

Empresa Júnior: Uma análise da situação atual das juniores das Universidades brasileiras

Eda Castro Lucas de Souza¹
Thiago Pereira Dourado²

ISSN 1518-4342

REFERÊNCIA deste trabalho:

SOUZA, Eda Castro Lucas de e DOURADO, Thiago Pereira. Empresa Júnior: Uma análise da situação atual das juniores das Universidades brasileiras. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 521-528.

Resumo

Este trabalho, resultado de uma pesquisa, em andamento, com a finalidade estudar a relação universidade-empresa, tem por objetivo analisar a percepção dos empresários juniores sobre o Programa Consultoria Júnior das universidades brasileiras. Nesse sentido, foram estudadas as empresas juniores das universidades brasileiras, em uma amostra de, aproximadamente 40% dos 900 empresários juniores, universitários do país, que participaram do IX ENEJ – Encontro Nacional de Empresas Juniores, de 2 a 6 de agosto, de 2001, em Curitiba. A coleta de dados foi realizada por meio de observação participante, com a participação em diversas listas de discussão na internet, análise documental, questionário estruturado, conversas informais, identificando, assim, a percepção dos empresários juniores que fizeram parte deste estudo, sobre a concepção de empresa júnior. O principal resultado foi a identificação de características de empresas juniores pelos próprios atores das mesmas.

1. Introdução

As pequenas empresas constituem-se em importante fator de dinamismo do mercado, não só gerando oportunidades de emprego, como, segundo Solimeo (apud MENEZES, 1999), representando instrumento de mobilidade social, melhor distribuição de renda e a ampliação da classe média, considerando que o assalariado pode ascender à condição de micro ou médio empresário. Segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas das, aproximadamente quatro milhões de empresas brasileiras, 98% são micro e pequenas empresas, gerando 35 milhões de empregos, correspondendo a uma participação na economia de 20% do PIB (SEBRAE-SP, 2001).

No entanto, as micro e pequenas empresas são vulneráveis a riscos que, muitas vezes, levam ao encerramento de suas atividades. Estudos do SEBRAE (1999) e do Banco Nacional

¹ Bacharel e Licenciada em Matemática (PUC-RS), Mestre em Educação (UnB) e Doutora em Sociologia, sub-área Políticas Públicas Comparadas (FLACSO/UnB), Professora Adjunto da Universidade de Brasília, Faculdade de Educação, Coordenadora de Empreendedorismo do Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico CDT/UnB. – E- e-mail edalucas@uol.com.br

² Aluno do Curso de Administração da UnB, Presidente da Federação de Empresas Juniores, Conselheiro da rede Brasil Júnior.

de Desenvolvimento Econômico e Social –BNDES, entre outros, confirmam altas taxas de mortalidade das mesmas. Taxas essas que não dependem, especificamente, de seus níveis de atividade econômica (ALLAN, 2001).

Esse quadro justifica as inúmeras iniciativas do governo e do setor privado para fortalecer essas empresas, no sentido de torná-las sustentáveis e competitivas, tais como ações de capacitação de empresários, realizadas pelo SEBRAE e pelo Ministério do Trabalho. O Governo Federal, em 1999, lançou o Programa Brasil Empreendedor com o objetivo de fortalecer as micro, pequenas e médias empresas por meio de atividades de capacitação, apoio ao crédito e de assessoria ao pós-crédito. Esse Programa, coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, MDIC, contou com a participação de vários órgãos públicos e privados, entre eles o SEBRAE. Essas ações, bem como outras tantas em andamento, são de grande importância para a sobrevivência e sustentabilidade das micro e pequenas empresas, responsáveis, em grande parte, pela estabilidade e o crescimento econômico do país.

Nessa linha, o mundo acadêmico, representado pelas universidades, não poderia ficar a margem desse processo, do qual, aliás, já vêm fazendo parte por meio de relações estabelecidas com o do mundo do trabalho, para o qual desenvolve programas de apoio e integração por meio de suas funções: pesquisas, formação e extensão universitária.

