



**UNILAB**

Universidade da Integração Internacional  
da Lusofonia Afro-Brasileira

**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL LUSOFONIA AFRO-  
BRASILEIRA**

**INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**

**MARIA RONIELE PAIVA DO NASCIMENTO**

**BRASIL EMPREENDEDOR: EMPRESAS JUNIORES DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO CEARÁ- UFC.**

**REDENÇÃO – CE  
2019**

MARIA RONIELE PAIVA DO NASCIMENTO

BRASIL EMPREENDEDOR: EMPRESAS JUNIORES DA UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO CEARÁ- UFC.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como  
requisito obrigatório para a obtenção do título de Bacharel  
em Administração Pública, pela Universidade da  
Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira.  
Orientador: Prof. Dr. Alexandre Oliveira Lima

REDENÇÃO – CE  
2019

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira  
Sistema de Bibliotecas da UNILAB  
Catalogação de Publicação na Fonte.

---

Nascimento, Maria Roniele Paiva do.

N244b

Brasil Empreendedor: Empresas Juniores da Universidade Federal do Ceará- UFC / Maria Roniele Paiva do Nascimento. - Redenção, 2020.

73f: il.

Monografia - Curso de Administração Pública - Semestral, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Redenção, 2020.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Oliveira Lima.

1. Empresa Junior. 2. Empreendedorismo. 3. Empresas Juniores.  
I. . II. Título.

CE/UF/BSCA

CDD 658.9

---

MARIA RONIELE PAIVA DO NASCIMENTO

**BRASIL EMPREENDEDOR: EMPRESAS JUNIORES DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO CEARÁ- UFC.**

Monografia julgada e aprovada para a obtenção de graduação em Administração Pública da  
Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira.

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Nota: \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Professor Dr. Alexandre de Oliveira Lima (Orientador)

---

Professora Dra. Eliane Barbosa da Conceição (Membro)

---

Professora Dra. Andrea Yumi Sugishita Kanikadan (Membro)

Com todo amor e gratidão que há no mundo, aos meus pais, Ronildo e Regina, que compartilharam comigo a alegria na realização deste sonho.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus Abba amado pelo dom da vida e por ter me concedido muitas bênçãos que vão além do que eu poderia imaginar.

Aos meus pais, Ronildo Nascimento e Regina Celia Paiva, por terem me apoiado em todos os momentos da minha vida e por suas orações. Agradeço por sempre acreditarem nos meus sonhos e serem essenciais para o alcance deles, assim como cuidarem tão bem de mim.

Aos meus irmãos Ronilson Paiva, Ronaldo Paiva, Rodrigo Paiva, Rayane Paiva, assim como toda minha família, em especial a Florinda Santos, minha tia que jamais mediram esforços para deixar evidente todo seu apoio aos meus sonhos e por terem confiado no meu potencial.

À Unilab, universidade a qual tive a honra de estudar e poder realizar esse sonho de cursar o ensino superior. Onde também pude conhecer muitas pessoas, colegas tanto brasileiras como estrangeiras que tive o prazer de conviver com eles nessa rica troca de conhecimentos proporcionada por esse projeto de integração.

Um agradecimento a todos os professores do curso de Administração Pública, que com competência exercem o seu papel de educadores, ajudando a formar excelentes profissionais. Em especial, ao meu orientador, Prof. Dr. Alexandre Lima, pela confiança em mim e por ter aceitado o desafio de me auxiliar na construção desse trabalho. Também aos professores Dra. Eliane Barbosa da Conceição e Dra. Andrea Yumi Sugishita Kanikadan por aceitarem compor a banca examinadora.

Ao meu namorado Carlos da Silva, por ter estado comigo nos mais diversos momentos desde que o conheci, principalmente nesse momento na reta final do meu curso. Agradeço por sempre me ajudar em tudo que eu precisei, acreditar em mim e por todo companheirismo.

As meninas da minha casa Adaila Matos, Edimayra Maria e irmãos da igreja Montese de Redenção Janiele Souza, Nadiele Neres, Wesley Renan, Jardel Lemos, P. Mario, que tive o prazer de compartilhar momentos maravilhosos durante essa fase da minha vida universitária, no qual estava longe de casa. Aos meus amigos Luís Carlos, Raul Pablo, Jamily Saraiva, Aulean Maia, Edna Leia, Sarida Andrade, Danielle Ketley, Gabriela Sousa e Plácido Junior, amigades que cultivei durante o curso e que tornaram o percurso na graduação muito mais prazeroso.

Por fim, gratidão a todos os membros da Reinventa Jr, Ej do meu curso, onde considero ter sido uma das melhores experiências que tive o prazer de participar na vida universitária e que foi primordial para a escolha do tema dessa pesquisa. Ao Alexandre Minervino representante da FEJECE o qual me ajudou muito, sobretudo na coleta de dados, assim como todos os representantes das 20 empresas Juniores que se voluntariaram contribuindo sendo meus entrevistados.

## RESUMO

O empreendedorismo é um dos fatores propiciadores de inovação e crescimento para todo país. Nesse sentido, o Movimento Empresa Junior (MEJ) surge como um meio propulsor de alavancar a inovação dentro do sistema de Educação superior. Por meio da participação em uma Empresa Junior é possível fomentar o aprendizado prático do universitário e aproximar o mercado de trabalho através da elaboração de projetos e serviços em sua área de atuação. Esta pesquisa objetivou em identificar as empresas juniores da Universidade Federal do Ceará como instrumentos de fomento à intenção empreendedora de discentes. Trata-se de pesquisa descritiva realizada entre maio e agosto de 2019. Abordou-se, aqui, a pesquisa de natureza qualitativa. O procedimento adotado foi a pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Para a coleta de dados foi aplicado questionário semiestruturado no qual foram entrevistados 96 Empresários Juniores, 20 Empresas Juniores, com o intuito de saber como se dá o Movimento Empresa Junior (MEJ) na Universidade Federal do Ceará e a relação Empresário Junior e o empreendedorismo a partir das experiências dos estudantes. Ainda, foi entrevistado 1 discente que é tutor de uma Ej da UFC. O estudo aponta que as Empresas Juniores da UFC reconhecem a representatividade do MEJ como influencia para um Ceará, e um Brasil empreendedor, bem como sua visibilidade dentro da sua universidade através de 20 Ejs já federadas pela FEJECE. Além disso, os Empresários Juniores ainda afirmam que ser participante de uma Ej durante a graduação foi fator essencial para uma nova visão sobre seus cursos, o mercado de trabalho empreendedor e a área que pretendem atuar.

**Palavras-chave:** Empresa Junior. Empreendedorismo. Empresários Juniores.

## **ABSTRACT**

Entrepreneurship is one of the drivers of innovation and growth for every country. In this sense, the Junior Enterprise Movement (MEJ) emerges as a propelling means of leveraging innovation within the higher education system. By participating in a Junior Company, it is possible to foster the practical learning of the university student and bring the job market closer together through the elaboration of projects and services in his / her field. This research aimed to identify junior companies of the Federal University of Ceará as instruments to foster the entrepreneurial intention of students. This is a descriptive research conducted between May and August 2019. The research here addressed the qualitative research. The procedure adopted was the bibliographic, documentary and field research. For data collection a semi-structured questionnaire was applied in which 96 Junior Entrepreneurs, 20 Junior Companies were interviewed, in order to know how the Junior Enterprise Movement (MEJ) occurs at the Federal University of Ceará and the relation Junior Entrepreneur and entrepreneurship. From student experiences. Also, one student who is a tutor of a UFC Ej was interviewed. The study points out that UFC Junior Companies recognize the representativeness of MEJ as influencing a Ceará, and an entrepreneurial Brazil, as well as its visibility within its university through 20 Ejs already federated by FEJECE. In addition, Junior Entrepreneurs also claim that being an Ej participant during graduation was a key factor in a new view of their courses, the entrepreneurial job market and the area they intend to pursue.

Keywords: Junior Company. Entrepreneurship. Junior entrepreneurs.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Figura 1 - Fases do Processo Empreendedor.....	21
Figura 2 - Valores compartilhados entre os empresários juniores .....	28
Figura 3 - Cálculo Amostral .....	39

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Conhecimento dos Empresários Juniores sobre a quantidade de Ejs existentes na UFC .....	44
Gráfico 2 - Conhecimento em número por parte dos Empresários Juniores sobre a quantidade de Ejs que eles conhecem na UFC .....	45
Gráfico 3 - Análise dos entrevistados quanto à aproximação do mercado de trabalho após se tornar um Empresário Junior .....	46
Gráfico 4 - Análise dos entrevistados quanto visão e apreço por seu curso após tornar se um Empresário Junior.....	49
Gráfico 5 - A intenção dos entrevistados de continuar sendo Empresário Junior até o fim da sua graduação.....	49
Gráfico 6 - Análise dos entrevistados sobre a afirmação da Brasil Junior sobre o MEJ e sua influência na construção de um Brasil Empreendedor .....	51
Gráfico 7 - Análise sobre a participação dos Empresários Juniores na elaboração de um projeto em sua EJ.....	52
Gráfico 8 - Análise de ganhos na vida acadêmica e profissional dos Empresários Juniores ...	54
Gráfico 9 - Análise dos entrevistados sobre sua percepção enquanto Empresário Junior em relação ao incentivo do empreendedorismo no mercado.....	56
Gráfico 10 - Análise da participação dos entrevistados nas Ejs na graduação.....	57

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Países do G-20 participantes da pesquisa GEM.....	22
Tabela 2 - Perfil dos Entrevistados.....	42
Tabela 3 - Quantidade de respondentes por Empresa Junior da UFC.....	43

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Empresas Juniores da UFC .....	31
Quadro 2 - Disposição das EJ's por Áreas de atuação na UFC.....	31

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

MEJ	Movimento Empresa Junior
EJ	Empresa Junior
EJS	Empresas Juniores
ONGS	Organizações não governamentais
CNEJ	Conceito Nacional de Empresas Juniores
GEM	Entrepreneurship Monitor
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educaçionais
MEC	Ministério da Educação
TEA	A Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial
UFC	Universidade Federal do Ceará UFC
FEAAC	Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará.

## SUMÁRIO

<b>1.INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
1.2 Objetivos.....	18
<b>2. EMPREENDEDORISMO E INTENÇÃO EMPREENDEDORA .....</b>	<b>19</b>
2.1 Empreendedorismo e espírito empreendedor .....	19
2.1.2 Intenção Empreendedora .....	23
<b>3. MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR.....</b>	<b>27</b>
3.1EMPRESAS JUNIORES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ .....	30
<b>4.METODOLOGIA.....</b>	<b>34</b>
4.1 Pesquisa .....	34
4.2 Quanto aos Objetivos.....	36
4.3 Quanto aos Procedimentos.....	36
4.4 Quanto a Abordagem do Problema.....	37
4.5 Sujeitos da Pesquisa.....	38
4.6 Procedimentos de Coleta De Dados.....	40
<b>5. RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>41</b>
5.1 O perfil dos entrevistados .....	42
5.2Conhecimento dos Empresários Juniores sobre a quantidade de Ejs existentes na UFC. .....	43
5.3Conhecimento em número por parte dos Empresários Juniores sobre a quantidade de Ejs que eles conhecem na UFC.....	44
5.4Análise dos entrevistados quanto à aproximação do mercado de trabalho após se tornar um Empresário Junior.....	45
5.5Análise dos entrevistados quanto à visão e apreço por seu curso após tornar se um Empresário Junior.....	48
5.6A intenção dos entrevistados de continuar sendo Empresário Junior até o fim da sua graduação.....	49

5.7Análise dos entrevistados sobre a afirmação da Brasil Junior sobre o MEJ e sua <b>influência</b> na construção de um Brasil Empreendedor. ....	51
5.8Análise sobre a participação dos Empresários Juniores na elaboração de um projeto em sua EJ. ....	52
5.9Análise de ganhos na vida acadêmica e profissional dos Empresários Juniores. ....	54
5.10Análise dos entrevistados sobre sua percepção enquanto Empresário Junior em relação ao incentivo do empreendedorismo no mercado. ....	55
5.11Análise da participação dos entrevistados nas Ejs na graduação.....	57
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES .....</b>	<b>62</b>
REFERÊNCIAS .....	65
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS EMPRESÁRIOS JUNIORES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ.....	71
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO PROFESSORES TUTORES DAS EMPRESAS JUNIORES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. ....	72

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um dos fatores propiciadores de inovação e crescimento para todo país, e no Brasil não é diferente. Porém, quando se fala de mudanças, criatividade e romper com estruturas já construídas há bastante tempo pode deparar com grande resistência, mesmo que essas mudanças sejam para melhorar algo. Nesse sentido, o Movimento Empresa Junior (MEJ) surge como um meio propulsor de alavancar a inovação dentro do sistema de Educação superior.

Instituída pela Lei Nº13.267 de 6 de abril de 2016, O MEJ cria oportunidades dentro do âmbito das universidades, assim como do mercado de trabalho que, através de pequenas empresas formadas por estudantes, buscam o empreendedorismo acadêmico, chegar no mercado de trabalho com uma visão diferenciada. Estudantes, então, passam a ser incentivados a querer transformar não só as áreas onde sua universidade e empresa é situada, mas também ser capazes de atuar de forma eficaz em qualquer lugar que eles estejam inseridos, produzindo assim crescimento no âmbito cearense e conseqüentemente no âmbito brasileiro.

Nesse sentido, é notório a importância do empreendedorismo como possibilidade de crescimento e desenvolve muito da realidade em que se está inserido, de quebrar aquilo que a ordem econômica já domina a tanto tempo no mercado e inovar desde a construção de um pequeno empresário empreendedor ainda na graduação, até chegar a um novo trabalhador que busca empreender na sua profissão e no seu modo de exercer o trabalho.

Desse modo, buscar indivíduos que sejam capazes através de uma visão inovadora de mercado e atuação na administração, rompendo assim com o capitalismo e com as novas formas de exploração de serviços, pois sem empreendedores o capitalismo não se sustenta. É nesse sentido que o economista austríaco Joseph A. GALLOWAY, no livro “Capitalismo, socialismo e democracia”, publicado no ano de 1942, relaciona o empreendedor ao desenvolvimento econômico, de acordo com ele defende.

“O sistema capitalista tem como característica inerente uma força denominada de processo de destruição criativa, fundamentando-se no princípio que reside no desenvolvimento de novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados; em síntese, trata-se de destruir o velho para se criar o novo” (Schumpeter, 1942).

Através da denominação de Schumpeter (1942), o componente essencial desse processo de destruição criativa está na figura do que ele vem chamar de empreendedor. Assim o Movimento Empresa Junior (MEJ) surge como uma modalidade fundamental de incentivo ao

empreendedorismo no mercado de trabalho. Por meio da participação em uma Empresa Junior, os estudantes do ensino superior durante sua graduação se encontram em uma situação favorável e de grande oportunidade para colocar em prática suas vivências profissionais adquiridas em suas Empresas Juniores (Ejs), dessa forma, eles poderão ser capazes de disseminar o mercado de trabalho empreendedor através da criação de projetos e serviços.

Esses projetos e serviços oferecidos por meio das empresas juniores são pensados e desenvolvidos através da identificação de um problema, sendo esse na maioria das vezes de cunho social, público como para as prefeituras, Organizações não governamentais (ONGS), mas podendo ser também de um setor, microempresários e para pequenas empresas, segundo (Art. 3º, Inciso II, JÚNIOR, Brasil, Conceito Nacional de empresa júnior (2004)). Além disso, vale lembrar que por serem projetos e serviços criados por estudantes ainda em formação serão ofertados ao mercado com um custo menor, ou seja, de melhor acesso para a população, afinal seu fim não é o lucro.

Nessa perspectiva, a Confederação das Empresas Juniores (Brasil Junior) em nível nacional juntamente com a Federação das Empresas Juniores do Ceará (Fejece) estadual no Ceará e todas as empresas juniores que o compõem tem como principal objetivo tornar o Brasil um país mais empreendedor, instigando a experiência empresarial e certificando suas ações para a população, sendo esses os entes de maior representação para as empresas juniores já existentes.

Com o crescimento do movimento em todo o país, é imprescindível analisar como o mercado de trabalho reage a essa nova forma de revolução no ensino superior, frente a inovação das vivências acadêmicas e o retorno que essas experiências irão proporcionar a um empresário júnior após sair da graduação, ou seja como a sua construção acadêmica refletirá na formação profissional e como o mercado irá lhe receber.

Além disso, é possível perceber os impactos propiciados através de uma Empresa Junior que não são somente estão relacionados a vida acadêmica e profissional do estudante júnior, mas também pode proporcionar consequências positivas para a região, ou seja, o desenvolvimento local e consequentemente social de onde a empresa está situado.

Nesse sentido, as empresas juniores irão construir projetos e serviços, capazes de atender a determinadas demandas da sua própria cidade, oferecer a um custo menor aos interessados e serão projetos que são possíveis de acordo com cada problema, seja ele social ou

não, para instituições públicas ou particulares. Dessa maneira, a sociedade em geral é beneficiada por meio dos trabalhos desenvolvidos pelas Ejs.

