

**JUNIOR COMPANIES: CELLS THAT PROMOTE THE PROFESSIONAL  
DEVELOPMENT OF UNIVERSITY STUDENTS OF SÃO LUÍS - MA**

**EMPRESAS JUNIORES: CÉLULAS QUE FOMENTAM O DESENVOLVIMENTO  
PROFISSIONAL DE UNIVERSITÁRIOS DE SÃO LUÍS - MA**

**PAULO HENRIQUE SANTOS SILVA**

<https://orcid.org/0000-0002-2580-3454/> paulolevisk23@gmail.com  
Universidade CEUMA- São Luís, Maranhão.

**MARCOS MOURA SILVA**

moura.marcos@ufma.br  
Universidade CEUMA- São Luís, Maranhão

Recebido em: 26/03/2024

Aprovado em: 10/11/2024

Publicado em: 02/12/2024



## RESUMO

**Objetivo:** Analisar o papel do empreendedorismo na formação profissional dos discentes pertencentes às Empresas Juniores (EJs) das Instituições de Ensino Superior (IES) de São Luís. **Metodologia:** Abordagem quali-quantitativa aplicada por meio de formulário on-line com perguntas voltadas aos membros das 15 EJs federadas da capital. Trata-se de uma pesquisa de cunho exploratório que visa trazer elementos da realidade, quantificá-los e qualificar aspectos descritos pelos participantes. **Resultados:** Dados obtidos revelam que o empreendedorismo potencializa nos universitários características de mercado ao contribuir com o desenvolvimento humano e crescimento organizacional; além disso, as EJs desempenham um papel de base para a manifestação de habilidades empreendedoras que incidem na vida acadêmica e profissional de seus membros. **Contribuições teóricas/metodológicas:** a pesquisa apresentou uma abordagem quali-quantitativa completamente imersa no universo do empreendedorismo e das empresas juniores, adaptando-se à realidade dos diversos membros das empresas participantes. **Relevância/originalidade:** Diante da carência de estudos sobre o empreendedorismo nos centros acadêmicos e nas EJs, esse estudo contribui para a representatividade desse fenômeno na formação dos universitários ao promover o avanço das pesquisas sobre a questão analisada e angariar conhecimento para o progresso científico, principalmente por retratar a realidade de São Luís que ainda vive uma tímida evolução empreendedora. **Contribuições sociais:** Este artigo pode nortear outros pesquisadores sobre a temática e sobre a abordagem, já que serve como base para futuros estudos ao dar consistência à literatura investigada.

**Palavras-Chave:** Empreendedorismo. Empresa Júnior. Desenvolvimento Profissional.

## ABSTRACT

**Objective:** To analyze the role of entrepreneurship in the professional development of students belonging to Junior Companies (JCs) of the Higher Education Institutions (HEIs) in São Luís. **Methodology:** Quali-quantitative approach applied to an online assessment that targeted the members of the 15 federated JCs of the capital.

This is an exploratory research that intends to show elements of reality, quantify them and qualify the aspects described by the participants. Results: Data collected reveal that entrepreneurship enhances market characteristics in university students by contributing to human development and organizational growth; besides, the JCs work as the underlying basis for the manifestation of entrepreneurial skills that affect the academic and professional life of the members of the JCs. Theoretical/ Methodological contributions: this research introduced a quali-quantitative approach completely immersed in the universe of entrepreneurship and junior companies, adapted to the reality of the various members of the participating companies. Relevance/Originality: Since there is a lack of studies on entrepreneurship in academic centers and JCs, this study contributes to the representativeness of this phenomenon in the development of university students. It promotes the development of the studies on the subject and raises knowledge about it in order to contribute to scientific progress, especially by portraying the reality of São Luís, which is still experiencing a timid entrepreneurial evolution. Social contributions: This article can guide other researchers through the theme and through the approach since it works as a basis for future studies by elaborating ideas from the literature investigated.