Uma das grandes inovações nos conceitos de integração universidade - empresa e, também, de extensão universitária no Brasil, na atualidade, tem sido a idéia de se ter um espaço concebido por alunos, para que esses possam exercitar o que está sendo aprendido em sala de aula, vivenciando problemas reais com comprometimento junto aos empresários/clientes. Essa complementação da formação acadêmica, bem como a relação da universidade com o setor produtivo, concretizou-se no Programa conhecido como Empresa Júnior, no qual os jovens universitários podem colocar em prática os ensinamentos e competências desenvolvidas em suas universidades, realizando a interação teoria – prática.

Assim, a questão central deste trabalho é qual a situação dos Programas Empresas Juniores, desenvolvidos nas universidades brasileiras, em especial o da Universidade de Brasília, UnB, no Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico, CDT. O objetivo geral, portanto é apresentar uma análise do Programa Consultoria Júnior do CDT/EMPREEND/UnB, realizando um diagnóstico da situação atual. Nesse sentido, buscou-se identificar o estado da arte dos Programas de Consultoria Junior no Brasil, identificando a percepção dos empresários juniores brasileiros sobre a concepção de empresa júnior.

Entre as principais contribuições deste estudo está a oportunidade de que se faça um mapeamento dos programas de empresa júnior, no Brasil e, em específico, do Pró-Júnior da UnB, obtendo-se, assim, um diagnóstico da situação do Programa com o objetivo de propor ações para adequá-lo, de forma empreendedora, às demandas de formação dos alunos e da comunidade empresarial do Distrito Federal.

Ação Empreendedora

O processo de reestruturação produtiva, que reúne elementos de racionalização organizacional e técnica, resulta em novos modelos de produção que, cada vez mais, caracterizam-se pela oferta de bens e serviços diferenciados e de alto valor agregado, especialmente em termos de conhecimento incorporado ao processo produtivo (SOUZA, 2001). Esse processo, associado ao desenvolvimento científico e tecnológico, a globalização de mercados, provoca a eliminação de postos de trabalho, passando os mesmos a serem sistematicamente substituídos pelo auto-emprego. A forma de produção linear é substituída pela produção em rede, solicitando respostas rápidas, formas de trabalhar mais intelectualizadas. A era é bem mais do aprendido do que do conhecimento propriamente dito, o foco é a formação de competências entendida como a associação de conhecimentos, habilidades e atitudes (ROPÉ E TANGUY, 1997).

Nesse cenário que, segundo Casali et al. (1997), aumenta os efeitos excludentes e marginalizadores para parcelas das sociedades, aspectos como inovação, criatividade, liderança e autonomia, dentre outros, passam a ser mais valorizados, implicando em demandas por novas competências, não só para a vida, como, também, para a inserção e sustentabilidade do homem no mundo do trabalho. Isso leva a consciência da necessidade de formar pessoas disseminadoras da inovação, característica essa considerada básica para a formação de empreendedores.

Schumpeter(1997) associou empreendedorismo à inovação, dizendo ser a essência do empreendedorismo a percepção e o aproveitamento de novas oportunidades, ou seja, na visão desse autor, esse conceito está ligado a uma nova forma de uso dos recursos nacionais. Complementado, Schumpeter (1997) considera o fluxo da econômica do capitalismo como sendo circular, “cuja tendência é o equilíbrio. Assim o desenvolvimento econômico ocorre quando há mudança nos canais nesse fluxo, o que altera e desloca o estado de equilíbrio existente. Dessa forma o equilíbrio estático dá lugar ao desequilíbrio dinâmico provocado pelo empreendedor.

O empreendedor, diz Schumpeter (1997) é o ator do processo que quebra esse equilíbrio, tendo como função implementar novas possibilidades de combinações nos canais de produção, assegurando, assim, o desenvolvimento sustentável. Para Gimenez et al (2001) empreendedor é aquele que na construção de uma visão de futuro, apresenta um comportamento inovador e estratégico, criando negócio, visa lucro e crescimento.