Assim, um estudo específico sobre o desenvolvimento do Movimento Empresa Junior no âmbito de um Brasil empreendedor nas universidades, contribui para o próprio (MEJ), Brasil Junior, Federação das empresas juniores do Ceará (FEJECE), universidades que tenham Ejs, e empresários juniores em geral, que diz respeito ao desenvolvimento de mais pesquisas disponíveis sobre o tema.

As Empresas Júniores indicam uma alternativa para consolidar uma renovação na metodologia de ensino superior do Brasil e do mundo, quebrando os velhos paradigmas e investindo no sentido ao incentivo do empreendedorismo acadêmico. Segundo Periard (2011), o Brasil é hoje o país com o maior número de empresas juniores do mundo. São mais de 1.200 empresas juniores, onde 90% de seus clientes são micro e pequenos empresários.

Essa realidade atesta a verdadeira importância deste modelo empreendedor, tanto para alunos quanto para organizações da região onde a empresa júnior está instalada (PERIARD, 2011). Dessa forma, é de fundamental importância que ao longo do tempo mais universidades encorajem esta modalidade de ensino e vivência profissional.

Ainda segundo o autor, os alunos após ingressarem em uma EJ, podem adquirir vantagem competitiva no mercado de trabalho, diante de outros alunos que não ingressaram em uma EJ e por não possuírem experiência profissional. Dessa forma, a experiência adquirida neste tipo de trabalho pode colocar o aluno à frente de seus concorrentes no mercado de trabalho, levando-o a um patamar mais elevado nas seleções de emprego.

A Empresa Júnior está de acordo com Drucker (2008), onde afirma que o Empreendedorismo não é ciência nem arte, mas sim uma prática, sistemática e deliberada. O que constitui conhecimento em uma prática é, em grande parte, definido pelos fins, ou seja, pela prática.

Assim, OLIVEIRA; RIBEIRO (2014, p.1) percebe a Empresa Júnior como um mecanismo de fomento ao empreendedorismo inserido no espaço da academia, onde o conhecimento é adquirido e formado mediante a aplicação prática de conteúdos trabalhados em sala de aula. Mais do que um laboratório de práticas, a Empresa Júnior deve ser um espaço de transformação destes estudantes, onde devem exercitar suas capacidades pessoais para, através do empreendedorismo, transformar o Brasil em um país melhor.

Conforme um estudo de OLIVEIRA, RIBEIRO (2014, p.11) sobre a participação dos estudantes que participaram do Movimento Empresa Júnior em várias partes do Brasil, se foi um estímulo para que se tornassem empreendedores. Como resultado, após entrevistar 67 pós-graduados o estudo apontou que 56% dos entrevistados consideram que a sua passagem pelo Movimento Empresa Júnior foi um fator “Muito Relevante” para a sua formação como empreendedores e com 82% de intenções positivas os acadêmicos afirmam que o Movimento está cumprindo com a sua proposta, de formar empreendedores capazes e comprometidos em mudar o Brasil. Semelhantemente com os objetivos dessa pesquisa, esse estudo reafirma sua importância.

Nesse sentido, é possível perceber também que o Movimento Empresa Júnior (MEJ) não só permite o desenvolvimento local e conseqüentemente social de onde a empresa e os juniores estão inseridos, mas grandes experiências no mercado de trabalho que não são oferecidas por um estágio comum. Dessa maneira, o movimento no âmbito das universidades ele também proporciona, as trocas de experiências entre juniores de outras universidades através de eventos do MEJ, viabilizando crescimento acadêmico e profissional dos mesmos, ou seja, muitos são os benefícios para quem se torna um empresário júnior.

Nesse sentido, o presente trabalho foi motivado pela experiência vivenciada pela autora do trabalho que durante um período do seu curso investiu parte da sua carga horária na participação em uma Empresa Júnior do curso de Administração Pública. As atividades desempenhadas foram na Reinventa Junior, Empresa Júnior que faz parte da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia afro Brasileira – Unilab.

O estágio ocorreu durante os anos de 2017 a 2020, ou seja até o fim da graduação da autora, foi a melhor experiência acadêmica e profissional no qual tive o prazer de participar e adquirir conhecimentos que jamais só a graduação poderia me oferecer. Essa afirmação da autora demonstra sua dedicação e apreço pelo MEJ intensificado durante esses anos, bem como sua vontade de propagar o potencial empreendedor que é o Movimento Empresa Júnior segundo seu relato de experiência, o que justifica a escolha desse tema.

É a partir dessa coleta de informação que este estudo proporcionará ao MEJ uma visão da realidade e das conseqüências geradas na vida de cada estudante universitário que, ao participar efetivamente de uma empresa júnior, estará exposto a um ambiente de conhecimentos e uma experiência diferenciada como ingressante no mercado de trabalho. Gerando dados que

o auxilie a mensurar a eficiência da propagação do movimento a partir do levantamento de pontos positivos e negativos estabelecidos com esse trabalho.

Desse modo, esta pesquisa busca responder a seguinte problemática: quais os impactos decorrentes do desenvolvimento do Movimento empresa Junior (MEJ) na vida acadêmica dos estudantes universitários da Universidade Federal do Ceará e qual seu reflexo com o mercado de trabalho como futuros empreendedores?

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. Geral**

Identificar a percepção dos estudantes da Universidade Federal do Ceará envolvidos no Movimento Empresas Junior e sua relação com a intenção empreendedora dos discentes.

### **1.2.2. Específicos**

Dessa maneira, buscando atingir o objetivo geral dessa pesquisa, destacou os seguintes objetivos específicos.

- Identificar as empresas juniores presentes na UFC;
- Apresentar projetos desenvolvidos por membros juniores durante sua participação em uma Ej na UFC;
- Avaliar, na visão do estudante, os ganhos adquiridos a partir de sua participação em uma Empresa Junior.

Na seguinte pesquisa serão abordados os processos metodológicos usados para melhor atender aos objetivos gerais e específicos desenvolvidos ao longo desse trabalho. Nesse sentido a metodologia dessa pesquisa se define, quanto aos objetivos, como descritiva e, quanto aos procedimentos, se destacam o estudo de caso, pesquisa documental e bibliográfica. Apresenta também a classificação de pesquisa qualitativa e, por fim, descreve como foi realizada a coleta de dados.

A presente monografia está estruturada da seguinte maneira: inicia-se pela introdução, em seguida apresenta-se o desenvolvimento do referencial teórico onde se desenvolveu o tema empreendedorismo e intenção empreendedora. A seguir vem a metodologia utilizada ao longo da pesquisa, os resultados e discussões e por fim descreve se as considerações finais sobre o assunto trabalhado e suas referências bibliográficas.

## 2. EMPREENDEDORISMO E INTENÇÃO EMPREENDEDORA

### 2.1 Empreendedorismo e espírito empreendedor

A expressão empreendedorismo tem sua origem da França *entrepreneur* que traduzido é aquele que assume riscos e começa algo novo. Chiavenato (2017 p.3) definindo o empreendedorismo vem dizer que “é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. Ou seja, empreender é pensar sobre possibilidades de inovar, é agir já vivenciando a concretização dessas possibilidades, não se prendendo as ameaças de não ter êxito em um determinado empreendimento ou atividade.

Segundo as ideias do autor o espírito empreendedor forma o que ele vem chamar de heróis do mundo dos negócios, pois é através deles que alcançamos o crescimento econômico. É como se fosse o ponto de partida, tem se um pensamento empreendedor, logo se tem um futuro negócio ou projeto de inovação, por meio disso obtém se empregos ou formação de profissionais autônomos, lideranças que geram além de impacto social, o econômico para a população e sociedade onde vivem.

Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. Continuamente, milhares de pessoas com esse perfil — desde jovens a pessoas adultas e de todas as classes sociais — inauguram novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações. É essa força vital que faz pulsar o coração da economia. (Chiavenato, 2017 p.4)

Um espírito empreendedor é formado por três características, a necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança. Dessa forma, o empreendedor será um indivíduo que busca vencer seus padrões de excelência e não se contenta com sua realidade atual, aquele que possui a capacidade de assumir riscos associados ao controle pessoal com os resultados que poderão ser alcançados, assim como um controle interno no qual aperfeiçoa sua autoconfiança frente aos problemas e desafios que aparecem no seu caminho Chiavenato (2017, p.4).

Conforme afirma BARON; SHANE, (2007, p.5) em seu livro descrevem o empreendedorismo como um processo, eles destacam como se dá esse processo de construção desse espírito empreendedor. Segundo esses autores “o empreendedorismo é um processo –

uma cadeia de eventos e atividades que ocorrem ao longo do tempo – em alguns casos, períodos consideráveis de tempo. Ele começa com uma ideia para algo novo – muitas vezes, um novo produto ou serviço”. Contudo, se essa ideia não tiver prosseguimento, não se transformar em realidade, não se define como empreender, mas apenas ter ideias criativas.

Dessa maneira, segundo os autores, entender o empreendedorismo como um processo é também compreender que ele é uma tarefa onde as pessoas se envolvem em busca de perceber as oportunidades que surgem para criar uma novidade, algo novo. É nessa área de negócios que os indivíduos empreendedores irão, não só dar início a novas ideias e abraçar tais oportunidades, mas também irão desenvolver da forma mais eficaz que conseguirem os meios de execução e rendimento dessas oportunidades, potenciando em quais resultados podem chegar através desse negócio, produto ou serviço, e após isso, identificar como se dará seu gerenciamento.

Por implicação, essa definição sugere que o empreendedorismo, como atividade executada por indivíduos específicos, envolve as ações-chave que mencionamos anteriormente: identificar uma oportunidade – que seja potencialmente valiosa no sentido de poder ser explorada em termos práticos como um negócio (ou seja, uma oportunidade que possa produzir lucros sustentáveis) – e identificar as atividades envolvidas na exploração ou no desenvolvimento real dessa oportunidade. (BARON; SHANE, 2007 p.6)

Nesse sentido, dando continuidade ao que afirmam os autores BARON; SHANE (2007, p.12), Reconhecimento de uma oportunidade é definida como a primeira dentre as principais fases com base no entendimento do empreendedorismo como um processo. As demais fases que compõem o processo são: Decidir ir em frente e reunir os recursos iniciais, Lançar um novo empreendimento, Construir o sucesso, Colher as recompensas.

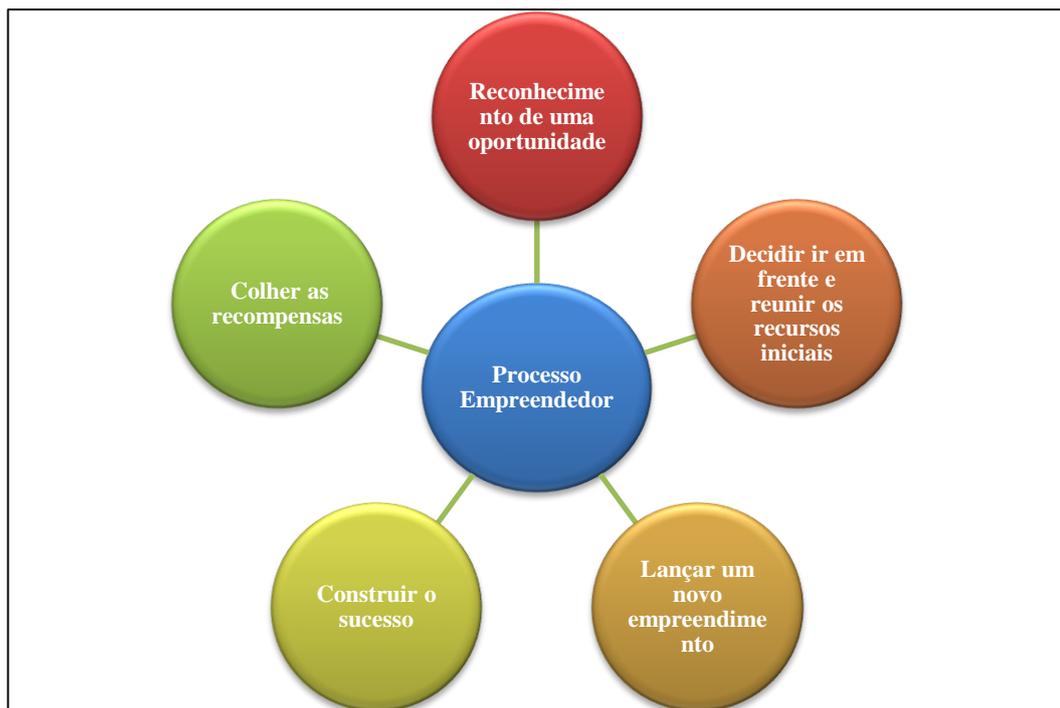
Desse modo cada fase é definida pelos autores da seguinte forma: Reconhecimento de uma oportunidade é “o potencial para se criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção, novas matérias-primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes etc.” A segunda fase que trata de Decidir ir em frente e reunir os recursos iniciais afirma que “fazer algo efetivo em relação à ideia ou à oportunidade – se faz necessária. Aspirantes a empreendedores rapidamente descobrem que devem reunir uma ampla gama de recursos necessários: informações básicas (sobre mercados, questões ambientais e jurídicas), recursos humanos (sócios, primeiros funcionários) e recursos financeiros”.

De acordo com os autores a terceira fase do Processo empreendedor é sobre Lançar um novo empreendimento que diz respeito a “Fazer isso envolve uma série de ações e decisões: escolher o formato jurídico do novo empreendimento, desenvolver o novo produto ou serviço,

definir os papéis da equipe de alta administração etc.” Já na quarta fase o processo conta com Construir o sucesso, aqui os autores dizem que “Embora a transição entre uma ideia e uma empresa em atividade seja um grande progresso, é apenas o início de outra importante fase do processo empreendedor: administrar um novo empreendimento e transformá-lo em uma empresa lucrativa e em crescimento. Além de conceber uma forte estratégia de negócios é outro aspecto do processo durante essa fase.”

Por fim, a quinta fase do empreendimento como um processo, Colher as recompensas. Nessa fase, os autores apontam para “Nesta fase final, os fundadores escolhem uma estratégia de saída que lhes permita colher as recompensas que ganharam pelo seu tempo, esforço e talento.” Assim, podemos perceber que as fases do Processo empreendedor são distintas, porem inteiramente relacionadas entre si, como exposto na Figura 1 abaixo.

Figura 1 - Fases do Processo Empreendedor



Fonte: BARON, SHANE, 2007, p.12.

Nesse contexto, existe um programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) que foi criado com o objetivo de fazer uma avaliação anual do nível da atividade empreendedora em esfera nacional, ou seja é através dele que podemos mensurar onde existem mais oportunidades reais sendo desenvolvidas em prol do empreendedorismo em muitos países, entre eles está a Bolívia, Peru, Colômbia, Angola, República Dominicana, Brasil.

O GEM, por meio de uma análise com mais de 100 países, busca verificar como se dá o comportamento dos indivíduos com respeito à criação e gerenciamento de novos negócios, assim vem sendo uma rica fonte de pesquisa para muitos estudiosos dessa área. “Para contextualizar a atividade empreendedora brasileira em âmbito internacional, a equipe GEM Brasil optou por utilizar o G-20 como recorte analítico deste ano. Essa escolha foi motivada pela posição do Brasil como presidente atual do G-20” GEM (2008).

Tabela 1 - Países do G-20 participantes da pesquisa GEM

PAÍSES	POSIÇÃO (43 PAÍSES)	ESTIMATIVA DE EMPREENDEDORES
Argentina	7	4.006.000
México	11	8.412.000
Brasil	13	14.644.000
Índia	15	76.045.000
Estados Unidos	16	20.546.000
Coréia	18	3.286.000
Grécia	19	673.000
África do Sul	23	2.006.000
Turquia	33	2.705.000
Reino Unido	34	2.274.000
França	35	2.221.000
Japão	36	4.267.000
Itália	38	1.703.000
Alemanha	41	1.950.000
Rússia	42	3.298.000
Países G-20	8,42	148.036.000
Países GEM	10,48	186.202.000

FONTE: Pesquisa GEM 2008.

Segundo dados fornecidos pelo estudo do GEM que tem por título Empreendedorismo no Brasil 2008 (GRECO et al., 2009), foi desenvolvido um tópico sobre educação e treinamento nas instituições de ensino superior, a fim de avaliar a existência de disciplinas sobre empreendedorismo nos cursos de graduação e foi notório que seus resultados fogem daquilo que se espera para a realidade estudada.

Nesse tópico, que teve como base o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP/MEC), de acordo com eles existiam 39.555 cursos superiores no Brasil no ano 2008, dos quais 3.465 programas de ensino eram da área de Administração, e 988 das áreas de Engenharia da Computação, Informática e Sistemas de Informação. Desses apenas 25 programas tinham disciplinas voltadas para o empreendedorismo de fato e estavam situados nas regiões Sudeste e Sul, ou seja, a oportunidade para se desenvolver o empreendedorismo era muito limitada e a oferta das disciplinas ainda muito carente.

Nesse sentido, outros autores como Suedekum, G., & Miller, A. (2011) em sua pesquisa Empreendedorismo das Universidades Brasileiras, afirmam que em comparação a outras universidades no mundo, no Brasil poucas disciplinas incentivam os estudantes a se tornarem empreendedores, a falar sobre o assunto e quando se fala é um número pequeno de disciplinas que se aproximam da prática, de desenvolver oportunidades realmente que os levem a construção de uma nova visão para o mercado de trabalho.

