ciências da Computação. Em 2002, pouco antes de concluir o curso, decidiu montar o próprio negócio e não se arrepende. Sua empresa, a Infsoftware, especializada em softwares para comércio eletrônico e também incubada no Softex, deverá registrar este ano um faturamento de R\$ 150 mil.

"A motivação para abrir minha própria empresa surgiu enquanto atuava na empresa júnior", diz Henrique. "É importante porque insere o estudante na realidade do mercado", completa. Em seu caso, por exemplo, a experiência foi fundamental na hora de elaborar um plano de negócios. "Aproveitei o aprendizado para escolher os nichos de mercado mais adequados".

Apesar de ainda estarem no começo, jovens empresários como Oliveira e Henrique sabem que podem transformar conhecimento em riqueza aproveitando a experiência obtida ainda durante a graduação. Exemplos para isso não faltam. É o caso do ex-aluno Fabrício Blóise, que, aos 27 anos, é dono da Compera, uma das líderes no segmento de internet móvel no Brasil, com faturamento de R\$ 2 milhões ao ano. Natural de Salvador, Blóise também cursou Ciências da Computação na Unicamp e atuou na Compec.

Pioneira da Unicamp surgiu em 1990

Aguardente de banana, refresco de açaí; análise sensorial de flocos de milho; e um estudo de higiene para loja de fast-food. Esses são apenas alguns dos 218 projetos desenvolvidos nos últimos 14 anos pelo Grupo de Estudos e Projetos em Engenharia de Alimentos (Gepea), a primeira empresa júnior da Unicamp. Fundada em 1990 por alunos de graduação de Engenharia de Alimentos com o apoio de professores, a unidade tinha como propósito obter o desenvolvimento profissional e pessoal dos estudantes, preparando-os para o mercado de trabalho e estimulando a busca de novos conhecimentos e experiências. De lá para cá, consolidou-se como uma das mais conceituadas juniores do País, com a média de 25 projetos anuais.

Segundo a diretora de projetos, Marisa Cury Cazassa, os preços podem variar de R\$ 400,00 a R\$ 6 mil. "Tudo depende do tipo de trabalho e do tempo de duração", explica. Atualmente o grupo conta com 53 integrantes e está desenvolvendo três projetos: análises sensoriais de cerveja para uma grande empresa cervejeira; formulação de leite de soja; e melhorias no processo de tomate seco.

O sucesso do Gepea incentivou o surgimento de outras EJs no campus, onde já funcionam 16 delas. Ligadas a diversas faculdades, elas desenvolvem consultorias e projetos tecnológicos nas mais variadas áreas, principalmente para pequenas e micro empresas. Esse, porém, não é o único nicho de mercado abordado pelos estudantes. A lista de clientes das EJs também inclui alguns pesos pesados, como as multinacionais Singer, 3M, Procter & Gamble e Dupont.

Um dos destaques é a Agrícola Projetos e Consultoria. Formada por alunos da Faculdade de Engenharia Agrícola, a empresa faturou cerca de R\$ 200 mil em 2003. Segundo o estudante Pedro Pontes, que integra a diretoria comercial da EJ, um dos principais projetos desenvolvidos foi encomendado pela Companhia Paulista de Força e Luz (CPFL) e destinou-se a um levantamento sobre o uso de energia na zona rural.

A Propec, formada por alunos da Faculdade de Engenharia Química, é outra EJ que con-

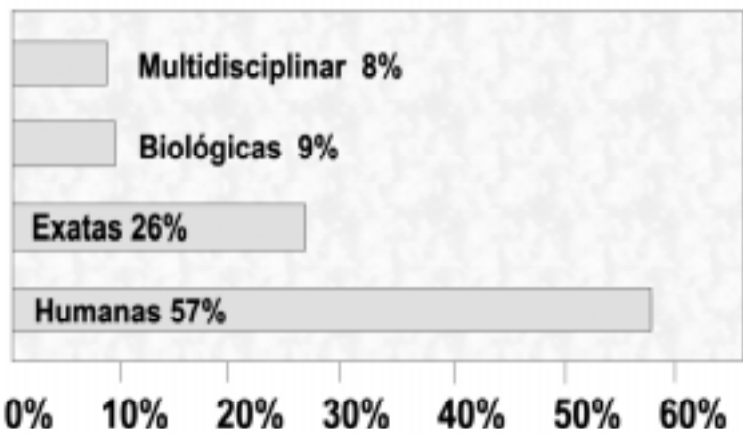
ta com grandes companhias em sua carteira de clientes. Entre os projetos desenvolvidos, está o de uma fita adesiva encomendada pela multinacional 3M. No ano passado, a EJ faturou cerca de R\$ 25 mil. Já a 3E (Estudos Elétricos e Eletrônicos), composta por estudantes de Engenharia Elétrica e de Computação, inclui entre os seus projetos o desenvolvimento de um banco de dados para cadastro de alunos bolsistas de graduação e pós-graduação. O sistema desenvolvido pela 3E é capaz de alocar recursos financeiros de acordo com as exigências do CNPq e da Fapesp. Em 2003 o faturamento da empresa chegou a R\$ 50 mil.