No que diz respeito ao empreendedorismo, Filion (1997) considera duas correntes principais, a econômica vinculada à inovação, que no início do século XX é, essencialmente defendida por Schumpeter e a comportamental, impulsionada pelos trabalhos de McClelland, relacionada à necessidade de sucesso, ao reconhecimento, ao desejo de poder e de controle. Para esse autor, a força fundamental do comportamento empreendedor está na necessidade de realização que engloba um conjunto de características psicológicas e comportamentais (apud FILION, 1999). Na trajetória de seus estudos, McClelland admite a importância de variáveis sócio, culturais e das oportunidades do contexto e do período da pessoa como importantes para o desenvolvimento do espírito empreendedor.

Filion (1997), a partir desse pensamento, identifica algumas características dos empreendedores, tais como: inovação, liderança, criatividade, necessidade de reconhecimento, auto conhecimento, confiança, originalidade flexibilidade, otimismo, originalidade, energia, tenacidade, entre outras.

Filion (1997), então, ressalta que para os economistas os empreendedores estão associados à inovação e comportam-se como condutores do desenvolvimento e que para os comportamentalistas estão voltados para a criatividade, persistência, locus de controle e liderança. Esse autor propõe fatores de diferenciação entre o empresário e o empreendedor. Aquele, o empresário, trabalha usando os recursos de forma eficiente e efetiva para alcançar objetivos e metas. Esse, o empreendedor, define visão e objetivos, identificando recursos para viabilizá-los. Para os empresários a chave está em adaptar-se à mudança e o padrão de trabalho implica análise racional, já para os empreendedores a chave está em iniciar as mudanças e o padrão de trabalho na imaginação e na criatividade. O primeiro opera dentro de regras e estruturas existentes e o segundo define papéis e tarefas que criam a estrutura de trabalho. Aqueles trabalham centrados em processos que consideram cenários e o ambiente organizacional, no entanto, esses, os empreendedores, trabalham voltados para o desenho de processos que resultam de visão diferenciada do cenário e do ambiente organizacional.

Dutra(2000) estabelece diferença entre empreendedor, empresário e empresário não empreendedor. O primeiro, diz o autor, é visionário, aproveita oportunidades possui iniciativa, criatividade, persistência, comprometimento, mas não necessariamente está criando um negócio, podendo utilizar essas características para outras atividades. O

empresário é aquele que pode criar um negócio novo, é responsável pela gestão organizacional.

O conceito de empreendedorismo assume fundamental importância, principalmente ao ser considerada a complexidade e a imprevisibilidade das ambiências sociais e organizacionais. Essas levam as pessoas a buscarem o desenvolvimento de competências necessárias para obterem empregabilidade social, independentemente se de forma autônoma ou vinculada a uma organização, possibilitando sua inserção no cenário macro social, cuja preocupação vigente centra-se em trabalho e renda.

De acordo com Freire (2002), o empreendedorismo permanece inserido em um campo de conhecimento ainda sem contorno nem regiões nítidas, o que dificulta sua precisa definição. No entanto, para esse autor, seria o empreendedorismo a força que sempre existiu por trás das invenções e inovações, impulsionando o crescimento dos povos. Por intermédio dele, novas idéias e abordagens, tecnologias avançadas, ferramentas para incremento da produtividade e produtos de alto valor agregado são, continuamente introduzidos nos negócios e nos mercados, contribuindo, fortemente para dar respostas às demandas sociais.

O empreendedorismo é, pois, um tema relevante e atual, holístico e complexo por natureza e ainda novo no campo acadêmico, reaparecendo a partir da década de 70, na tentativa de explicar o surgimento de inúmeras empresas baseadas no conhecimento. Nas últimas décadas, com o renascimento do interesse acadêmico pelo tema empreendedorismo, de forma geral, constata-se, uma profusão de esquemas teóricos que, apesar de complementares, na maioria das vezes, acabam por tornar confuso o papel da disseminação desse conceito em ambientes de aprendizagem. Como é ressaltado por Fillion (1999b, apud GIMENEZ E JÚNIOR, 2002), as razões dessa falta de consenso são atribuídas ao fato de que as pesquisas em empreendedorismo são, normalmente, realizadas por pesquisadores de diferentes campos que, conseqüentemente, utilizam pressupostos de suas próprias áreas.