Ainda segundo o GEM (2008), dados do Relatório Executivo Brasil, que trabalha com uma amostra representativa da população adulta (18 - 64 anos) do país, contemplando 2.000 pessoas entrevistadas. A taxa de empreendedores estabelecidos estaria em 38%, ou seja, a cada cinco empreendedores adultos, dois eram brasileiros. Isso significa que, aproximadamente, 52 milhões de brasileiros nessa faixa etária conduzem algum tipo de empreendimento ou novo negócio, sendo o segundo maior registro do Brasil em percentagem.

Contudo, ainda de acordo com o GEM (2008), no que se refere a educação, percebe-se que são pequenas as diferenças nas taxas de empreendedorismo em estágio inicial considerando os quatro níveis de escolaridade, ensino superior completo (15,9%), médio completo (18,9%), fundamental completo (19,2%), fundamental incompleto (15,4%). Ou seja, em 2018, o nível de escolaridade não foi fator influenciador decisivo na escolha do indivíduo de iniciar uma atividade empreendedora.

Entretanto, os dados também apontam que um dos fatores presentes em condições limitantes para empreender no Brasil é a educação e capacitação, citado por 40,5% dos especialistas entrevistados. Assim como, logo mais à frente nos dados do relatório esse fator vem aparecer novamente, agora com mais relevância em segundo fator mais importante apontado pelos entrevistados nas recomendações dos especialistas para a intervenção de melhorias para se empreender, a educação e capacitação aparece com o percentual de 42,5%.

### **2.1.2 Intenção Empreendedora**

Segundo McClelland (1961, 1972) a criação de laços afetivos com o lugar, pode ser impulsionada pelo perfil empreendedor, à medida que suas características motivacionais de auto realização estão interligadas com os fatores ambientais em sua volta. Dessa maneira, é possível perceber que o ambiente em que o empreendedor está será fator primordial para a motivação de comportamentos que o levem a criação de novos negócios, ideias e intenção empreendedora.

É definida em função da intenção empreendedora e da atitude empreendedora, à medida que compreende a disposição mental (intenção) e a cognição, o afeto e o comportamento (atitude) envolvidos no processo de empreender (BIRD, 1988; CHELL, 2000; LOPES JÚNIOR; SOUZA, 2008; AJZEN, 2001; AJZEN; FISHBEIN, 1975). De acordo com esses autores, a ação empreendedora será a junção de elementos mentais com modos de se comportar, ou seja, a intenção e a ação de empreender resultarão no alcance de um perfil empreendedor.

Nesse sentido, essa associação de indivíduo com o ambiente que ele esteja cercado se dará por meio de alguns aspectos que são justificados pelo que muitos autores vão chamar de topofilia. (CISOTTO, 2013; TUAN, 1980) diz que com base na topofilia, as práticas cotidianas, as representações sociais, a formação de identidade apoiada pelas crenças e atitudes desses indivíduos estabeleçam a criação de afetividade pelo ambiente físico, fortalecida pela maior disposição do empreender, no que diz respeito à leitura contextual, necessária a tomada de decisões em torno dos negócios.

O indivíduo, um ser social, um fenômeno regional, produto de uma interação social, econômica e cultural, imerso no ambiente que estimula a ação empreendedora torna-se propenso a desenvolver um perfil empreendedor e, ao mesmo tempo, forma uma relação com esse ambiente de forte impacto para o indivíduo e o ambiente (FILION, 1999, VALADARES et al., 2012)

Dessa maneira, os indivíduos empreendedores entendem o mundo como um ambiente do qual ele faz parte e isso é construído por meio de um sentido racional para ele, assim, ele usará desse ambiente para empreender e terá motivação para transformar o que estiver em sua volta, pois é por ele percebido como o seu lugar. Por meio dessa percepção, um perfil empreendedor conhecerá o seu ambiente, o seu mundo, os problemas, as necessidades das pessoas e suas motivações, dessa forma, saberá identificar as melhores oportunidades para se empreender.

Segundo o autor BOAVA, (2006) o sujeito empreendedor possui disposição capaz de superar a multidisciplinaridade, atingindo a interdisciplinaridade e, também, a transdisciplinaridade, por agregar diversificados saberes e compressão contextual na busca de soluções criativas em ambientes permeados por riscos e incertezas, muitas vezes, quebrando paradigmas sociais.

Através disso, esses indivíduos empreendedores excedem suas motivações no que tange a abrir um negócio apenas por geração de renda, lucro, passam a alcançar outros fatores por meio de suas ações sendo em negócios, Ong's, pequenos empreendimentos, como os problemas

sociais, geração de emprego assim como mudanças locais, regionais e econômicas nos lugares que atuam.

Nesse contexto, as atitudes empreendedoras e os sentimentos topofílicos estão intimamente relacionados a se sentir parte de um lugar com o de realização pessoal, visto que a atitude empreendedora, nesse contexto, é concebida como uma predisposição cognitiva, afetiva ou comportamental LOPES JÚNIOR; SOUZA (2008).

Três dimensões formam a atitude empreendedora: a primeira está relacionada a cognição, responsável pelo processamento das informações contextuais, alinhadas ao conhecimento do indivíduo sobre o lugar; a segunda está associada ao afeto, que sinaliza o despertar das emoções e construções valorativas, relacionadas aos sentimentos do indivíduo pelo lugar, espaço, ambiente de vivência e formação de memórias. A terceira refere-se ao comportamento, sendo a ação planejada com base no conhecimento adquirido e nos valores atribuídos ao lugar (AJZEN, 2001; AJZEN; FISHBEIN, 1975)

Essas dimensões prosseguem rumo ao potencial da construção da atitude empreendedora, aproveitando as possibilidades de empreendimentos com base na leitura do seu ambiente, percebendo suas necessidades, experiências, formando um vínculo afetivo com tal lugar a ponto de alcançar a auto realização por meio de ações com bons resultados no seu futuro negócio.

O empreendedor tem suas competências alinhadas à capacidade de geração de renda e à formação de um ambiente social que promova o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas. Essa postura, além de favorecer o desenvolvimento econômico, culmina ainda na realização pessoal e profissional desses atores sociais, que possuem energia para vencer obstáculos e concretizar desafios. (MARCIA, Marcia. R. S; PINTO, Fabiana. P. D.A. B; OLIVEIRA, Alexandre. L; VINICIUS, Marcus. D.O.B; EDUARDO, Raimundo. S. F. 2016)

Assim sendo, um estudo feito por MARCIA et al (2016, p.10) confirmam a relação positiva entre a atitude empreendedora e os sentimentos topofílicos na construção do potencial empreendedor na vida de indivíduos, no caso desse estudo especificamente na vida de discentes universitários.

Por fim, vale ressaltar que os universitários desse modo, são sujeitos fundamentais de estudo ao empreendedorismo, uma vez que são eles que constituem os papéis de potencialidades empreendedoras no mercado de trabalho atual. Dessa maneira são os principais agentes de

transformação profissional atuantes no mercado, sendo estimulados a isso através da intenção empreendedora.

### **3. MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR**

Instituído pela Lei Nº 13.267, o Movimento Empresa Junior (MEJ), tem como finalidade em sua missão, formar por meio da vivencia empresariais empreendedores comprometidos e capazes de transformar o Brasil (Brasil Junior).

A criação de empresas juniores como associações organizadas para atuar dentro das instituições de ensino superior é prevista no art. 1º da Lei Nº 13.267 e tem por finalidade elaborar projetos e serviços que colaborem com o crescimento acadêmico e profissional dos seus membros, ela será inscrita como associação civil no Registro Civil das Pessoas Jurídicas e no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica.

A ideia do movimento teve origem na França em 1967, na Escola Superior de Ciências Econômicas e Comerciais (ESSEC), foi pensada devido à necessidade de os alunos colocarem em prática seus conhecimentos de sala de aula, sair apenas da teoria além de explorar os instrumentos e procedimentos presentes no mercado de trabalho. Nesse sentido, os estudantes criaram a primeira empresa Junior, a Junior Entreprise.

Em 1969, foi criada a Confederação Francesa de Empresas Juniores e quando o Movimento atingiu o número de mais de 100 empresas em 1986, muitos países como Bélgica, Holanda, Alemanha, Espanha, Holanda, Portugal Itália, Suíça, Alemanha, Hungria e Itália também já tinham Empresas Juniores (MATOS, 1997).

O MEJ chega ao Brasil em 1987, na Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, estudantes do curso de Administração fundaram a primeira EJ do Brasil, Empresa Júnior (EJFGV). Em 1990 é criada a primeira Federação Estadual de Empresas Juniores do Brasil, a FEJESP, de São Paulo. A FEJESP em 1993 realiza o I Encontro Nacional de Empresas Juniores (ENEJ) em São Paulo, reunindo empresários juniores de todo o Brasil.

Em agosto de 2003, durante o XI ENEJ, o OXI ENEJ em Salvador, Bahia, é criada a Confederação Brasileira de Empresas Juniores, Brasil Junior e em instancia estadual, no ano de 2004 surge a Federação de Empresas Juniores do Ceará, FEJECE, organiza a I Conferência Mundial de Empresas Juniores, o COMEJ, em Fortaleza.

Uma empresa Junior quando criada é vinculada a instituição de ensino superior pertencendo a um curso de graduação, suas atividades devem abranger as áreas afins do curso

no qual ela pertence, ela não deverá ter nenhuma ligação partidária, assim como é previsto em seu estatuto e no regimento interno da instituição. Os estudantes que tiverem interesse deverão estar matriculados no curso e a instituição na qual a empresa faz parte e passarão por alguns procedimentos e processos seletivos previamente estabelecidos no estatuto de da Ej em questão.

Dessa forma, considera-se que uma Empresa Junior (Ej) é uma associação civil formada por estudantes, uma entidade organizada nos termos da Lei Nº 13.267, de acordo com seu artigo 2º, matriculados em cursos de graduação de instituições de ensino superior, tendo seu reconhecimento tanto da universidade, da comunidade acadêmica, como perante o cartório, com CNPJ e a sociedade em geral, nisso trabalhando em prol de um Brasil empreendedor.

Em âmbito nacional, a Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Júnior) é órgão que representa o movimento. Ela é responsável por acompanhar o desenvolvimento de cada Empresa Junior, estimulando as experiências empresariais que são possibilitadas através delas e dando credibilidade as suas ações frente a sociedade. A Brasil Junior tem como missão representar o movimento Empresa Junior e potencializá-lo como agente de formação de empreendedores comprometidos e capazes de transformar o Brasil. (Brasil Junior) A Confederação brasileira conta com os seguintes valores compartilhados entre os empresários juniores:

Figura 2 - Valores compartilhados entre os empresários juniores



Compromisso com resultados - Buscamos gerar valor para nossas partes interessadas e nos comprometemos com a superação das suas expectativas de forma perene



Sinergia - Apesar de nossa diversidade, somos unidos por visões compartilhadas e trabalhamos em cooperação, para fazer com que o conjunto de nossas forças seja maior que a soma de suas partes.



Orgulho de ser MEJ - Somos apaixonados pelo nosso trabalho e trabalhamos por um Movimento em que acreditamos. Nosso orgulho de ser júnior é o que nos faz “gigantes pela própria natureza”.



Transparência - Somos transparentes em todas as nossas ações, acertadas ou erradas. Temos plena consciência que um futuro melhor se faz com ética e compromisso com a verdade.



Postura empreendedora - Para formar empreendedores no MEJ, é necessário que sejamos empreendedores. Inconformismo, visão para oportunidades, pensamento inovador e capacidade de realização são características que nos definem. (BRASIL JÚNIOR, 2017).

Fonte: Brasil Junior (2017).

O Planejamento Estratégico da Rede do Movimento Empresa Júnior, com base na experiência empresarial, é constituído e amparado em três pilares essenciais: na elaboração de projetos e serviços eficientes, na vivência e o conhecimento através da evolução do gerenciamento das empresas e na ascensão da cultura do empreendedorismo no âmbito universitário.

O conceito de “empreendedor” adotado nessa estratégia não é o indivíduo que abre ou possui uma empresa. O conceito utilizado é: “indivíduo que, por meio de aprofundada competência em gestão e elevado senso de responsabilidade, é capaz de gerar resultados de grande impacto e abrangência na sociedade”. (Brasil Júnior - Confederação Brasileira de Empresas Juniores 2015).

Nesse sentido o Planejamento Estratégico da Rede irá traçar o caminho pelo qual os estudantes deverão trilhar para serem transformados e plenos empreendedores, capazes de transformar sua realidade, trabalhando em busca da construção de um país mais empreendedor.

Desde 2002 representando o movimento empresa Junior no estado do cearense atua a Federação das Empresas Juniores do Estado do Ceará, mais conhecida como FEJECE. Aperfeiçoando a construção da formação empreendedora de mais de 1000 empresários juniores do estado a Fejece fortalece a rede empreendedora do país a 16 anos. A Fejece age em rede com as demais federações e confederação nacional propiciando uma maior experiência prática e de mercado de trabalho para os alunos dos cursos de graduação de todo o Brasil. A federação conta com as seguintes missões, visão e valores:

Missão é “Potencializar a formação de empreendedores no Movimento Empresa Júnior cearense”. Sua visão até o final de 2018 será uma Federação de Alto Impacto, com 39 EJs federadas, sendo 22 de Alto Crescimento e 2 de Alto Impacto e seus valores são Paixão Sangue no olho, Busca por tesouros, Trabalhar como um capitão, Curtir como um pirata. (FEJECE, 2017).

A Fejece trabalha juntamente e conforme os princípios já estabelecidos pela Brasil Júnior, confederação responsável pelo Planejamento Estratégico da rede nacional das Empresas Juniores e pelo suporte às federações, como a Fejece na rede cearense. Até 2018, a rede nacional

somou: 600 empresas juniores, mais de 20 mil empresários juniores, mais de 11 mil projetos realizados e 27 federações segundo dados fornecidos pela Brasil Junior, 2016. Nesse sentido a Fejece atualmente conta com mais de 39 EJs federadas em todo o Ceará e outras empresas em processo de federação e de agregação a rede do movimento.

De acordo com Guimarães, Moreira e Baeta(2013), entre objetivos das EJs estão: proporcionar a oportunidade de aplicação prática dos conhecimentos teóricos relacionados à área de formação; desenvolver a capacidade crítica, analítica e empreendedora; intensificar o relacionamento com a instituição de ensino; facilitar o ingresso no mercado de trabalho; contribuir com a sociedade proporcionando um serviço de qualidade a preços acessíveis. Sem, no entanto, ter como objetivo a captação de lucro tanto para os integrantes quanto para a instituição de ensino.

Em 2012 segundo Silva, 2014 p.12 diz que grande parte das empresas são mais presentes nas Instituições de Ensino Superior (IES) Federais, pois de acordo com ele as IES privados não têm muito interesse em relação ao incentivo ao empreendedorismo júnior. Alega também, que a criação das empresas juniores nas universidades federais fez parte de um movimento chamado Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) que defende o desenvolvimento econômico por meio de políticas de pesquisa e o crescimento do setor empresarial.

Entretanto, dentro das universidades federais ainda é possível perceber muitas vezes resistência por parte da instituição ou até mesmo por professores em relação ao reconhecimento e criação das Empresas juniores dentro das universidades, em alguns casos motivado pela falta de conhecimento sobre o Movimento Empresa Junior (MEJ).

Desse modo, ao longo do tempo foi desenvolvidos algumas condições que garantem a uma Ej sua criação e reconhecimento perante as instituições federais, não só a LEI 13.267, DE 6-4-2016, apesar de ser bastante atual, mas existem também as resoluções internas em cada instituição. Vale ressaltar também a constituição da personalidade jurídica de cada Ej através de sua inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ).

### **3.1EMPRESAS JUNIORES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**

Entre as universidades que já possuem empresas juniores, a Universidade Federal do Ceará (UFC), criada em 16 de dezembro de 1954, e instalada em 25 de junho do ano seguinte pela LEI Nº 2.373 está entre as universidades com mais Ejs por curso de graduação. Com sede

em Fortaleza, capital do Estado do Ceará, e vinculada ao Ministério da Educação e Cultura, a primeira Ej da UFC foi a Conalimentos, do curso de Engenharia de Alimentos fundada em 1997, após ela muitas outras vieram a existência, essas são as que fazem parte dessa pesquisa como podemos observar no quadro a seguir.

Quadro 1 - Empresas Juniores da UFC

Empresa Júnior	Curso	Ano de fundação
Conalimentos	Engenharia de alimentos	1997
Consultec	Engenharia civil	1999
Tecsys	Engenharia Elétrica	1999
Proativa	Engenharia de Produção	2002
Inova	Economia, Administração, Contabilidade, Atuária e Secretariado. (FEAAC)	2003
Ambienteia	Ciências Ambientais	2010
Rastro Agencias Jr	Publicidade e Propaganda	2011
Metal Soluções Jr.	Engenharia Metalúrgica	2011
Ciclo	Engenharia ambiental	2015
Ipharma	Farmácia	2013
Ejudi	Direito	2013
Retec Jr	Engenharia de Energia Renováveis	2013
Container Digital Jr	Sistemas e Mídias Digitais	2013
Ceos	Ciência da Computação	2014
Accont	Ciências Contábeis	2015
Geomaps	Geografia	2015
GeoCapta	Geologia	2016
Mata Branca Jr	Biologia	2016
Diferencial	Engenharia Mecânica	2016
Dual	Matemática Industrial	2017

Fonte: Elaborado pela autora, com base em Fejece 2019.