**Keywords:** Entrepreneurship. Junior company. Professional development.

## 1 INTRODUÇÃO

O estudo do empreendedorismo revela a sua notoriedade para o desenvolvimento socioeconômico de um país, visto que a riqueza de uma nação é mensurada por sua aptidão para produzir bens e serviços, a ponto de satisfazer o bem-estar social. O tema empreendedorismo apresenta um crescimento acentuado nos principais meios de comunicação, especialmente os voltados aos jovens: é o que mostra a pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019), efetuada em 49 países, incluindo o Brasil, por meio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2018), o qual indicou um aumento de empreendedores jovens (18 a 24 anos). Tal pesquisa mostrou que a presença desse público cresceu de 18,9% para 22,2% do somatório de pessoas que começaram a empreender com negócios de até 3,5 anos.

No cenário em que se apresenta o empreendedorismo, para exercer sua profissão com elevado grau de competência e primazia, o empresário júnior terá de estar apto a absorver todas as qualidades necessárias, o que exige bastante empenho do indivíduo interessado e das entidades públicas/privadas quanto às oportunidades a serem disponibilizadas, pois o início de movimentos de alunos engajados em ações sociais e projetos de consultoria, nas Instituições de Ensino Superior (IES), configura-se como uma revolução no sistema brasileiro, a exemplo do Movimento Empresa Júnior (MEJ) que é capaz de contribuir para o desenvolvimento econômico, organizacional e humano nas universidades. No país, existem cerca de 1.124 empresas juniores (EJs) e 27

federações que são coordenadas pela Brasil Júnior (Confederação Brasileira de Empresas Júniores).

No contexto geral das universidades brasileiras, as EJs nascem como uma oportunidade de testar os conhecimentos teóricos aprendidos em sala de aula e aprimorá-los, e isso acaba por estimular o empreendedorismo nessas empresas, já que viabiliza aos discentes se desenvolverem profissionalmente, a partir de quando agregam novos valores, habilidades e técnicas. Logo, terão uma compreensão global e concreta sobre o mercado, uma tendência que favorece sua entrada. Dessa forma, desempenham papel fundamental na educação empreendedora de uma IES e, também, por tornar-se um elo entre professores, alunos e a própria instituição.

A importância deste estudo recai sobre a função que as empresas juniores cumprem ao fomentar o empreendedorismo entre jovens nos centros universitários, uma vez que promovem um perfil empreendedor alinhado às exigências de mercado, por meio da geração de novas atribuições e competências, oriundas de uma perspectiva mais dinâmica de proativismo, amparada pelos três pilares da universidade no Brasil: ensino, pesquisa e extensão. No que tange aos ganhos trazidos à sociedade pela sua presença, são destacados os preços abaixo de mercado, ao passo que a qualidade dos projetos inovadores oferecidos se mantém para oportunizar às micro e pequenas empresas, assim como ao microempreendedor, maior acessibilidade às soluções para seus negócios. Também, para o pesquisador, corrobora para a sua visão mais ampla sobre o processo empreendedor jovem e suas implicações na vivência acadêmica ao desenvolver aspectos críticos e analíticos em cada etapa alcançada.

Conforme a relevância do tema abordado por este trabalho, aponta-se como problema de pesquisa: De que forma o empreendedorismo, nas empresas juniores, contribui para o desenvolvimento profissional dos discentes das IES de São Luís? Tal questionamento há de requerer tanto uma revisão bibliográfica quanto a utilização de mecanismos de observação ou coleta de informações capazes de permitirem que a temática investigada atinja o objetivo geral da pesquisa que é: analisar o papel do empreendedorismo na formação profissional dos discentes pertencentes as empresas juniores das IES de São Luís. Nessa perspectiva, a pesquisa se sustenta nas referências de autores como: KURATKO (2016); FARAH (2017) e DORNELAS (2019).

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Para que o presente artigo atinja seus propósitos, é necessário que se faça uma contextualização acerca das teorias e artigos existentes, cujo propósito será o de dar consistência técnica-científica a este trabalho. Nesse sentido, é requerida uma abordagem aos seguintes temas: Empreendedorismo; Empresas Juniores; Desenvolvimento profissional, pelos quais entende-se serem o caminho para a análise do problema suscitado neste artigo.