Esse campo de pesquisa e ensino carece, enormemente de modelos integrativos, multideterminados, que possibilitem uma compreensão do empreendedorismo a partir de diferentes perspectivas teóricas. Também é preciso, com a leitura dessas abordagens, como a econômica e a comportamentalista, por exemplo, definir precisamente o conceito em termos de seus antecedentes e conseqüentes. Torna-se fundamental a aplicação de rigorosa metodologia de pesquisa a esse campo, no intuito de fundamentar a grande maioria dos “achados” sobre empreendedorismo nos últimos tempos, fazendo, assim, que o ensino e a pesquisa sobre empreendedorismo possam ser corretamente encaminhados. Segundo Bermudez (apud SOUZA, 2001), a inserção do empreendedorismo nos currículos acadêmicos nas universidades brasileiras é um fenômeno recente, iniciado, pioneiramente, na década de 1980, na escola de Administração de Empresas da FGV, em SP. Atualmente, experiências de ensino nessa área já se realizam, em pelo menos 16 estados brasileiros.

A implementação de cursos voltados para o empreendedorismo justifica-se pela crescente conscientização e tomada de posição por parte das universidades no sentido de proporcionar aos estudantes competências que possibilitem, não só a sua inserção no mundo do trabalho, como, também, a sua sobrevivência em uma sociedade altamente competitiva. Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo criativo de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, sendo, com isso, responsável pelo seu próprio desenvolvimento e o de sua Organização (SOUZA, 2001). Sob essa perspectiva, ao disseminar a cultura do empreendedorismo está sendo criado um novo comportamento, individual e organizacional, e uma das questões daí advindas é como realizar essa formação? Como desenvolver uma competência empreendedora?

Dentro dessa ordem, as universidades são chamadas a desempenhar um papel estratégico no desenvolvimento do setor produtivo, buscando novas abordagens curriculares e

relações com os demais setores da sociedade. Cabendo-lhes, portanto, um papel relevante na construção do sistema social, no que diz respeito à formação de pessoas criativas, com condições de enfrentar as mudanças de maneira original e inovadora (SOUZA, 2001).

A questão aqui é como a universidade pública desenvolveria uma formação empreendedora nas diferentes áreas do conhecimento e, por excelência, na de administração da inovação, passando a formar pessoas pró-ativas, criativas, inovadoras, ou seja, empreendedoras, que na visão de Schumpeter (1961) são vistas como “motores da economia, agentes de inovação e mudanças, capazes de desencadear o crescimento econômico do país”. E, que segundo McClelland (apud FILION, 1999), tem como elemento psicológico crítico a motivação de realização ou o impulso de melhorar.

Algumas universidades desenvolvem programas de extensão desenhados para facilitar o desenvolvimento da capacidade empreendedora e a inovação tecnológica, oferecendo cursos de capacitação, promovendo eventos, estimulando e apoiando jovens empresários e estudantes universitários que aspiram o crescimento profissional e empresarial. Uma das atividades de extensão universitária inovadora relaciona-se com a Empresa Júnior, entidade sem fins lucrativos, constituída por graduandos que prestam serviços à sociedade civil, por meio de projetos de consultoria para micro e pequenas empresas. A escolha desse foco pode ser justificada por serem as pequenas empresas consideradas como principais agentes de desenvolvimento econômico, sendo que, dentre as mais significativas contribuições dessas empresas encontram-se a geração de emprego mais estáveis e a criação de inovação tecnológica (TIMMONS, 1990). Essa visão é compartilhada por Scott (1998) ao dizer que os negócios mais produtivos e inovadores muitas vezes são os de tamanho pequeno ou médio.

Rothwedll e Zegved (1992) atribuem o papel das pequenas empresas como fonte de inovações, mas consideram que as mudanças tecnológicas são melhores promovidas em um sistema que utiliza o potencial troca entre pequenas e grandes empresas, visto que as pequenas são adeptas da inovação e as grandes têm recursos para desenvolver com sucesso a escala de produção.