A UFC, atualmente, conta com aproximadamente 25 Ejs federadas, em diversas áreas e divididas em seus campi que compõem a universidade. Dentre elas estão a Ciclo, Proativa, Ipharma, Consultec, Container Digital. Ejudi, Tecsys, Ceos, Inova, Geomaps, Accont, Conalimentos, Retec, Rastro, Diferencial, Metal Soluções, GeoCapta, Mata Branca, Dual, e a Ambienteia, Coraq, Enzotec, Agronômica, Gauss, porém as 20 primeiras aqui citadas respectivamente são as que fazem parte do objetivo dessa pesquisa.

As Ejs da UFC estão dispostas segundo as suas áreas de atuação de acordo com seus cursos, por exemplo no Centro de Tecnologias – CT estão os cursos das Engenharias e o Centro de Ciências, que se divide em departamentos e sub áreas, como por exemplo as Ciências da Natureza, Ciências Exatas e Ciências Humanas onde encontram se diversos cursos, como podemos observar no Quadro 2.

Quadro 2 - Disposição das EJ's por Áreas de atuação na UFC

ÁREAS DE ATUAÇÃO	EMPRESA JUNIOR	CURSO
Centro de Tecnologias – CT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclo</li> <li>• Proativa</li> <li>• Tecsys</li> <li>• Conalimentos</li> <li>• Retec</li> <li>• Metal Soluções</li> <li>• Consultec</li> <li>• Container Digital</li> <li>• Diferencial Jr</li> <li>• Coraq</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Engenharia Ambiental</li> <li>• Engenharia de Produção</li> <li>• Engenharia Elétrica</li> <li>• Engenharia de Alimentos</li> <li>• Engenharia de Energias Renováveis</li> <li>• Engenharia Metalúrgica</li> <li>• Engenharia Civil</li> <li>• Sistemas e Mídias</li> <li>• Engenharia Mecânica</li> <li>• Engenharia de Pesca</li> </ul>
Centro de Ciências (Exatas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Account</li> <li>• Ceos</li> <li>• Inova</li> <li>• Dual</li> <li>• Gauss</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciências Contábeis</li> <li>• Ciências da computação</li> <li>• Administração, Economia, Atuarias e etc.</li> <li>• Matemática Industrial</li> <li>• Estatística</li> </ul>
Centro de Ciências (Natureza)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geomaps</li> <li>• Mata branca</li> <li>• GeoCapta</li> <li>• Ambienteia</li> <li>• Ipharma</li> <li>• Enzotec</li> <li>• Agronômica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geografia</li> <li>• Biologia</li> <li>• Geologia</li> <li>• Ciências Ambientais</li> <li>• Farmácia</li> <li>• Zootecnia</li> <li>• Agronomia</li> </ul>
Centro de Humanas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejudi</li> <li>• Rastro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direito</li> <li>• Publicidade</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora, com base em Fejece 2019.

Uma das EJ que se destaca é a Inova. Está localizada na Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da (FEAAC), núcleo de negócio da UFC, foi fundada pela fusão de muitos cursos como Administração, Secretariado Executivo, Ciências Atuariais, Economia e Contabilidade.

Na Inova no que se refere a estrutura organizacional, eles trabalham em quatro níveis: o primeiro é o Conselho, formado por membros participantes de outras empresas que são parceiras da Inova e ex membros da Inova que já estão no mercado de trabalho; o segundo são as diretorias padrões existentes nas demais Ejs; no terceiro nível estão os gerentes de desenvolvimento, que estão atrelados as diretorias já existentes no segundo nível e no quarto tem o corpo tático que são os consultores, elencados especificamente a diretoria em projetos.

Nesse sentido, a INOVA possui torno de 40 pessoas dentre estudantes e professores, divididas em cada nível de desenvolvimento, além disso ela se destaca por ser uma das empresas que possui o maior número de membros e também a maior diversidade de cursos envolvidos. Apesar do grande número de participantes, a EJ consegue ter uma boa organização em relação a estruturação e divisão do pessoal por área, horários definidos e espaços disponível dentro da universidade para se trabalhar.

Vale ressaltar também, que a Inova é uma das poucas EJs que permanecem com a contribuição direta de ex-membros juniores dentro das suas atividades e corpo de membros efetivos. Isso que demonstra uma relação de retorno entre um ex-estudante júnior para com sua Ej que não ficou apenas como parte de sua graduação, sem contar com sua nova experiência de já estar no mercado de trabalho e ainda continuar sendo um colaborador do Movimento Empresa Junior.

No tocante a estrutura das empresas juniores da UFC, a grande maioria das 23 EJs estudadas segue um padrão de organograma para melhor organizar suas EJs e seus membros. O padrão é que seja distribuído em cinco diretorias: a Presidência e vice-presidência, diretores por áreas que seriam a Diretoria de Gestão de pessoas ou Recursos Humanos, Diretoria de Marketing ou comercial, Diretoria de Projetos e Diretoria Administrativo financeiro. Seguindo esse modelo, temos dentro de cada diretoria setores ou coordenações especificamente relacionados a área em questão, por exemplo dentro do Marketing pode ter o gerente ou coordenador, pessoa responsável por o Branding que vai tratar diretamente da marca da empresa.

Assim cada diretoria se define de acordo com suas áreas de atuação, mas sempre motivando o trabalho do todo, ou seja, para o alcance final dos objetivos de cada Ej. No que se refere às definições de responsabilidades por diretoria é feito da seguinte forma, os membros que pertencerem a Diretoria de Marketing, estarão responsáveis fazer todo a divulgação digital, design, propagandas e publicidade relacionada a empresa Junior, os que ficarem na parte do

Administrativo financeiro serão responsáveis pela captação e todo gerenciamento de recursos financeiros que entrar e sair da Ej.

Já na Gestão de pessoas, a responsabilidade é no gerir do pessoal, entrosamento, processo seletivo, a diretoria de Projetos por planejar e buscar a execução dos mesmos de acordo com as oportunidades do mercado e a Presidência é responsável por o todo no que tange representar a Ej, assembleias, fechar contratos, reuniões e além disso coordenar todas as demais diretorias. Vale lembrar, que cada cargo desse é admitido através de assembleia e sua rotatividade é feita de forma bem dinâmica e em curto tempo, para melhor organização dos trabalhos dentro das EJs e que existe outros tipos de membros nas Ejs como os seniores, os efetivos, colaboradores e etc.

Assim, dentre as Ejs estudadas foi possível perceber que as que mais se divergem do modelo padrão se referente a estrutura são as empresas juniores a GeoCapta que tem 9 indivíduos e trabalha com outras nomenclaturas e divisões como Front Office que abrange os setores de Presidência, Marketing, Projetos e comercial e BackOffice dividido em Recursos humanos e Administrativo financeiro. A empresa Inova que tem 50 membros e foi fundada em 2003 apresenta alguns novos nomes para a parte de coordenação das Ejs, além dos diretores, eles possuem os gerentes e consultores.

Algumas Ejs também trouxeram uma nova diretoria chamada de Gente e Gestão, que se deu pela fusão da vice-presidência mais diretoria administrativo financeiro e Gestão de pessoas, entre as Ejs que já utilizam essa forma está a Metal soluções, a Tecsys, e a Ceos. Dentre elas outra empresa que apresenta um diferencial é a Ej Rastro do curso de Publicidade e Propaganda, ela tem 40 membros, é composta por cinco diretorias bem diversas em detrimento do padrão da estrutura dentro das EJs, ela tem as diretorias de Atendimento, Criação, Mídia, Planejamento e Produção, segundo seus membros eles trabalham muito bem com essa organização.

## **4.METODOLOGIA**

### **4.1 Pesquisa**

A pesquisa pode ser definida como uma curiosidade que temos sobre determinado assunto. Esse interesse é influenciado de acordo com as experiências que vivemos em nossa vida e na maioria das vezes através da identificação de um problema. Para Gil (2009, p.17), “a

pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não possa ser adequadamente relacionada ao problema”.

Segundo LAKATOS (2003, p. 155), “a pesquisa, portanto, é um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais”. Dessa maneira, quando identificamos um ponto de partida para realizar uma pesquisa, ou seja, um problema ou algo que desperte o interesse do possível leitor é preciso definir objetivos e coletar dados suficientes que possam embasar tal pesquisa.

Nesta pesquisa busca-se abordar os procedimentos metodológicos usados para contemplar os objetivos gerais e específicos desenvolvidos ao longo desse trabalho. Nesse sentido, através da análise referente aos questionários aplicados, assim como documentos que fomentem sobre o Movimento Empresa Junior, sendo que a partir deles serão observadas as diversas experiências vividas pelos estudantes juniores da Universidade Federal do Ceará UFC darão forma a essa pesquisa.

Assim, é verificando as vivências de cada estudante dentro de sua Ej, disponibilizadas e organizadas a partir de uma interpretação dos dados fornecidos que chegamos à construção de fatos, esses fatos mostram uma realidade inserida dentro do contexto do âmbito universitário que está diretamente ligada ao desenvolvimento do empreendedorismo e sua aplicação na vida acadêmica dos universitários.

As entrevistas são outro elemento de colaboração nesse estudo, serão realizadas aos professores que são seniores nas empresas juniores da UFC, assim como o grupo de fomento ao empreendedorismo pertencente a universidade, para se analisar como se dá o crescimento acadêmico e empreendedor dos estudantes que participam de Ejs na visão deles assim como esse crescimento se manifesta no ambiente universitário.

No entanto, há uma necessidade de apresentar também, análises feitas por meio de estudo, através dos princípios estabelecidos como metodológicos que irão compor esta parte. Logo, em primeiro momento será explanado a definição de pesquisa, a pesquisa quanto aos seus objetivos, em seguida quanto aos seus procedimentos e a sua abordagem.

## 4.2 Quanto aos Objetivos

Para Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 61) a pesquisa descritiva é aquela que “observa, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos sem manipulá-los. Procura descobrir, com a maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e suas características.” fica esta pesquisa enquadrada como sendo descritiva quanto aos seus objetivos.

Assim, esta pesquisa é do tipo descritiva tendo por base o estudo da avaliação das empresas juniores da UFC, onde será coletado os dados e por meio deles será feito a fiel descrição do que acontece dentro da UFC em relação ao MEJ e o desenvolvimento das Ejs nessa universidade em questão. Será apontado ainda, o número preciso de Ejs existentes na UFC e como seus projetos e atividades são desenvolvidas na visão dos estudantes que pertencem a esse movimento.

## 4.3 Quanto aos Procedimentos

Quanto ao procedimento técnico da pesquisa, este trabalho apresenta a ferramenta estudo de caso da pesquisa qualitativa, onde tem por finalidade descrever a real situação das Ejs da UFC no âmbito do MEJ e do empreendedorismo no mercado e os motivos que despertaram interesse pela pesquisa. O estudo de caso é uma investigação empírica que:

- Investiga um fenômeno contemporâneo (o “caso”) em profundidade e em seu contexto de mundo real, especialmente quando.
- Os limites entre fenômeno e o contexto puderem não ser claramente evidentes.

Em outras palavras, você poderia querer usar a pesquisa de estudo de caso por desejar entender um fenômeno do mundo real e assumir que esse entendimento provavelmente englobe importantes condições pertinentes ao seu caso (por exemplo, Yin & Davis, 2017).

O método indutivo procede inversamente ao dedutivo: parte do particular e coloca a generalização como um produto posterior do trabalho de coleta de dados particulares. De acordo com o raciocínio indutivo, a generalização não deve ser buscada aprioristicamente, mas constada a parti da observação de casos concretos suficientes confirmadores dessa realidade. Constitui o método proposto pelos empiristas (Bacon, Hobbes, Locke, Hume), para os quais o conhecimento é fundamentado exclusivamente na experiência, sem levar em consideração princípios preestabelecidos. (GIL, 2010)

No que se refere a procedimentos metodológicos o presente projeto de pesquisa se fundamenta a partir de estudos bibliográficos, pesquisa documental e entrevistas. A pesquisa bibliográfica segundo Marconi, Lakatos 2003 pág. 183, ou de fontes secundárias, “abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até

meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão.

“Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferencias seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas”

[...] os dados devem consistir de entrevistas e de observações, mas também devem incluir documentos, filmes ou gravações em vídeo, e mesmo dados que tenham sido quantificados para outros fins, como dados do censo. (STRAUSS, CORBIN 2008).

Em relação à pesquisa documental, segundo Fonseca 2002 pág. 32, “trilha os mesmos caminhos da pesquisa bibliográfica, não sendo fácil por vezes distinguir, sendo que a pesquisa bibliográfica utiliza fontes construídas por material já elaborado, construído basicamente por livros e artigos científicos localizados em bibliotecas”. No entanto, para o presente projeto utilizaremos além de fontes bibliográficas, relatórios e documentos emitidos pelas confederações, federações, e Empresas juniores pertencentes ao Movimento empresa Junior - MEJ, que é fonte base dessa pesquisa.

#### **4.4 Quanto a Abordagem do Problema**

Na seguinte pesquisa pode-se dizer que, quanto à abordagem, o estudo caracteriza se como uma pesquisa qualitativa, pois, o mesmo realiza a interpretação, dos fatos relativos aos fenômenos observados em campo.

Sendo uma pesquisa qualitativa, será coletado os dados por meio de entrevistas onde segundo (MARTINS, 2008) “Trata-se de uma técnica de pesquisa para coleta de dados cujo objetivo básico é entender e compreender o significado que os entrevistados atribuem a questões e situações, em contextos que não foram estruturados anteriormente[...]” assim o método será introduzido com estudantes da UFC, representantes de cada EJ vinculada a universidade.

[...] O termo “pesquisa qualitativa” queremos dizer qualquer tipo de pesquisa que produza resultados não alcançados através de procedimentos estatísticos ou de outros meios de quantificação. Pode se referir à pesquisa sobre a vida das pessoas, experiências vividas, comportamentos, emoções e sentimentos, e também à pesquisa sobre funcionamento organizacional, movimentos sociais, fenômenos culturais e interação entre nações. [...] (STRAUSS, CORBIN 2008).

#### 4.5 Sujeitos da Pesquisa

Nesta etapa foram escolhidos os sujeitos que fariam parte da pesquisa. Logo, é importante que sejam escolhidas pessoas que estão mais, significativamente, vinculados ao problema a ser investigado. Deste modo, delimitou-se que fossem entrevistados indivíduos que fossem integrantes das Empresa Juniores da Universidade Federal do Ceará, sendo eles de Ejs que já são federadas a Fejece, pois esta tem em maior intensidade uma relação direta com o MEJ de forma registrada pela entidade federativa.

O público docente, por serem os agentes que testemunham e orientam de perto o potencial empreendedor dos estudantes universitários que fazem parte de Ejs, pois eles como tutores das Ejs, também são instrumentos de propagação do MEJ dentro da própria instituição, além de serem eles os professores que verão o encontro da teoria dada por eles na pratica por seus discentes.

Assim como a escolha da Fejece, por ser um órgão de grande instancia representativa do empreendedorismo e do Movimento no Ceará. Segundo a Fejece (2018) “desde 2002 venho representando e fortalecendo o movimento empresa júnior cearense, potencializando a formação empreendedora dos mais de 1000 empresários juniores do estado e interligando os diversos agentes do ecossistema empreendedor”, ou seja, a 17 anos atuando no mercado.

Amante do empreendedorismo e da colaboração, atuo em rede com as demais federações e confederação nacional proporcionando uma maior vivência prática e de mercado para os alunos dos cursos de graduação do Brasil. Somos guiados pela Brasil Júnior, confederação responsável pelo Planejamento Estratégico da rede nacional das Empresas Juniores e pelo suporte às federações, como a Fejece. Estamos presentes NO BRASIL TODO e, até 2018, a rede nacional somou: mais de 600 Ejs, 20 mil Empresários Juniores, 11 mil projetos realizados e 27 federações. (FEJECE, 2018)

Depois de delimitado o público-alvo para a pesquisa, buscou-se em contato com representantes da FEJECE identificar o número de empresas juniores federadas que estavam situadas na UFC. Após essa pesquisa, verificou que existiam 23 Ejs federadas, ao longo da pesquisa esse número só veio a crescer. Ao entrar em contato com um representante de cada Ej 20 retornaram informando a quantidade de membros que havia em sua Ej, constatou se o número de 247 na população da amostra baseado nisso, realizou-se um cálculo amostral que representasse esse universo.