O presidente da 3E, Flavio Mancini Flores, atribui o sucesso da EJ a pelo menos dois fatores: "Unimos competência a preços acessíveis", diz. A soma desses dois fatores gera impactos consideráveis do ponto de vista econômico, social e educacional. "Estamos dando um tipo de formação aos alunos que não existe na estrutura universitária", diz, Victor Rosa Marinho de Queiroz. "Por ser um espaço de vivência empresarial que permite ao aluno iniciar o próprio negócio, as EJs também acabam agregando valor ao ensino oferecido", completa.

Além de enriquecer o ensino e preparar o aluno para o empreendedorismo, as EJs, segundo Queiroz, também contribuem para o sucesso de projetos sociais. "Muitos trabalhos são encomendados por ONGs que desejam aprimorar seu sistema de gestão", conta. Com isso, o empresário júnior também desenvolve consciência coletiva e uma preocupação com a cidadania", completa.

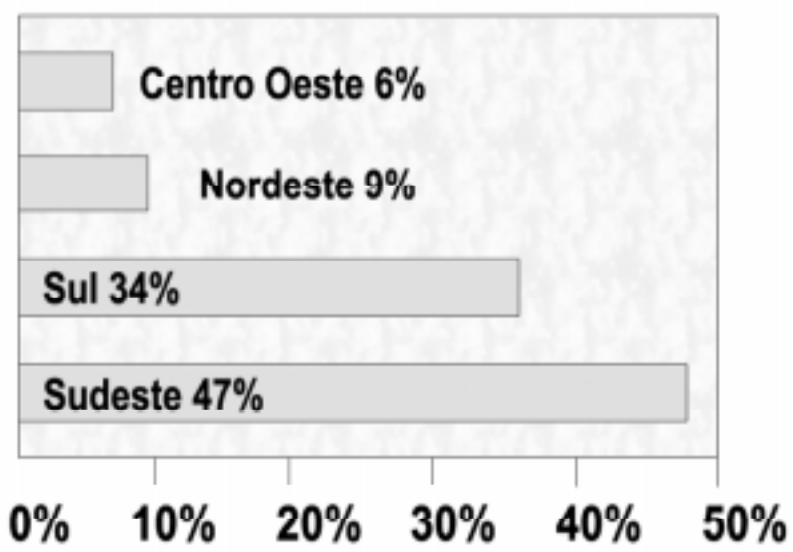
É no aspecto econômico, porém, que se pode sentir o principal impacto das EJs. O preço cobrado para o desenvolvimento de um projeto tecnológico ou de uma consultoria não passa do equivalente a 30% dos preços de mercado. Isso é possível em razão do baixo custo de manutenção das EJs. "O fato de funcionarmos dentro de universidades nos livra de despesas básicas como aluguel, energia, água.", observa Queiroz. "Também não paga impostos, salários e encargos trabalhistas", acrescenta.

Áreas a que pertencem as EJs

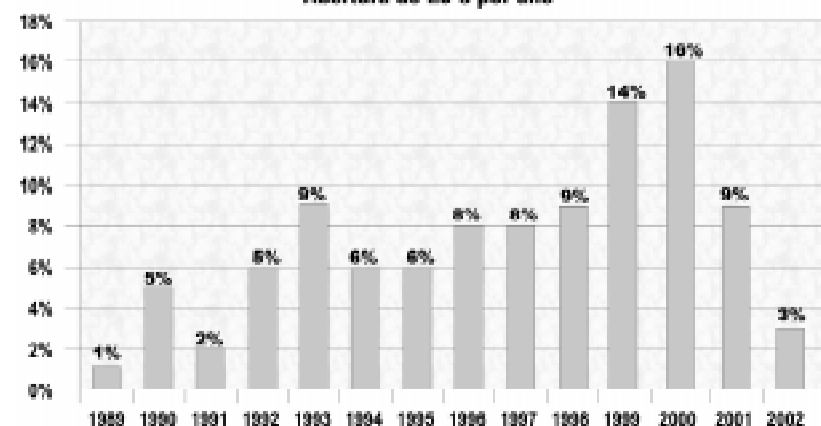


Fonte Brasil Junior

Localização Geográfica das EJs



Abertura de EJs por ano



As EJs da Unicamp

Empresa	Curso	E-mail	Telefone
3E	Eng. Elétrica	jr3e@jr3e.fee.unicamp.br	3788.3843
Agrológica	Eng. Agrícola	agrolog@agr.unicamp.br	3788.1046
All Química	Química	allquim@iqm.unicamp.br	3788.3026
Alpha Bio	Ciências Biológicas	alphabio@unicamp.br	3788.5818
Conpec	Computação	conpec@dcc.unicamp.br	3788.3842
Econômica	Ciências Econômicas	economia@eco.unicamp.br	3788.5701
Estat Jr.	Estatística	estatjr@ime.unicamp.br	3788.6073
Gepea	Eng. de Alimentos	gepea@fea.unicamp.br	3788.4098
Mecatron	Mecatrônica	mecatron@fem.unicamp.br	3788.3205
Motriz	Eng. Mecânica	motriz@fem.unicamp.br	3788.7401
Otmma Jr.	Matemática Apl. e Comp.	otmma@ime.unicamp.br	3788.5969
Projec	Eng. Civil	projec@fec.unicamp.br	3788.2331
Propec	Eng. Química	propec@feq.unicamp.br	3788.3979
Quanta	Física	quanta@ifi.unicamp.br	3788.5299
Tempo Lúdico	Ed. Física	tempoludico@fef.unicamp.br	3289.7550
Tritec	Ceset	tritec@tritec.qjb.net	3404.7160