Por outro lado, o objetivo nuclear da empresa júnior é desenvolver atividades que complementem a formação acadêmica, proporcionando ao estudante contatos com o mundo profissional, antes de ser um projeto é uma ambiência para o desenvolvimento de projetos. A Universidade de Brasília, UnB, buscando integrar-se com a comunidade do DF por meio de seu Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico criou o Programa Empresa Júnior, que congregando as empresas juniores de suas diferentes unidades acadêmicas, atua como um mecanismo de transferência de conhecimento e tecnologia, apoiando as micro e pequenas empresas, além de possibilitar a atuação dos atores universitários no âmbito da extensão universitária.

Conhecido como "Pró Jr.", esse programa tem como missão estimular e apoiar a criação e o desenvolvimento de empresas juniores, no âmbito da UnB, que tem se tornado um marco de referência nessa área de atividade, devido a grande procura por orientação, tanto por parte dos alunos da própria universidade como por parte de outras instituições.

O apoio do Programa a essas empresas volta-se para o processo de sua formação, bem como, à disponibilização de infra-estrutura produtiva, como laboratório de informática com acesso à internet, espaço físico, linha telefônica, divulgação em eventos científicos e tecnológicos e outras facilidades. Além de fornecer orientação para o desenvolvimento e consolidação do produto ou serviço idealizado pelo aluno e sua formação de gestor empresarial, o Programa oferece, ainda, a possibilidade de bolsas oriundas dos parceiros do CDT e uma ambiência própria ao desenvolvimento de empreendimentos, como o de Hotel de Projetos e o Programa de Incubadora de Empresas. Além do que, as instituições assistidas pelas "juniores" têm a possibilidade de contar com uma consultoria de qualidade, orientada por professores especialistas.

Existem em cada estado federações de empresas juniores que tem como principais objetivos: representar o movimento júnior frente aos órgãos competentes, procurando integrar os empresários juniores aos dirigentes da iniciativa privada e pública com o intuito de promover parcerias visando: fomentar a criação de novas Empresas Juniores, auxiliando no seu desenvolvimento; integrar o empresariado, de um modo geral, com as faculdades e universidades, afim de que possam adquirir novas tecnologias e conhecimento; criar e implantar normas de qualidade para empresas juniores. Dessa forma, pode-se dizer que o Programa Pró-Jr do CDT/UnB atua como mecanismo integrador das empresas juniores da Universidade de Brasília.

Metodologia

Esse texto é originário de uma pesquisa que está em andamento, na qual está sendo realizado o estudo de Programa de Consultoria Junior no Brasil, empregando, por excelência, a estratégia de uma de opinião dos empresários juniores, buscando a compreensão dos mesmos sobre empresas juniores.

Inicialmente foram estudadas as empresas juniores das universidades brasileiras. Nessa etapa do trabalho, a amostra foi de aproximadamente 40% dos 900 empresários juniores, universitários do país inteiro, que participaram do IX ENEJ – Encontro Nacional de Empresas Juniores, que aconteceu entre 2 e 6 de agosto de 2001, em Curitiba PR,

A coleta de dados foi realizada por meio de diversas técnicas, tais como: observação participante, com uma participação em diversas listas de discussão na internet sobre questões que envolviam o movimento empresa júnior, tanto em nível distrital, quanto em nível nacional. Análise documental em artigos e documentos, tendo sido considerado um dos mais completos o escrito por Franco de Matos, em 1997, A Empresa Júnior no Brasil e no Mundo. Esse autor foi o fundador da primeira federação de empresas júnior do Brasil - FEJESP- Federação de Empresas Juniores do Estado de São Paulo. Conversas informais, nas quais foram realizadas diversas visitas às empresas juniores da Universidade de Brasília, para que se pudesse diagnosticar a atual realidade dessas empresas no campus. Aplicação de dois questionários estruturados, um para traçar o perfil dos empresários juniores brasileiros e, outro para formalização do documento que possibilita elaborar, a partir da opinião dos atores envolvidos nesse Programa, o conceito de empresa júnior. Para a formalização desse documento foram realizadas diversas reuniões entre as Federações e as Empresas Juniores de cada estado.