As amostragens podem ser probabilísticas e não probabilísticas. A amostragem probabilística implica um sorteio com regras bem determinadas, cuja realização só será possível se a população for finita e totalmente acessível. O uso da amostragem probabilística é a mais recomendada, pois garante a representatividade da amostra, (NETO 2002, p.38)

O cálculo amostral foi realizado em programa de Excel, conforme demonstrado na Figura 3:

Figura 3 - Cálculo Amostral

TÉCNICAS DE AMOSTRAGEM	
FÓRMULA	
$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$	
<b>1) Onde:</b>	<b>Valor</b>
2) Z = Nível de Confiança	80%
3) P = Quantidade de Acerto esperado (%)	60%
4) Q = Quantidade de Erro esperado (%)	40%
5) N = População Total	247
6) e = Nível de Precisão (%)	5%
<b>Tamanho da amostra (n) = 96</b>	
"P" e "Q" são complementares = 100%	
"e" pode variar de 3% a 10%. Normalmente se usa 5%.	

Fonte: Elaborado pela autora, 2019

A partir deste cálculo com base no número de estudantes por empresa, foi aplicado um questionário semiestruturado a 96 Empresários Juniores que se dispuseram a responder a pesquisa, assim como 20 Ejs. Desse total de, 17 dos entrevistados pertencem a Ej de Engenharia de Alimentos, esse foi o maior número de estudantes por Empresa Junior que corresponde a 16,32% dos respondentes, enquanto a menor foi de 1 resposta por Ej, o que corresponde a apenas a 0,96% dos respondentes daquela determinada empresa. Os demais respondentes estão dispostos mais adiante na tabela 3 com o devido número de respostas por empresa.

Com o intuito de que os entrevistados fossem escolhidos de forma aleatória, tomando com o cuidado para que não ocorresse resultado faccioso o questionário foi disponibilizado para todos os representantes de Ejs no mesmo dia e horário por meio eletrônico, via envio do link do questionário elaborado no Google docs.® por e-mail e ferramentas de mídias sociais como WhatsApp® e –mail. Dessa forma, só dependia da disponibilidade deles de forma voluntaria para responder ou não o questionário, visto que todos tinham acesso.

#### 4.6 Procedimentos de Coleta De Dados

A elaboração dessa pesquisa em relação a coleta de dados procedeu-se da seguinte forma:

O estudo teve início no mês de janeiro do ano de 2019 com previsão de término em fevereiro do ano de 2020, o qual se busca fontes bibliográficas, bem como dados ligados ao assunto. Também houve a procura de registros e documentos do próprio movimento e empresas juniores, assim como o contato direto com os representantes da Federação do Ceará, Fejece, onde eles disponibilizaram os contatos dos 23 representantes de cada empresa da UFC federada, a fim de que fossem interpretadas informações fornecidas segundo o que se pretende a pesquisa.

Em seguida, houve o desenvolvimento de um questionário com perguntas semiestruturadas elaboradas com a intenção de atender os objetivos gerais e específicos desse trabalho, para isso levando-se em consideração uma amostra com base no número de Ejs e juniores da UFC. Esse questionário foi fornecido a cada um dos representantes de cada Ej da UFC, e cada um deles se responsabilizou de compartilhar com os membros de suas Ejs. Foi considerada também a aplicação de entrevistas aos professores seniores de cada Ej, pessoas essas incumbidas de repassar informações importantes em relação a esse tema, já que acompanham de perto o desenvolvimento dos estudantes que participam do MEJ.

Nesse sentido, dos questionários aplicados aos discentes, empresários juniores, foram distribuídos cerca de 247 questionários para 23 Ejs diferentes, sendo eles via rede social E-mail e WhatsApp, desses obtivemos 102 respostas, 20 Ejs responderam, 6 foram descartados e 96 questionários foram aproveitados nessa pesquisa. Em relação aos questionários para docentes foram distribuídos apenas 3 e tivemos retorno de 1 resposta, na qual essa foi aproveitada nessa pesquisa.

Portanto, durante o processo de coleta de dados, verificou-se que há poucos documentos específicos relacionados à temática, porém fazendo um elo da análise desses documentos com as experiências analisadas por meio das vivências dos estudantes possibilitará uma ênfase maior na temática. E a partir disso será possível atingir a eficiência em relação aos resultados trabalhados.

## **5. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

O presente estudo tem o objetivo geral identificar as empresas juniores da Universidade Federal do Ceará como instrumentos de fomento à intenção empreendedora dos discentes. Assim, nesta seção são analisados os resultados encontrados discutindo-os de acordo com a base teórica e análise de conteúdo de acordo com os objetivos geral e específicos da pesquisa.

A pesquisa foi realizada por meio de um questionário virtual, disponibilizado em um link através de um formulário da web, elaborado a partir do Google Forms um aplicativo do Google. Após isso, o formulário foi disponibilizado através de compartilhamento via e-mail e WhatsApp e encaminhado para os empresários juniores e suas respectivas Ejs da UFC. A coleta e dados ocorreu durante os meses de maio e agosto de 2019, contemplando 102 respostas, 96 delas foram utilizadas para a pesquisa, 20 Empresas Juniores responderam, esse retorno obtido por meio dos discentes.

Nesse sentido, também foi encaminhado um outro questionário produzido pela autora e seu orientador, foi encaminhado para alguns discentes tutores de Ejs da UFC, desses foi alcançado apenas uma resposta por parte dos tutores júnior, esses questionários serviram como instrumento que conduziu toda a pesquisa.

Para a coleta de dados utilizou se nessa pesquisa, estudo de caso de pesquisa qualitativa, que tem por finalidade descrever a real situação das Ejs da UFC no âmbito do MEJ, bem como utilizou de questionários com 10 questões fechadas e a maioria abertas, buscando obter informações mais abrangentes sobre o assunto, tal como método de pesquisa bibliográfico através de documentos referente ao MEJ, da mesma forma questões elaboradas de acordo o propósito de atender os objetivos específicos.

### 5.1 O perfil dos entrevistados

Foram obtidas respostas de 96 questionários válidos cujos respondentes são estudantes da Universidade Federal do Ceará. Inicialmente, A princípio para definir o perfil dos entrevistados foram disponibilizados 3 campos para a resposta curso, nome da Empresa Junior e sexo, os dados estão expostos na tabela abaixo:

Tabela 2 - Perfil dos Entrevistados

<b>Sexo</b>	<b>Categoria</b>
62,5 % masculino	Discentes
37,5% feminino	Discentes
100% masculino	Docente

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Conforme os dados da Tabela 2, todos os discentes se identificaram, dos que se identificaram, 62,5 % são do sexo masculino e 37,5% do sexo feminino. Quanto a quantidade de Ejs, 96 retornos em 20 Ejs, a Conalimentos aparece 17 vezes, ou seja, na maioria dos respondentes, bem como o curso de Engenharia que também se destaca dos demais nas respostas. Quanto ao retorno dos docentes, apenas 1 dos 3 deu seu feedback, era do sexo masculino e professor tutor da Ej Conalimentos.

Das Empresas Juniores, 23 receberam o questionário, no entanto 20 foram as que retornaram, dessas algumas se destacaram com o maior número de respondentes ou com um bom número de representatividade, como a Conalimentos, já mencionada anteriormente com 17 respostas por parte dos Empresários Juniores, após ela vem a Inova com 15 e a Metal soluções Jr com 12 respostas. Dessa maneira, essas Ejs demonstraram grande aproveitamento e disponibilidade quanto a contemplação dos objetivos do questionário e consequentemente dessa pesquisa. As demais Ejs tiveram um retorno menor de respondentes, o menor número de resposta por Ej foi de 1, como é possível observar na Tabela 4 a seguir:

Tabela 3 - Quantidade de respondentes por Empresa Junior da UFC

<b>Quantidade de respostas</b>	<b>Empresa Junior</b>	<b>Curso</b>
1	Rastro	Publicidade
1	Diferencial	Engenharia mecânica
1	Ceos	Ciência da Computação
1	Ejudi	Direito
1	Ciclo	Engenharia ambiental
1	Ipharma	Farmácia
2	Container Digital	Sistemas e Mídias Digitais
2	Ambienteia	Ciências Ambientais
4	Consultec	Engenharia Civil
3	Mata Branca Jr	Ciências Biológicas
4	Dual Jr	Matemática Industrial
4	Tecsys	Engenharia Elétrica
4	Accont	Ciências Contábeis
5	Geomaps Consultoria	Geografia
4	Proativa	Engenharia de produção mecânica
6	GeoCapta	Geologia
8	Retec Jr	Engenharia de Energia Renováveis
12	Metal Soluções Jr	Engenharia Metalúrgica
15	Inova	Ciências econômicas, Ciências Atuariais Administração
17	Conalimentos	Engenharia de Alimentos

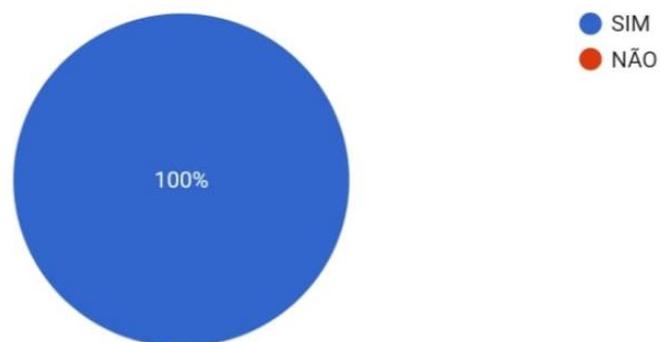
Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

O questionário foi a ferramenta metodológica que norteou a segunda parte da pesquisa, a primeira foi a partir de análise bibliográfica sobre o assunto. Sua elaboração visou identificar o MEJ como instrumento de potencial empreendedor na vida de estudantes universitários, assim como sua relação a partir de experiências como empresários juniores dentro da Universidade Federal do Ceará, bem como a relação professor tutor e estudante júnior.

## **5.2 Conhecimento dos Empresários Juniores sobre a quantidade de Ejs existentes na UFC.**

A primeira questão trata de uma análise a respeito do conhecimento por parte dos estudantes que fazem parte das Empresas Juniores da UFC, sobre a representatividade do Movimento Empresa Junior em número de Ejs presentes na instituição, bem como se dá a interação das Ejs entre si, sendo elas pertencentes ao mesmo estabelecimento de ensino. Em relação a isso foi perguntado: “O Movimento Empresa Junior está presente em diversas universidades, na UFC por exemplo conta atualmente com 23 Ejs. Além da EJ que você faz parte você conhece outras que pertencem a UFC?”

Gráfico 1 - Conhecimento dos Empresários Juniores sobre a quantidade de Ejs existentes na UFC



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

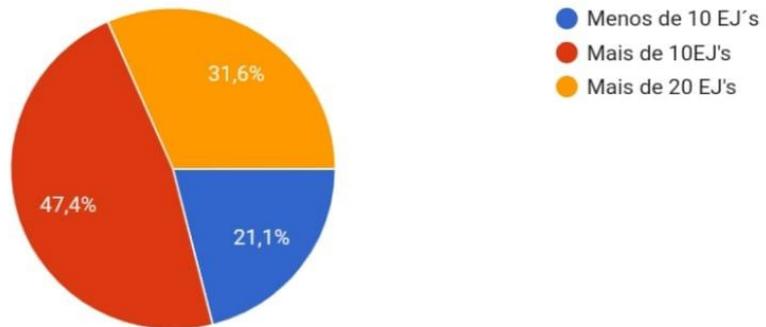
De acordo com o Gráfico 1, todos os entrevistados, ou seja 100%, afirmam ter o conhecimento de que existem outras Empresas Juniores além da sua dentro da UFC, ou seja nenhum dos respondentes demonstrou desconhecimento sobre a representatividade do MEJ na sua Universidade. Esse número já era esperado, uma vez que por meio da FEJECE a UFC é bem representada no que se refere a Ejs que fazem parte da federação, tendo 23 Ejs que já se encontram federadas, isso sendo registrado no período em que foi feita essa pesquisa, sendo esse fator de extrema visibilidade e potencial de crescimento ser uma Ej reconhecida e acompanhada por uma federação que representa o MEJ em todo o Ceará.

### **5.3 Conhecimento em número por parte dos Empresários Juniores sobre a quantidade de Ejs que eles conhecem na UFC.**

A segunda questão do questionário complementa a primeira pois refere se ao conhecimento dos universitários juniores sobre o número de Ejs que eles conhecem que são da

Universidade Federal do Ceará, ou seja, além da sua, só que agora representado por um número específico. Acerca disso perguntou –se: “Se a resposta anterior for afirmativa, você conhece menos de 10 Ejs, mais de 10 ou mais de 20?”

Gráfico 2 - Conhecimento em número por parte dos Empresários Juniores sobre a quantidade de Ejs que eles conhecem na UFC



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

O Gráfico 2 demonstra que, a maioria, representada por 47,4% dos entrevistados, alega conhecer mais de 10 Ejs além da sua na Universidade Federal do Ceara, nesse sentido não muito distante dessa percentagem com 31,6 % dos entrevistados afirma conhecer mais de 20 Ejs, que é um bom resultado uma vez que existe mais de 20 Empresas Juniores na UFC. A minoria no que lhe concerne, apontou com 21,1% dos entrevistados que conhece menos de 10 Ejs da sua instituição.

A este respeito, os dados obtidos foram inesperados pois se projetava, até mesmo com base no gráfico 1, que a maioria dos entrevistados conhecessem o maior número possível de Ejs dentro da UFC, ou seja que conhecessem mais de 20 empresas, no entanto foi apresentado como maior número destacado pela maioria foi de 10 Ejs. Dessa forma, percebe se que o MEJ, apesar de muito presente na Universidade Federal do Ceará, carece de visibilidade por parte dos próprios empresários juniores no tocante a interação e comunicação entre as Ejs.

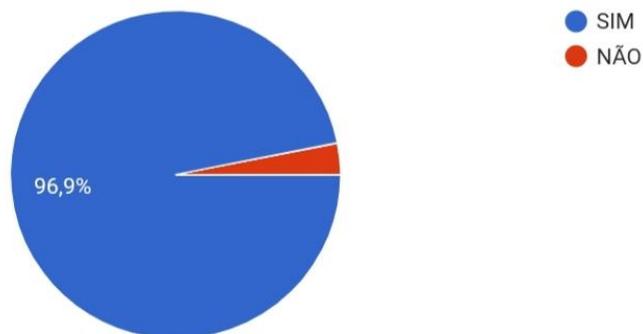
#### **5.4 Análise dos entrevistados quanto à aproximação do mercado de trabalho após se tornar um Empresário Junior.**

A terceira pergunta foi sobre a opinião dos Empresários Juniores em relação ao um dos principais objetivos do MEJ enquanto um movimento empreendedor, a aproximação do estudante com a prática na sua área de atuação, estando ele ainda na graduação.

Para LIMA, Edmilson et al (2015, p. 425) as características particulares de cada indivíduo, assim como suas competências para se tornar um empreendedor podem ser desenvolvidas, estimuladas ou fortalecidas com a educação. Dessa forma, se as universidades proporcionarem a Educação em Empreendedorismo nas universidades e possibilitarem o potencial empreendedor dos estudantes, podem assim segundo Galloway (2005) promover o desenvolvimento de consciência e interesse propícios ao empreendedorismo e à exploração de formas alternativas de trabalho.

Nesse sentido, foi perguntado: “Você sabe que um dos objetivos das Empresas juniores é a busca pelo aprendizado do universitário na sua área de atuação, assim como, o aproximar dele no mercado de trabalho. Nesse sentido, para você participar de uma EJ te trouxe outra visão em relação ao mercado de trabalho?”

Gráfico 3 - Análise dos entrevistados quanto à aproximação do mercado de trabalho após se tornar um Empresário Junior



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Conforme o Gráfico 3, a grande maioria dos entrevistados, ou seja, quase unanimidade representado por 96,9%, afirmam que ser participante ativo no MEJ propiciou uma nova visão aos empresários juniores no que diz respeito ao mercado de trabalho. A minoria, com apenas 3,1% de respostas diz que não percebeu essa aproximação de uma nova visão do mercado após fazer parte de uma EJ.

Concernente a análise desses dados, o retorno obtido já era esperado, pois de acordo com um dos principais objetivos do Movimento Empresa Junior é possibilitar que o estudante saia da acomodação e conformidade apenas com a teoria sobre suas disciplinas e áreas de atuação e passe a realmente colocar em prática o que aprende em sala de aula, fora dela, isso totalmente amparado por sua Ej através de aplicação de conhecimentos e elaboração de projetos diretamente dentro do mercado de trabalho.

Dessa maneira, o resultado oferecido por esses dados, de acordo com o gráfico 3 acima, pode se concluir que um dos principais objetivos do MEJ está sendo alcançado e percebido pela maioria dos empresários juniores que compõem o movimento. No entanto, mesmo que em pequena minoria ainda deixa a desejar referente a esse assunto, visto que não foi possível atingir 100% do esperado desta questão no questionário aplicado, o que demonstra ainda falta de conhecimento de alguns membros sobre os propósitos fundamentais das Ejs.

Ainda sobre a questão 3, foi adicionado um item 3.1 que complementa a mesma, foi disposto uma afirmação sobre a relação direta do estudante que se torna um Empresário Junior com o mercado de trabalho, se os entrevistados sentiam essa mudança em relação com a mudança de visão sobre o mercado e como se dava isso. Dessa maneira, foi questionado de forma aberta: “Se sim, descreva sucintamente como isso se aplica”.

De acordo com as respostas dadas pelos entrevistados sobre como se aplica a relação ser Empresário Junior e sua aproximação com o mercado de trabalho, foram obtidas um total de 77 respostas, dentre as quais foram selecionadas apenas 6 que explicam sucintamente como se dá essa correlação do MEJ e mercado segundo opinião dos entrevistados. A respeito da resposta de alguns entrevistados tivemos:

Entrevistado 1 – “ *Na geografia é difícil ver o empreendedorismo como opção, e só o fato de essa visão ter sido expandida já é algo monstruoso*”.

Entrevistado 2 – “*Em sala de aula, vimos apenas aspectos teóricos sobre a nossa carta de serviços. A partir do momento em que visitamos empresas do nosso ramo de atendimento, podemos ter uma mais ampla visão do que, como e onde se aplicar tudo em relação a nosso aprendizado, dando assim uma grande experiência e maior entendimento durante nossa carreira acadêmica*”.

Entrevistado 3– *“Sim, me mostrou que o mercado de trabalho para o meu curso é muito mais amplo do que eu imaginava. Mostrou também que mercado busca os profissionais com mais habilidades e experiência, algo que a faculdade não trabalha.”*

Entrevistado 4– *“A EJ me proporcionou uma visão mais prática da atuação no mercado, principalmente pela forma como ela gera autonomia nos seus membros, aliada a capacitações em assuntos de espectros diversos. O curso de Direito é muito limitado e teórico. Uma empresa júnior amplia a ótica por lidar com vivência real”.*

Entrevistado 5– *“Antes eu via muito uma questão bem direta de trabalhar puramente pra ganhar dinheiro e percebi que não é só isso e que é preciso trabalhar por algo que você acredite, além disso aprendi muito sobre cultura organizacional e como isso afeta as organizações e isso se tornou um fator fundamental para eu escolher onde quero trabalhar.*

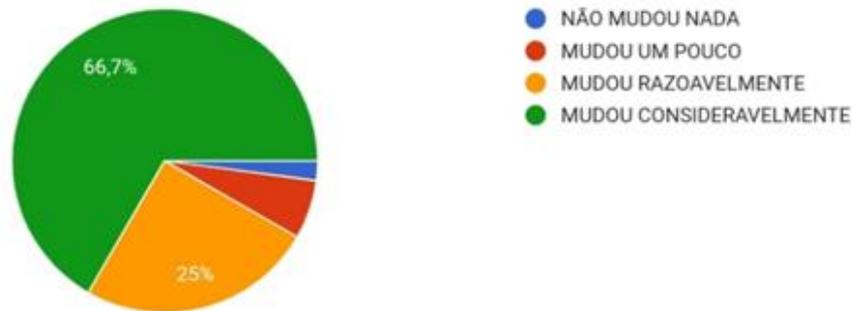
Entrevistado 6– *“Antes eu pensava apenas em ser professora, mas quando comecei a trabalhar na EJ eu percebi o grande leque de oportunidades que existem no mercado de trabalho, além de conhecer pessoas que adquiriram um emprego, na qual a oportunidade foi cedida porque a pessoa era da EJ.*

As respostas dos entrevistados estão conforme o que diz a literatura que rege os princípios básico do Movimento Empresa Junior. De forma resumida, cada um expôs seu próprio pensamento a respeito da relação na mudança de visão percebida através de experiências vivenciadas por eles e as consequências da sua inserção no mercado de trabalho, que é de forma geral afirmada por eles como uma relação muito positiva, apontada principalmente pela nova forma do estudante se encontrar dentro do seu curso, sua área de atuação mais ampla e real para ele, como também se ver e ter a capacidade de ser um grande potencial profissional empreendedor atuante em seu futuro trabalho.

### **5.5 Análise dos entrevistados quanto à visão e apreço por seu curso após tornar se um Empresário Junior.**

A quarta pergunta do questionário refere se a uma análise sobre um novo ponto de vista em relação à estima por seu curso na graduação provocada nos estudantes universitários a partir do seu ingresso em uma Ej. Assim, a perguntou se o seguinte: “Após seu ingresso em uma EJ, sua visão e apreço por seu curso e área de atuação mudou? Mudou nada, mudou pouco, mudou razoavelmente, mudou consideravelmente?”

Gráfico 4 - Análise dos entrevistados quanto visão e apreço por seu curso após tornar se um Empresário Junior



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

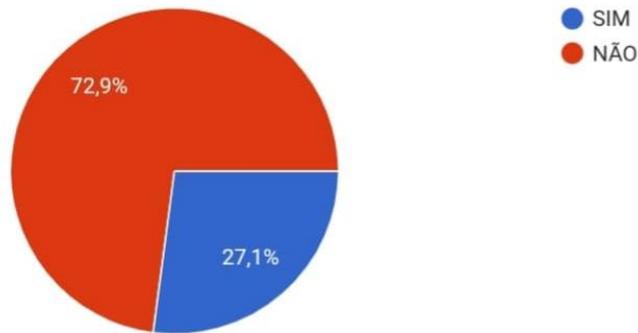
Segundo o Gráfico 4, a maioria dos entrevistados, evidenciado por 66,7% dos respondentes, declara que seu apreço pelo curso de graduação, no qual faz parte sua Ej, mudou consideravelmente. Por outro lado, uma minoria de 25% dos respondentes diz que mudou razoavelmente, 6,3% mudou pouco e 2,1% não mudou nada.

Contudo, é possível perceber que esses dados de 66,7% e 25% apontam para 91,7 % dos respondentes que responderam Mudou consideravelmente e Mudou razoavelmente respectivamente, ou seja, a junção dos dois aponta para quase 100% dos entrevistados que já conseguem observar alguma mudança provocada pela sua participação em uma EJ, mudança essa que vai motivar a permanência e crescimento do estudante dentro do seu curso por meio da sua construção como Empresário Junior.

### **5.6 A intenção dos entrevistados de continuar sendo Empresário Junior até o fim da sua graduação.**

A quinta pergunta do questionário diz respeito ao desejo por parte dos respondentes de permanecer sendo um membro da sua Ej até o fim do seu curso de graduação na UFC. A cerca disso, perguntou se: “Você pretende continuar a ser um membro Ej até o fim da sua graduação?”

Gráfico 5 - A intenção dos entrevistados de continuar sendo Empresário Junior até o fim da sua graduação



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Os dados obtidos no Gráfico 5 revelam que a maioria dos entrevistados representado por 72,9% responderam que não possuem interesse de continuar até o fim do curso em sua Ej que faz parte atualmente. Enquanto apenas 27,1%, ou seja, uma minoria diz que quer permanecer ativo como Empresário Junior até concluir seu curso na Universidade Federal do Ceará.

Dessa forma, é importante destacar que esse resultado foi inesperado para essa pesquisa, uma vez que por mais que seja um desafio conciliar a vida acadêmica em relação a disponibilidade de tempo para a grade curricular e a Ej, segundo dados já apresentados aqui, na questão 3.1 especificamente constava por parte da maioria dos entrevistados a aproximação deles com o mercado de trabalho, a visibilidade que os empresários Juniores ganham por fazer parte do MEJ, o diferencial competitivo que eles levam para o mercado dessa vivencia empresarial, assim como as vantagens que pode lhe trazer.

Segundo Moretto Neto et al. (2004) a teoria deve caminhar junto com a prática, interagindo uma com a outra, de forma positiva e dinâmica, enfatizando um estreitamento nas relações Universidade-Empresa, uma explorando o potencial da outra, resultando em vantagens recíprocas e propiciando a formação de profissionais mais bem capacitados e qualificados. Essas relações são complementares, uma vez que, o ensino da teoria se dá na escola, e as ações práticas ocorrem nas empresas ou nas organizações em geral.

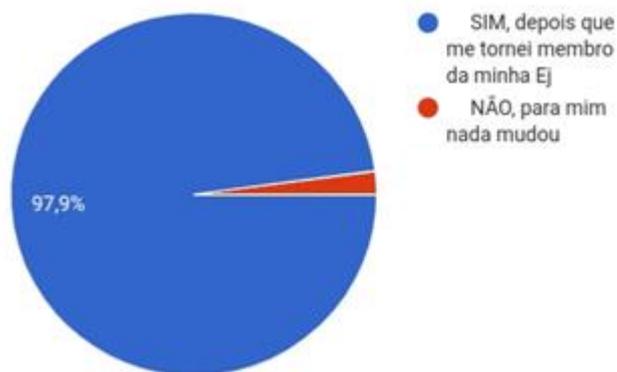
Logo, boa parte da vivencia empresarial proporcionada pelo MEJ se aperfeiçoa com maior intensidade quando os estudantes passam muito tempo na EJ e se destacam. Assim, eles podem ser reconhecidos na sua área de atuação, por empresas, como ótimos Empresários Juniores, isso lhe possibilitará uma entrada no mercado de trabalho e na maioria das vezes

acontece quando o universitário está quase no fim do seu curso, mas continua atuante em sua Ej, contudo, o que os dados apontam nessa questão é que a maioria dos entrevistados não entendem assim.

### **5.7 Análise dos entrevistados sobre a afirmação da Brasil Junior sobre o MEJ e sua influência na construção de um Brasil Empreendedor.**

O sexto questionamento trata de uma análise a respeito da seguinte afirmação da Brasil Junior (2017): “O movimento Empresa Junior é um dos fatores que contribuem significativamente com a construção de um Brasil empreendedor segundo Brasil Junior, 2017 e inclusive é um dos lemas da Federação das Empresas Juniores do Ceará (FEJECE)”. Dessa maneira, foi perguntado: “Para você isso é uma verdade? De que forma se aplica. Sim, quando me tornei membro da Ej ou Não, para mim nada mudou”.

Gráfico 6 - Análise dos entrevistados sobre a afirmação da Brasil Junior sobre o MEJ e sua influência na construção de um Brasil Empreendedor



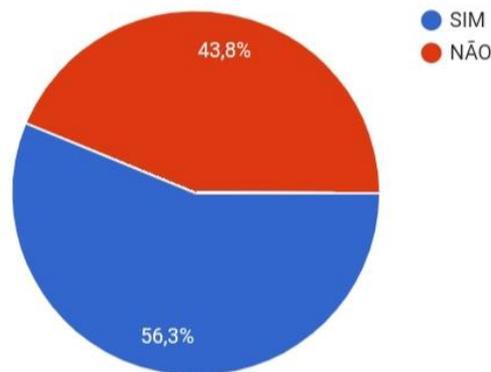
Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

A análise dos dados do Gráfico 6 demonstra que 97,9% dos respondentes concordam com a afirmação da Brasil Junior, ou seja, quase todos os respondentes. Por outro lado, apenas 2,1% afirma não concordar com a afirmação. Dessa forma, vale ressaltar que tais dados indicam que um dos pilares fundamentais da Brasil Junior, bem como da FEJECE está sendo muito bem preservado pelos Empresários Juniores que compõem o MEJ, uma vez que eles entendem que fazer parte desse movimento é parte de um todo bem maior, é a construção de um Ceará empreendedor, e conseqüentemente um Brasil bem mais empreendedor.

### 5.8 Análise sobre a participação dos Empresários Juniores na elaboração de um projeto em sua EJ.

O sétimo questionamento diz respeito à participação dos entrevistados na elaboração de algum projeto que tenha causado impacto social na vida de pessoas, afinal, as Ejs têm como principal objetivo desenvolver projetos capazes de transformar realidades. Nesse sentido, foi disposto a seguinte questão: “As Empresas juniores trabalham com atividades sem fins lucrativos, porem desenvolvem projetos que podem causar impactos sociais. Você já participou ativamente da construção de um desses projetos?”

Gráfico 7 - Análise sobre a participação dos Empresários Juniores na elaboração de um projeto em sua EJ



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

De acordo com o Gráfico 7, a maioria dos respondentes afirmaram que sim, já participaram da construção de um projeto que teve impacto social, demonstrado por 56,3% das respostas dos entrevistados. Porém, 43% dos respondentes afirmaram não terem participado ainda da elaboração de um projeto. Dessa maneira, pode se perceber que apenas pouco mais da metade dos Empresários Juniores que foram entrevistados já participaram ativamente de um projeto desse cunho, tornando esses dados inesperados, uma vez que isso faz parte do principal objetivo das Ejs, impactar positivamente pessoas através de projetos.

Em complemento a pergunta de número 7, pesquisou-se no item 7.1, que vem elaborada de forma aberta para facilitar o retorno mais próximo da realidade vivenciada pelos próprios Empresários Juniores em suas Ejs. Assim, foi perguntado em conformidade com a questão 7: “Caso afirmativo, poderia citar os projetos mais relevantes?”

Conforme as respostas dadas pelos entrevistados sobre a sua participação em um projeto que teve impacto social, foi atingido um total de 41 respostas, dentre as quais foram selecionadas apenas 10 que explicam como se dá essa relação dos Empresários Juniores nas suas Ejs e os projetos desenvolvidos por eles que foram mais relevantes para a sociedade segundo as suas experiências. A respeito da resposta de alguns entrevistados tivemos:

Entrevistado 9– *“Fiz um teste de absorção e topografia para a construção de um grande prédio, e fiz inúmeras análises químicas de águas que indicaram muitas questões de contaminação das nossas águas”.*

Entrevistado 10– *“Campanha de doação de livros, projeto onde criamos um programa de distribuição de cargas de produtos para uma grande empresa do setor metalmeccânico cearense etc.”.*

Entrevistado 11 – *“Projetos de energia solar, para uso residencial e projetos de eficiência energética, em lojas e restaurantes”.*

Entrevistado 12 – *“Trabalhamos com abertura de ONGs de impacto social, com a regularização de empresas que geram renda e empregos, com assessoria para outras EJs que impactam a sociedade, com organização documental de escolas que contribuem para a formação intelectual de jovens e crianças, com o registro de marcas e a proteção da identidade visual do sonho de várias pessoas, com a garantia jurídica durante a elaboração de um aplicativo que facilita o descarte sustentável de lixo em Fortaleza, etc.”.*

Entrevistado 13 – *“Devido atual situação da minha EJ, foram poucas participações, porém a que mais me marcou foi o primeiro contrato que eu fechei e ajudar a impactar a vida de um senhor aposentado que queria economizar na sua conta de energia”.*

Entrevistado 14 – *“Projeto de proteção e combate ao incêndio de prédios antigos e que até então estavam expostos a esse risco”.*

Entrevistado 15– *“Aumento do prazo de validade de brownies, desenvolvimento de novos produtos pro mercado alimentício e pra clientes que estavam abrindo um negócio”.*

Entrevistado 16 – *“Um case da Accont é uma centro de reforço escolar que estava quase fechando devido as altas despesas com a manutenção do local e com a baixa procura de alunos, e devido a uma consultoria financeira prestada pela Accont conseguimos alavancar os resultados da empresa e alinhado a isso tirar dos donos a preocupação com a gestão financeira*

*e focar no estratégico da empresa. Hoje o centro de reforço escolar já conseguiu superar em julho todo o faturamento do ano de 2019, e dessa forma conseguimos impactar diretamente a educação de crianças que atualmente frequentam a escola”.*

Entrevistado 18 – *“Atualmente estamos organizando eventos de doação para instituições de caridade”.*

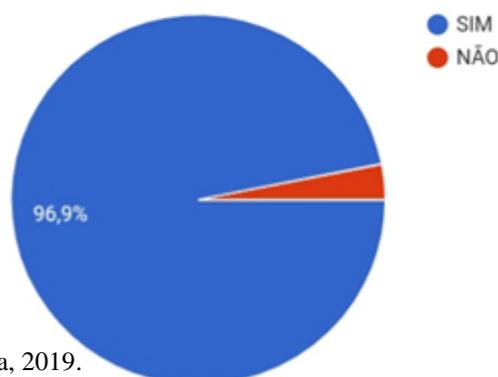
Entrevistado 19 – *“No semestre passado participei de um trabalho que organizamos um planejamento de marketing para uma clínica para crianças com os aspectos do autismo”.*

As respostas dos entrevistados atendem o esperado no que concerne as Ejs estarem realmente causando impacto social onde atua, isso é evidenciado com os projetos citados através das repostas dos empresários juniores, no qual eles de forma sucinta trouxeram sua participação no que diz respeito aos projetos mais relevantes de sua Empresa Junior. De forma geral, a maioria das respostas alcançadas dessa questão aponta de forma positiva ao bom trabalho que algumas Ejs têm desenvolvido de acordo de como suas áreas de atuação as permite.

### **5.9 Análise de ganhos na vida acadêmica e profissional dos Empresários Juniores.**

O oitavo questionamento foi sobre a agregação de vantagens ou não na vida dos estudantes que são integrantes de uma Ej no que se refere as áreas na vida profissional e acadêmica de suas vidas. Em conformidade com isso, foi colocado em questão a seguinte pergunta: “Na sua visão, se tornar um Empresário Junior agregou ganhos na sua vida acadêmica e profissional?”

Gráfico 8 - Análise de ganhos na vida acadêmica e profissional dos Empresários Juniores



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Com base nos dados do Gráfico 8, a maioria representada por 96,9% dos respondentes afirma que ao participar de uma Ej lhe proporcionou muitos ganhos em sua vida tanto acadêmica quanto profissional. Já a minoria, representada por 3,1% das respostas dos entrevistados, diz que não percebe tais ganhos. Ou seja, quase 100% das respostas reafirmam

que as Ejs estão contribuindo positivamente na vida de seus membros, o que para o MEJ é possível destacar que esses dados apontam resultados muito bons.