Resultados

Os resultados, de um modo geral, estão voltados para o processo de formalização do Conceito Empresa Júnior para o que, inicialmente buscou-se o momento histórico, agosto de 2001, quando durante um encontro de Empresas Juniores, em Curitiba, o Movimento Empresa Júnior, MEJ, fundou a Rede Brasil Júnior. Nessa época muitos empresários juniores dedicaram-se a fomentar discussões, seminários, encontros, com a finalidade de criar o grupo da CONEJ e, finalmente a Rede Brasil Júnior –RBJ.

Essa rede formou-se a partir de um grupo de trabalho, criado pelas federações estaduais de empresas júnior, visando fortalecê-las, através do cumprimento das metas estabelecidas, para a fundação da Confederação Nacional de Empresas Júnior. O grupo CONEJ tinha por finalidade discutir e verificar as metas e processos de estruturação das federações e empresas juniores do Brasil e era composta por 02 membros de cada federação estadual e empresas juniores, entre elas: Alagoas, CONCENTRO, FEJEGO, FEJEMG, FEJEPAR, FEJERS, FEJESC, FEJESP, JUNIORES, PB JÚNIOR, RIO JÚNIOR, UNIJR - BA. A estrutura desse grupo é constituída de um Conselho Diretor do qual fazem parte todas

as empresas juniores em situação jurídica regular no Brasil, e de Federações Estaduais, compostas pelas empresas juniores de cada estado.

A partir das discussões desse grupo e das comunicações estabelecidas por intermédio da rede, no Encontro de 2001 das Empresas Juniores, em um segundo momento, foi aplicado questionário para obter subsídios com a finalidade de escrever documento que representa a concepção que os empresários juniores tem de Empresa **ASPECTOS** possível criar o conceito de Empresa Júnior, que tem por missão pro **METODOLÓGICOS** iento técnico e acadêmico de seus associados; promover o desenvolvimento econômico e social da comunidade, por meio de suas atividades; fomentar o espírito empreendedor de seus associados; promover o contato dos alunos com o mercado de trabalho; promover o desenvolvimento pessoal e profissional de seus associados.

A partir da aplicação dos questionários, foram identificados outros pontos considerados fundamentais para caracterizar as Empresas Juniores, como: possuírem registro, na Receita Federal e órgãos governamentais, como uma associação civil sem fins lucrativos; ter estatuto registrado em cartório e CNPJ próprio; possuir Nota Fiscal Própria, e suas instalações estarem amparadas por um Alvará da Prefeitura. Além disso, a Empresa Júnior não pode ter como finalidades: captar recursos financeiros para a Instituição de Ensino, por intermédio da realização dos seus projetos ou outras atividades; captar recursos financeiros para seus integrantes com projetos ou outras atividades; elevar o conceito do Curso e Instituição de Ensino diante do MEC e da sociedade; realizar aplicações financeiras com fins de acumulação de capital. Continuando, a Empresa Júnior e suas entidades representativas não poderão se envolver com qualquer forma de ideologia e pensamento de partidos políticos. No que diz respeito aos participantes, somente alunos de Instituição de Ensino, graduação ou tecnológico, podem participar do quadro administrativo da empresa e ter vínculo com a Empresa Júnior de voluntariado ou estágio.

Quanto aos projetos a serem realizados os atores estudados percebem que é necessário que façam parte do currículo teórico dos cursos ligados à Empresa Júnior e os serviços prestados aos clientes deverão receber orientação em sua totalidade. Essa orientação será dada por professores da Instituição de Ensino à qual a Empresa Júnior está ligada e na falta desses a Empresa Júnior poderá recorrer a profissionais de nível superior, devidamente habilitados na área do projeto.