Na segunda parte da questão 8, que surge como complemento o item 8.1 vem indagar para quais seriam esses ganhos e vantagens possibilitados aos Empresários Juniores enquanto membros de Ejs na UFC, nas áreas acadêmica e profissional. Foi questionado: “Se sim, quais?”

Nesse sentido, de acordo com as respostas dadas pelos entrevistados sobre a sua percepção no que se refere à agregação de ganhos percebidos pelos Empresários Juniores em suas vidas. Foi alcançado um total de 79 respostas, dentre as quais foram selecionadas apenas 4 que explicam de maneira sucinta o objetivo dessa questão. A respeito da resposta de alguns entrevistados tivemos:

Entrevistado 20 – *“Em relação a acadêmico: fazer projetos que não teria oportunidade de fazer no curso. Em relação ao profissional: me desenvolver profissionalmente (comunicação, trabalho em equipe, maturidade)”*.

Entrevistado 21 – *“Conhecimento pessoal, desenvolvimento de soft skills e hard skills, aumento de responsabilidade, senso de inovação, liderança e etc.”*.

Entrevistado 22 – *“Desenvolvi liderança, inconformismo, sede por fazer a diferença, proatividade, espírito empreendedor”*.

Entrevistado 23 – *“Muito aprendizado e experiência em relação a trabalho em equipe, gestão de pessoas, experiência em processos de projetos, relacionamento com cliente e preço do meu trabalho e isso é espelhado na vida acadêmica”*.

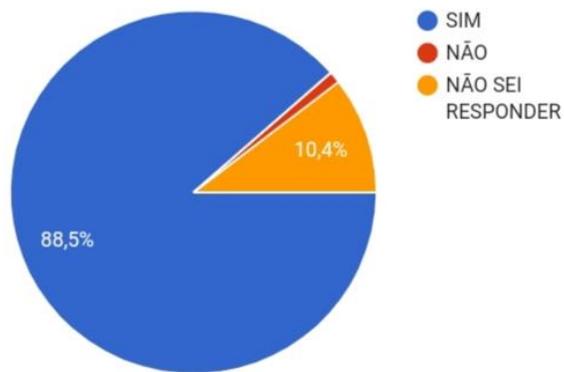
As respostas dos entrevistados atendem ao esperado no que se refere aos ganhos de habilidade e competências proporcionadas pelo MEJ na vida acadêmica e profissional dos Empresários Juniores da UFC. Com isso, é demonstrado por meio das competências e vantagens mencionados de forma clara e sucinta pelos entrevistados. De forma ampla, a maioria das respostas alcançadas dessa questão aponta de forma estupenda a percepção dos respondentes no que se refere aos ganhos que o Movimento Empresa Junior tem assegurado a seus membros.

#### **5.10 Análise dos entrevistados sobre sua percepção enquanto Empresário Junior em relação ao incentivo do empreendedorismo no mercado.**

O nono questionamento está relacionado à percepção dos estudantes que fazem parte de uma Ej na Universidade Federal do Ceará, tal como se dá sua participação como forma de

incentivo ao empreendedorismo no mercado de trabalho. Diante disso, foi perguntado: “você considera importante a sua participação em uma Empresa Junior como forma de incentivo do crescimento do empreendedorismo frente ao mercado de trabalho?”

Gráfico 9 - Análise dos entrevistados sobre sua percepção enquanto Empresário Junior em relação ao incentivo do empreendedorismo no mercado



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Os dados do Gráfico 9 informam que a maioria dos entrevistados consideram importante a sua participação como Empresário Junior como meio de fomento na expansão do empreendedorismo dentro do âmbito profissional, representado por 88,5% dos respondentes. Ao passo que 10% afirmam não saber, apenas 1% diz que não considera sua participação importante. Dado esses dados já esperados, é possível afirmar que a maioria dos Empresários Juniores entende através de suas experiências e vivência empresarial que o MEJ é uma mola primordial ao estímulo do empreendedorismo no mercado de trabalho.

Em complemento a essa pergunta, o item 9.1 pergunta: “se sim, descreva sucintamente.” Dessa maneira, conforme as respostas dadas pelos entrevistados sobre a importância de seu envolvimento em sua Ej como fomento ao Empreendedorismo, bem como se dá essa relação e consequências para o mercado de trabalho. Diante disso, foi atingido um total de 53 respostas, dentre as quais foram selecionadas apenas 3 que explicam de maneira sucinta o objetivo dessa questão. A respeito da resposta de alguns entrevistados conseguimos:

Entrevistado 24 – “*Sim. Acredito que qualquer um que entre e esteja realmente alinhado com o propósito das empresas juniores, farão alguma diferença para um Brasil mais*

*empreendedor, com pequenas revoluções que podem gerar grandes impactos. Fica inevitável esse querer de mudança. E podem ser feitos constantemente através de projetos fechados”.*

Entrevistado 25 – *“Sim. Não vejo outra entidade na Universidade que estimule e incentive tanto as pessoas a se desafiarem. Resumindo, ela não te "esmaga" com as novas responsabilidades, ela te faz ter prazer em assumi-las”*

Entrevistado 25 – *“Sim. Em uma empresa júnior você trabalha diretamente com o mercado, entendendo seu funcionamento, suas demandas, defeitos e necessidades. Com essa visão de como funciona o mercado, abre-se portas para que o empreendedorismo se manifeste.*

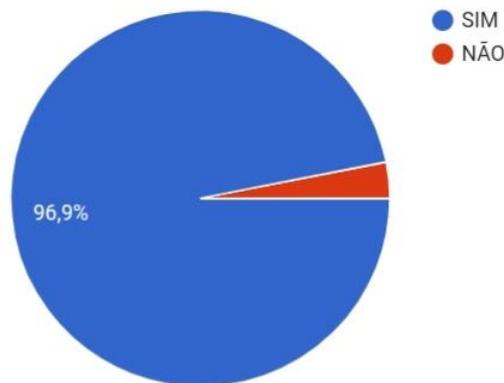
As respostas dos entrevistados atendem o desejado no que se refere à opinião dos entrevistados em relação a considerar importante sua participação como Empresário Junior empreendedor no mercado. Dessa maneira, é demonstrado por meio do retorno dos respondentes de forma clara e sucinta que o consenso geral apontado por eles nesse questionamento é de que eles consideram de fundamental importância sua participação no MEJ e percebem as vantagens que fazer parte desse movimento lhes possibilitam.

Na experiência acadêmica, transpor o conhecimento teórico adquirido, e procurar maneiras pelas quais ele possa ser aplicado na sociedade de forma prática, pode ser considerado um dos mais importantes desafios da vida universitária. Deve-se buscar o desenvolvimento profissional e acadêmico de forma incansável, sem deixar para um segundo plano o crescimento humano, que será o diferencial de cada um durante a busca por resultados na esfera profissional. (MORETTO, 2004, p.18).

### **5.11 Análise da participação dos entrevistados nas Ejs na graduação.**

O último questionamento proposto pela questão 10 trata da opinião dos entrevistados quanto a sua participação como Empresário Junior ser um fator primordial durante seu curso de graduação na Universidade Federal do Ceará. Em conformidade com isso, foi perguntado “você considera que a sua participação em uma Empresa Junior foi fundamental para sua graduação?”

Gráfico 10 - Análise da participação dos entrevistados nas Ejs na graduação



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Com base nos dados fornecidos pelo Gráfico 10, os números demonstram que a maioria dos entrevistados consideram que fazer parte de uma Ej enquanto cursam uma graduação soveio a acrescentar em sua vida acadêmica, uma vez que 96,9 dos respondentes afirmaram isso. Por outro lado, uma minoria representada por 3,1% ainda respondeu que participar de uma Ej não foi tão importante assim para eles.

Diante disso, esse percentual, mesmo que mínimo foi inesperado, visto que essa pergunta de forma ampla vem dá amparo e sentido a todas as outras já comentadas até aqui que fazem parte desse questionário, pois todas eram foram formuladas a partir da análise a ser feita sobre o MEJ e sua importância na vida dos empresários juniores da UFC.

Dessa maneira, é possível perceber que o Gráfico 6 que faz uma análise dos entrevistados sobre a afirmação da Brasil Junior sobre o MEJ e sua influência na construção de um Brasil Empreendedor evidencia o alcance do objetivo geral dessa pesquisa, que demonstra que a maioria dos empresários juniores entendem essa relação direta entre o MEJ e seus resultados positivos na construção do potencial empreendedor dos estudantes.

Desse modo, os objetivos específicos são contemplados nos dados da tabela 4 e alguns gráficos, o primeiro objetivo é evidenciado na tabela que apresenta as 20 Ejs que fazem parte dessa pesquisa que são Rastro, Diferencial, Ceos, Ejudi, Ciclo, Ipharma, Container Digital, Ambienteia, Consultec, Mata Branca Jr, Dual Jr, Tecsys, Accont, Geomaps, Consultoria, Proativa, GeoCapta, Retec Jr, Metal Soluções Jr, Inova, Conalimentos.

Assim como o segundo objetivo específico que trata dos projetos desenvolvidos pelas Ejs que atingiram impacto social, muitos deles são apresentados nas respostas dos entrevistados da questão 7.1, bem como o gráfico da questão 7, entre eles foram citados os seguintes projetos: Projeto de Energia solar, Planejamento de marketing para uma clínica para crianças como os aspectos do autismo e um projeto de combate a incêndios.

O último objetivo específico é referente aos ganhos que um Empresário Junior desenvolve enquanto um membro de uma Ej, foram apontadas algumas habilidades e competências na questão 8, entre essas habilidades tinham liderança, trabalho em equipe, espírito empreendedor, inconformismo e etc. Dessa forma, os resultados analisados e apresentados nessa pesquisa estão de total acordo com seus objetivos propostos.

Por fim, foi aplicado um questionário semiestruturado com perguntas abertas e fechadas a 3 discentes que eram tutores das Ejs da UFC, entretanto foi alcançado apenas 1 respondente. Esse discente é tutor da Conalimentos e foi primordial para a construção de uma visão do MEJ a partir da opinião dos professores.

A primeira questão trata de uma análise a respeito do conhecimento por parte dos professores que são tutores das Empresas Juniores da UFC, sobre a representatividade do Movimento Empresa Junior em número de Ejs presentes na instituição. Em relação a isso foi perguntado: “O Movimento Empresa Junior está presente em diversas universidades, na UFC por exemplo conta atualmente com 23 Ejs. “Você conhece outras EJ’s além da que você é tutor?” De acordo com as informações obtidas pelo questionário, aponta que o respondente conhece menos que 10 empresas Juniores da UFC, o que demonstra que ainda é um número pequeno comparado a quantidade de 25 EJ’s existentes na instituição em que faz parte.

O segundo questionamento é referente a afirmação que diz que as Empresas juniores fomentam o aprendizado do universitário com sua área de atuação, bem como o aproximam do mercado de trabalho. Com isso, foi questionado “Como Professor pertencente a área em que a Ej está situada e o curso em questão, é possível perceber essa relação do estudante com o curso e sua área de atuação após ele participar de uma Ej? Ainda foi acrescentado “Se sim, como? Descreva sucintamente”.

Conforme o que foi apresentado pelo questionário, o respondente diz que “Sim. *Os Serviços que são oferecidos pela Conalimentos jr permite ao discente colocar em prática o que aprende no curso de Engenharia de Alimentos e um pouco mais além, no quesito de obter*

*informações mais técnicas, ligadas diretamente à indústria, que muitas vezes, não é abordado em sala de aula.* Dessa forma, tal resultado evidencia o que também é constatado no Gráfico 3 sobre a percepção dos estudantes sobre a participação em uma Ej ser fator de aproximação do estudante a sua área de atuação e conseqüentemente o mercado de trabalho, possibilitando a aplicação dos seus conhecimentos além da sala de aula, ou seja, tanto os discentes como os docentes compartilham dos ganhos positivos do MEJ na UFC.

A terceira pergunta é sobre a percepção do apreço pelo MEJ na opinião do entrevistado proporcionado pela sua participação como tutor de uma Empresa Junior da Universidade Federal do Ceará. Desse modo, perguntou se “Após ser tutor de uma empresa Junior, sua visão e apreço por o Movimento empresa Junior mudou consideravelmente?” De acordo com o respondente a resposta foi afirmativa, que fazer parte do Movimento lhe trouxe uma nova percepção sobre ele, o que demonstra que conhecer e participar ativamente do MEJ é fator essencial para a propagação do crescimento do Movimento.

O quarto questionamento diz respeito ao incentivo por parte da instituição, no caso a UFC para o desenvolvimento das Empresas Juniores dentro da universidade. Diante disso, foi feita a seguinte pergunta “Na sua visão, sendo um professor tutor, você acha que a universidade está dando o devido suporte para que se continue a implementação das empresas juniores por parte dos estudante na UFC?” Bem como complemento, “Se sim, como? Descreva sucintamente”.

O respondente afirmou que não há um suporte satisfatório por parte da instituição, a resposta do entrevistado não foi inesperada, uma vez que os discentes já apresentaram algumas dificuldades enfrentadas por eles ao tentarem disseminar a intenção empreendedora por meio do MEJ no seu curso e em sua universidade. Isso revela que apesar de muitas Ejs estarem presentes na UFC, evidenciado pelo número de 20 empresas que fazem parte dessa pesquisa, entretanto é notório que obstáculos são encontradas por parte dos estudantes que carregam tal espírito empreendedor e suas visões no MEJ sozinhos, que nem toda a universidade, discentes e comunidade acadêmica compartilham de tais ideais.

O último questionamento falava da relação do Movimento Empresa Junior e o incentivo para um Brasil empreendedor é diretamente proporcional, se o entrevistado concorda com tal afirmação. Com isso, foi perguntado “O Movimento empresa Junior é um dos fatores que contribuem significativamente com a construção de um Brasil empreendedor. Você concorda

com essa afirmação?” Juntamente foi adicionado a essa pergunta “Se sim, como? Descreva sucintamente”

Assim, obtivemos que segundo o respondente “*Sim. Acredito que os discentes que se envolvem com o movimento de empresa júnior podem ter um espectro de visão sobre o mercado de trabalho mais ampla, ou seja, ao invés de pensar em trabalhar em uma indústria tradicional, vejo potencialidades de pensamento de abrirem a própria empresa, seja produtora de alimentos ou prestadora de serviço.*” Logo, tal resposta do entrevistado vem reafirmar os dados demonstrados pelo Gráfico 6 apresentado anteriormente, onde é notório a concordância entre discentes e docentes no que diz respeito a influência do Movimento e Empresa Junior na criação e incentivo a um Brasil mais empreendedor.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise do Movimento Empresa Junior (MEJ) na Universidade Federal do Ceará, reflexão da relação Empresário Junior e empreendedorismo a partir das experiências dos empresários juniores e como essas experiências atuam na vida universitária. Nesse viés, o desenvolvimento do presente estudo teve como objetivo geral identificar as Empresas Juniores da Universidade Federal do Ceará como instrumento de fomento à intenção empreendedora de discentes.

Para tal, buscou-se informações a respeito das Empresas Juniores presentes na UFC que fazem parte da Federação das Empresas Juniores (FEJECE) até o mês de agosto do ano de 2019. Para esse fim, foi feita uma pesquisa bibliográfica nos documentos e sites disponibilizados pela Brasil Junior e Fejece, assim como foi entrado em contato com a Fejece que forneceu informações atualizadas sobre as Ejs e contato direto com seus membros. Esse procedimento permitiu atingir a primeira parte do objetivo geral e o primeiro objetivo específico dessa pesquisa, no qual se tratava de constatar as Ejs existentes na UFC.

Em seguida, foi necessário traçar uma estratégia de pesquisa, o qual se iniciou com a elaboração de um questionário semiestruturado que foi respondido por uma amostra de 96 Empresários Juniores, no qual teve o intuito de saber e como o empreendedorismo é incentivado através do MEJ na vida dos estudantes, e ainda, suas experiências adquiridas com a participação em uma EJ. Com isso, foi possível responder a segunda parte do objetivo geral desse estudo, bem como os dois últimos objetivos específicos que se referiam a apresentação de projetos desenvolvidos por membros juniores durante sua participação em uma Ej na UFC e a avaliação na visão do estudante sobre os ganhos adquiridos a partir da sua participação.

De um modo geral, as Empresas Juniores da UFC reconhecem a representatividade do MEJ como influencia para um Ceará, e um Brasil empreendedor, bem como sua visibilidade dentro da sua universidade através de 20 Ejs já federadas pela FEJECE, apesar de terem dificuldades no que se refere a pequena comunicação entre as Ejs dentro da UFC. Os Empresários Juniores ainda afirmam que ser participante de uma Ej durante a graduação foi fator essencial para uma nova visão sobre seus cursos, o mercado de trabalho empreendedor e a área que pretendem atuar, contudo, a maioria dos entrevistados não demonstram interesse em permanecer em sua Ej até o fim de sua graduação.

Além disso a pesquisa revelou que a maioria dos Empresários Juniores declaram admitir que o MEJ teve grande colaboração em suas vidas acadêmica e profissional, apresentando alguns ganhos que ser parte desse movimento lhe proporcionou como o desenvolvimento de habilidades como liderança, gestão de projetos, proatividade, visão de mercado, espírito empreendedor e etc. Assim como apontaram compreender a atuação do MEJ e seu impacto na sociedade por meio de projetos, no entanto apenas só um pouco mais da metade dos entrevistados já participou de projetos de impactos social em suas Ejs.

Nota se que os Empresários Juniores demonstraram compreender os princípios do Movimento Empresa Júnior tal como a atuação das Ejs da UFC e sua importância como meio de impulso a intenção empreendedora dos discentes. Diante das experiências dispostas aqui pelos Empresários Juniores fica evidente que os objetivos propostos por esta pesquisa foram realmente alcançados.

Em vista disso, estudar o empreendedorismo como agente fundamental de via para o crescimento econômico, impacto social, mercado de trabalho inovador é uma área que instiga e motiva qualquer leitor, autor e amante do empreendedorismo a aprofundar as pesquisas nessa área. Através disso é possível acreditar em uma revolução na estrutura que rege atualmente a educação superior, a academia, e que pode construir indivíduos capazes de mudar e influenciar as suas realidades após e durante sua graduação.

Vale ressaltar também, que o incentivo e apoio tanto da Universidade que a Ej está instalada quanto dos professores devem ser intensificados, pois é um dos fatores também essenciais ao desencadeamento ou não do empreendedorismo universitário. Através de muitas falas dos entrevistados, tal como somente um retorno do questionário aplicado aos docentes, é possível perceber que tal apoio não é percebido de forma satisfatória por parte de muitas Ejs e pelo próprio respondente que é professor. O que nos faz refletir e buscar em uma próxima pesquisa como se dá essa relação mais direta entre juniores e seus tutores juniores dentro das universidades.

A efetividade do MEJ como elemento motivador da intenção empreendedora e fator preponderante no crescimento do desenvolvimento de um Brasil mais empreendedor depende essencialmente da disponibilidade de estudantes universitários abraçarem a causa de participar ativamente de uma Empresa Junior e se permitir crescer através das experiências que dela são possibilitadas através da vivência empresarial, bem como das trocas de experiências entre as Ejs por meio de interação em eventos promovidos pela Fejece e Brasil Junior.

Em vista disso, estudar o empreendedorismo como agente fundamental de via para o crescimento econômico, impacto social, mercado de trabalho inovador é uma área que instiga e motiva qualquer leitor, autor e amante do empreendedorismo a aprofundar as pesquisas nessa área. Através disso é possível acreditar em uma revolução na estrutura que rege atualmente a educação superior, a academia, e que pode construir indivíduos capazes de mudar e influenciar as suas realidades após e durante sua graduação.

Por fim, espera-se com esta pesquisa que a sua realização venha contribuir e compartilhar com a sociedade o conhecimento a respeito da temática estudada, para a construção de novas perspectivas em relação ao Movimento Empresa Junior bem como usando como foco desse estudo as Empresas Juniores da Universidade Federal do Ceará, no qual os discentes que são empresários juniores reconhecem através de suas experiências empresariais a aproximação direta que o MEJ lhes possibilitam com o mercado de trabalho, tal como essas Ejs desenvolvem plenos potenciais empreendedores ainda na graduação.

Dada a importância do tema, torna-se necessário o desenvolvimento de mais pesquisas e artigos nessa área do Movimento Empresa Junior e sobre as Empresas Juniores em geral, pois o acervo sobre esse tema ainda é carente. Assim como mais trabalhos e maior acesso a documentos que demonstrem os resultados adquiridos pelas Ejs através dos seus entes representativos como a Federação das Empresas Juniores- FEJECE no Ceará e a Brasil Junior como maior instância, pois o acesso aos sites é limitado.

## REFERÊNCIAS

- ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 14724: Informação e documentação. Trabalhos Acadêmicos - Apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.
- AJZEN, I.; FISHBEIN, M. Attitudes and Attitude-Behavior Relation: reasoned and automatic processes. In. W. STROBE and M. HEWSTONE (ed.), *European Review of Social Psychology*, p. 1-33, John Wiley and Sons, 2000.
- BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. *Empreendedorismo: uma visão do processo*. Cengage Learning, 2007 p. 5-15.
- Boava, D. L. T., & Macedo, F. M. F. (2006). Estudo sobre a essência do empreendedorismo. *Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, 2006, Salvador, BA, Brasil, 30.
- BRASIL JÚNIOR. Censo e Identidade Relatório de 2016. Disponível em: <[brasiljunior.org.br/site/arquivos/download/24](http://brasiljunior.org.br/site/arquivos/download/24)>. Acesso em: 21 de dez. 2018.
- BRASIL JÚNIOR. Conceito Nacional de empresa júnior 2004. Disponível em: <<http://www.fundasul.br/download/ConceitoNacionaldeEmpresaJunior.pdf>>. Acesso em: 10 de dez. 2019.
- BRASIL JÚNIOR. Conheça o MEJ. Disponível em: <<https://www.brasiljunior.org.br/conheca-o-mej>>. Acesso em: 21 dez. 2018.
- BRASIL JÚNIOR. Dna Junior 2015. Disponível em: <[http://www.inscricao.codejr.com.br/doc/DNAJunior\\_LivroI\\_Conhecendo\\_o\\_MEJ.pdf](http://www.inscricao.codejr.com.br/doc/DNAJunior_LivroI_Conhecendo_o_MEJ.pdf)> Acesso em: 05 de abr. 2019.
- BRASIL. Lei Nº 13.267 de 6 de abril de 2016. Dispõe Sobre a Lei Das Empresas Juniores. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2016/lei/L13267.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13267.htm)>. Acesso em: 21 de dezembro de 2018
- BRASIL. Lei Nº2.373 de 16 de dezembro de 1954. Dispõe Sobre a Lei De Criação Da Universidade Federal Do Ceará. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/1950-1969/L2373.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/1950-1969/L2373.htm)>. Acesso em: 12 de abril de 2019.
- CHIAVENATO, Idalberto 2017, pág. 3-10. *Empreendedorismo*
- CISOTTO, M. F. Sobre Topofilia, De Yi-Fu Tuan. *Geograficidade* | v.3, n.2, Inverno 2013. Disponível em: <http://www.uff.br/posarq/geograficidade/revista/index.php/geograficidade/article/view/133>, Acesso em: 12 de abril de 2019.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. *Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios*. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- FEJECE. Federação das Empresas Juniores do Estado do Ceará, 2019. Disponível em: <<https://www.fejece.com.br/>>. Acesso em: 21 de dez de 2018.
- FILION, L.J. *Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios*. RAUSP, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr./jul. 1999.

- FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002.
- GALLOWAY, Laura et al. Enterprise skills for the economy. *Education and Training*, v. 47, n. 1, p. 7-17, 2005.
- GEM. Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2008. Relatório Executivo. Curitiba, 2009.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. Editora Atlas SA, 2009.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. Editora Atlas SA, 2010.
- Greco, S. M. S. S., Bastos, P. A., Jr., Machado, J. P., Felix, J. C., Silvestre, R. G. M., Passos, C. A. K., Schlemm, M., Meza, M. L. F. G., Rissete, C. R., Cunha, S. K., Bulgacov, Y. L. M., Camargo, D., & Réa, M. X. (2009). Empreendedorismo no Brasil: 2008 (GEM 2008). IBQP: Curitiba. Disponível em <<http://201.2.114.249/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM-Brasil-2008.pdf>>
- GUIMARÃES, T. de A.; MOREIRA, N.C.; BAETA, O.V.. A negociação com clientes em empresas juniores da Universidade Federal de Viçosa – Campus Viçosa/MG. *Revista de Administração da UNIPEP*, v.11, n.1, p.81-103, 2013.
- LIMA, Edmilson et al. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. *Rev. adm. contemp.*, Curitiba, v. 19, n. 4, p. 419-439, Ago. 2015 . Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-65552015000400419&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552015000400419&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 26 Nov. 2019.
- LOPEZ, G. S. J.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora: Conceitos, modelos e medidas. XXV Simpósio de Gestão e Inovação Tecnológica, 2008, Brasília...Anais. Brasília, 2008.
- MARCIA, Marcia. R. S; PINTO, Fabiana. P. D.A. B; OLIVEIRA, Alexandre. L; VINICIUS, Marcus. D.O.B; EDUARDO, Raimundo. S. F. 2016 SENTIMENTOS TOPOFÍLICOS E SUAS RELAÇÕES COM A ATITUDE E A INTENÇÃO EMPREENDEDORA nov/2016
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos da metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2003.
- MARTINS, Gilberto de Andrade. Estudo de caso uma estratégia de pesquisa. 2.ed. São Paulo: atlas, p 27, 2008.
- MATOS, Franco de. A empresa júnior no Brasil e no mundo: o conceito, o funcionamento e as tendências do movimento EJ. São Paulo: Martin Claret LTDA, 1997.
- McCLELLAND, D. C. A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e cultura, 1972
- McCLELLAND, D. C. The achieving society. Princeton, NJ: Van Nostrand, 1961.
- MORETTO, Luís Neto et al. Empresa Júnior: espaço de aprendizagem. Florianópolis, Ed. Gráfica Pallotti, 2004.
- NETO, Pedro Luiz de Oliveira Costa. Estatística. 2ª edição. São Paulo/SP: Editora Edgard Blücher, 2002.

OLIVEIRA, Janaína M.; RIBEIRO, Fabio de Simoni. A empresa júnior e a formação de empreendedores. Disponível em: <http://anprotec.org.br/anprotec2014/files/artigos/artigo>, v. 20, p. 1-11, 2013. Acesso em: 02 de dez de 2019.

PERIARD, Gustavo. Empresa júnior – o que é e como funciona. 2011 Disponível em <: <http://www.sobreadministracao.com/empresa-junior-o-que-e-e-como-funciona/>>.

SCHUMPETER, Joseph A Capitalismo, socialismo e democracia, Schumpeter, 1942

SILVA, Jule CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; DA SILVA, Roberto. Metodologia Científica. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. s. Empresas Juniores, 2014.

SOUSA, Antonia Márcia Rodrigues et al. Sentimentos topofílicos e suas relações com a atitude e a intenção empreendedoras. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, v. 16, n. 3, p. 233-253, 2017.

STRAUSS, Anselm L.; CORBIN, Juliet. Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008. P. 23-83.

SUEDEKUM, Guilherme; MILLER, Amisha. Empreendedorismo nas universidades brasileiras. São Paulo, 2011.

TUAN, Y.F. Topofilia: um estudo da percepção atitudes e valores do meio ambiente. Tradução de Livia de Oliveira. São Paulo: Difel. 260 p. 1980

UFC. Universidade Federal Do Ceará. 2019. LEI No 2.373. Disponível em: <<http://www.ufc.br/a-universidade/>>. Acesso em: 22 de Janeiro de 2019.

VALADARES, J. L.; EMMENDOERFER, M. L.; ALVES, R. C. M.; MORAIS, M. C. A. O Fenômeno do Empreendedorismo Público: Um Ensaio sobre a Aplicabilidade desse Construto na Administração Pública Brasileira. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação Em Administração, 36., 2012, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro ANPAD, 2012. 1 CD-ROM.

YIN, Robert K. Estudo de Caso-: Planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman editora, 2015.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS EMPRESÁRIOS JUNIORES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

**Questionário para Trabalho de Conclusão de Curso**

Meu nome é Maria Roniele Paiva do Nascimento, sou aluna do Curso de Administração Pública da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira – UNILAB. Estou desenvolvendo pesquisa cujo objetivo é compreender o papel do Movimento Empresa Junior MEJ na vida dos estudantes universitários da Universidade Federal do Ceará. Estou sendo orientada pelo Prof. Dr. Alexandre Lima, Professor Adjunto da UNILAB.

Neste contexto, solicito sua autorização para a realização de entrevista para obtenção dos dados e informações que dizem respeito ao objetivo proposto. Antecipo que não existe resposta certa ou errada, apenas a opinião dos entrevistados através de suas próprias experiências sobre o assunto.

Agradecemos antecipadamente a Vossa Senhoria pela colaboração no desenvolvimento desse estudo e colocamo-nos à disposição para qualquer esclarecimento que se faça necessário pelos e-mails: [roniellepaiva@gmail.com](mailto:roniellepaiva@gmail.com), [alexandrelima@unilab.edu.br](mailto:alexandrelima@unilab.edu.br)

CURSO: \_\_\_\_\_

NOME DA EJ: \_\_\_\_\_

SEXO: F ( ) M ( )

1. O Movimento Empresa Junior está presente em diversas universidades. Além da EJ que você faz parte, contando atualmente 23 Ejs, você conhece outras que pertencem a UFC?  
SIM ( )  
NÃO ( )
2. Se a resposta anterior for afirmativa, você conhece:  
( ) menos de 10 EJ's ( ) Mais de 10 EJ's ( ) mais de 20 EJ's
3. Você sabe que um dos objetivos das Empresas juniores é a busca pelo aprendizado do universitário na sua área de atuação, assim como, o aproximar do mercado de trabalho. Nesse sentido, para você participar de uma EJ te trouxe outra visão em relação ao mercado de trabalho?  
SIM ( )  
NÃO ( )  
3.1 Se sim, descreva sucintamente: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. Após seu ingresso em uma EJ, sua visão e apreço por seu curso e área de atuação mudou?  
( ) NÃO MUDOU NADA  
( ) MUDOU UM POUCO

( ) MUDOU RAZOAVELMENTE

( ) MUDOU CONSIDERAVELMENTE

5. Você pretende continuar a ser um membro Ej até o fim da sua graduação?

SIM ( )

NÃO ( )

6. O movimento Empresa Junior é um dos fatores que contribuem significativamente com a construção de um Brasil empreendedor segundo Brasil Junior, 2016 e inclusive é um dos lemas da Federação das Empresas Juniores do Ceara (FEJECE). Para você isso é uma verdade? De que forma se aplica.

( ) SIM, depois que me tornei membro da minha Ej

( ) NÃO, para mim nada mudou

7. As Empresas juniores trabalham com atividades sem fins lucrativos, porem desenvolvem projetos que podem causar impactos sociais. Você já participou ativamente da construção de um desses projetos?

SIM ( )

NÃO ( )

Caso afirmativo, poderia citar os projetos mais relevantes?

---



---



---

8. Na sua visão, se tornar um Empresário Junior agregou ganhos na sua vida acadêmica e profissional?

SIM ( )

NÃO ( )

8.1 Se sim, quais?

---



---



---

9. Você considera importante a sua participação em uma Empresa Junior como forma de incentivo do crescimento do empreendedorismo frente ao mercado de trabalho?

SIM ( ) NÃO ( ) NÃO SEI RESPONDER ( )

9.1 Se sim, descreva sucintamente: \_\_\_\_\_

---



---



---

10. Você considera que a sua participação em uma Empresa Junior foi fundamental para sua graduação?

SIM ( )

NÃO ( )

**AGRADEÇO SUA COLABORAÇÃO!**

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS PROFESSORES TUTORES DAS EMPRESAS JUNIORES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

**Questionário para Trabalho de Conclusão de Curso**

Olá! Chamo-me Maria Roniele Paiva do Nascimento e estudo Administração Pública – UNILAB. Estou fazendo essa pesquisa que busca compreender o papel do Movimento empresa Junior MEJ na vida dos estudantes universitários da Universidade Federal do Ceará. E preciso da sua colaboração como professor tutor baseado em sua visão sobre o MEJ. Aqui não existe resposta certa ou errada, apenas a opinião dos entrevistados através de suas próprias experiências sobre o assunto.

NOME DA EJ: \_\_\_\_\_ SEXO: F ( ) OU M ( ) CURSO ( )

1. O Movimento empresa Junior está presente em diversas universidades, contando atualmente 23 Ejs na UFC, você conhece outras Ejs além da que você é tutor? Esse número estaria entre?

CONHEÇO MENOS DE 10 ( ) NÃO CONHEÇO OUTRA( ) CONHEÇO MAIS DE 10

2. Um dos objetivos das Empresas juniores busca fomentar o aprendizado do universitário a sua área de atuação, assim como o aproximar do mercado de trabalho. Como um professor pertencente a área em que a Ej está situada e o curso em questão. Para você é possível perceber essa relação do estudante com o curso e sua área de atuação após ele participar de uma Ej?

SIM ( )

NÃO ( )

2.1 Se sim, como? Descreva sucintamente:

\_\_\_\_\_

3. Para você quando passou a ser um tutor de uma empresa Junior, sua visão e apreço por o Movimento empresa Junior mudou consideravelmente?

SIM ( )

NÃO ( )

4. Na sua visão, sendo um professor tutor, você acha que a universidade está dando o devido suporte para que se continue a implementação das empresas juniores por parte dos estudante na UFC?

4.1 SIM ( ) NÃO ( )

Se sim, como? Descreva sucintamente:

\_\_\_\_\_

5. O Movimento empresa Junior é um dos fatores que contribuem significativamente com a construção de um Brasil empreendedor. Para você esse movimento ganha mais espaço dentro das universidades?

SIM ( )

NÃO ( )

**5.1** Se sim, como? Descreva sucintamente:

---

**AGRADEÇO SUA COLABORAÇÃO!**