Foi consenso dos empresários juniores que o foco de trabalho das empresas juniores é o público de micro empresas e empresas de pequeno porte e que não pode haver mais de uma Empresa Júnior no mesmo curso, no mesmo campus, ou Instituição de Ensino, devendo a existência da Empresa Júnior ser reconhecida formalmente como tal pela Instituição de Ensino.

A maioria dos respondentes opinou que a eleição dos órgãos deliberativos e administrativo deve ser feita por eleição direta, exceção aos casos de vacância temporária dos mesmos, e que os recursos das Empresas Juniores devem provir de serviços prestados.

Os dados coletados neste trabalho permitiram identificar que os empresários juniores que fizeram parte deste estudo, pertencem, tanto a universidades públicas, como privadas, em número, praticamente iguais; maioria são homens (64,2%), a idade média é de 20 anos e estão cursando o quarto ou quinto semestre da faculdade.

Os participantes desta pesquisa, em sua maioria, percebem que a maneira de influenciar os sistemas vigentes na sociedade é a de dividir idéias, não se omitir perante os outros. Consideram, também, que ser perseverante e ter ambição, seguida de responsabilidade e ética e preocupação com a sociedade, são valores fundamentais para que o Programa seja sério e obtenha respeitabilidade, não só dentro das instituições de ensino ao qual pertence, mas, junto a sociedade e, essencialmente ao setor produtivo. Entendem os empresários

juniores que, assim, poderão cumprir a missão social do Programa e da Universidade como um todo.

Esta pesquisa deverá ter sua continuidade, permitindo um estudo mais aprofundado da estratégia de formação universitária e da relação da universidade com o setor produtivo, a Empresa Júnior.

Referências

- Casali, A. et al. **Empregabilidade e educação; novos caminhos no mundo do trabalho**. São Paulo: EDUC, 1997.
- Dutra, I.S. **O empreendedor e a mortalidade de pequenas empresas de serviços em Londrina**. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Londrina. Londrina. 2001.
- Filion, L.J. O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, v. 31, nº3, jul-set, 1991, pp 63-72
- _____. **O empreendedorismo como tema em estudos superiores**. In Empreendedorismo, Ciência, Técnica e Arte. Brasília. CNI/IEL Nacional. 2001.
- _____. Empreendedorismo: Empreendedores e Proprietários-gerentes de Pequenos Negócios. In **Revista de Administração**. São Paulo v.34, nº2, pp.05-28. 1999.
- _____. **Compétence á concevoir et espace de soi: éléments de soutien au système d'activités entrepreneurial**. In: Congresso Latino Americano sobre Espírito Empresarial, 8, 1994 Cali. Anais... HEC, Montreal. 1994.
- _____. **O Empreendedorismo como tema de estudos superiores**. In Instituto Euvaldo Lodi, Empreendedorismo Ciência, Técnica e Arte. Brasília, CNI/IEL. 2000
- Freire, Luis Carlos e Oliveira, Francisco Djalma de. **A Atividade da Organização como Veículo para seu Aprendizado**. Curitiba. ENEO. 2000
- Gimenez, F; Júnior E. I.; Sunsin, L.A.S.B. **Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor**. In: Empreendedorismo: Competência Essencial para pequenas e Médias Empresas. Souza, Eda org. Brasília: ANPROTEC, 2001.
- Ropé F. e Tanguy L. (org.). **Saberes e competências. O Uso de tais noções na escola e na empresa**. Campinas: Papyrus, 1997.
- Rothwell, R.; Zegveld W. **Innovation and the small and medium sized firm**. Londres: Frances Printer. 1992.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Manual de Implantação do Projeto ENPROTEC**. Brasília. SEBRAE. 1999
- _____. **Dados gerais sobre o segmento empresarial**. 1999.
- <http://www.sebrae.com.br>. Acessado em 1º de junho de 2003.
- Timmons, J. **New Venture Creation**. Homewood. IL Irwin. 1990.
- Schumpeter, J. **A Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo. Nova Cultura. 1997
- Souza, Eda C.L. org. **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas**. Brasília: ANPROTEC. 2001