## 2.1 Empreendedorismo: Perspectivas Conceituais

O empreendedorismo é um fenômeno abrangente que está relacionado com as ações que os seres humanos convertem em resultados nas diversas fases de sua vida, uma vez que a perspectiva de futuro é um traço que norteia o florescimento de soluções práticas constituídas por níveis de criatividade, inovação e sustentabilidade, em que a ação empreendedora transforma o ambiente ao gerar riqueza por meio do desenvolvimento econômico. Portanto, empreender significa o ato de fazer os sonhos realizarem-se, converter ideias em oportunidades, e proporcionar valor para toda a sociedade (DORNELAS, 2019).

O conceito de empreendedorismo está associado à uma atividade de mudança que põe o ato de empreender numa perspectiva dinâmica, ao despertar a curiosidade e o inconformismo do indivíduo - instintos que contribuem para o surgimento de ideais criativos de caráter inédito que são transformadas em oportunidades de negócios. Neste processo, o empreendedor necessita testar suas limitações, além da sua competência de realização daquilo que objetiva, pois a inovação se apresenta como ferramenta inerente aos empreendedores. Por essa razão, a necessidade impulsiona a produção de alternativas para a resolução dos problemas vigentes e isso exige um trabalho árduo focado no propósito inicial até a sua consumação (COHEN, 2017).

No contexto empresarial, para que empresa seja capaz de praticar o empreendedorismo, necessita-se da criação de um ambiente que propicie e incentive o potencial inventivo e proativo dos funcionários, isto é, a organização precisa estimular a ação empreendedora ao encorajar seus colaboradores a perceber que o comportamento empreendedor trará importantes benefícios quanto à resolução de problemas e ao enfrentamento dos desafios, pois, a partir daí, abre-se margem para a geração de novas ideias e a consolidação de uma cultura corporativa forte. Nessa perspectiva, a administração deve praticar o empreendedorismo ao construir um cenário que viabilize o seu

desenvolvimento e engaje os seus membros quanto à adoção de atitudes empreendedoras (AFFONSO *et al.*, 2018).

A atuação do empreendedor deve estar alicerçada na combinação de três competências: conhecimento, habilidade e atitude, as quais definem a sua capacidade de enxergar as modificações no ambiente e agir em face das oportunidades. Assim sendo, ter informações necessárias sobre o mercado e tecnologias requer uma relação equilibrada entre essas competências para poder explorá-las sabiamente. Ao centrar-se nas experiências, o indivíduo desenvolve o conhecimento, bem como as habilidades e atitudes que são necessárias para sanar os problemas (VELHO, 2017).

No processo de desenvolvimento humano, o empreendedorismo leva o indivíduo a responsabilizar-se pela concepção e implementação de um empreendimento novo, ao buscar entender o negócio por meio de uma abordagem criativa que facilite a identificação dos problemas, ao passo que oportuniza a produção de *insights* para resolvê-los. Vale ressaltar que o empreendedorismo possibilita ao indivíduo o pioneirismo em diferentes ramos do mercado, onde a capacidade de realização e a disposição para inovar se tornam referência quando se pretende analisar a chamada livre-iniciativa. Independentemente do problema, a resposta continuará a ser os empreendedores que também continuarão a guiar o crescimento econômico nos diferentes âmbitos que atuarem (KURATKO, 2016).

Constitui-se o empreendedorismo como o processo que traduz o anseio de um pessoa que, influenciada por fatores externos, evidencia as fragilidades sociais e econômicas, e isso tudo culmina na abertura de iniciativas individuais e/ou coletivas as quais se transformam em ações efetivas, a partir de quando contam com aportes de inovação que incorporam ideias a serem moldadas à realidade local, uma vez que a liberdade de pensar permite correr riscos e ousar diante da ordem econômica. É evidente que, ao inserir-se no mercado, um empreendedor terá de se atentar constantemente às transformações que ocorrem ao seu redor, a fim de que o seu potencial possa produzir efeitos práticos sobre o seu diferencial competitivo (FABRETE, 2019).

Dentre as classificações, o empreendedorismo social se destaca ao propor soluções inovadoras sem focar no lucro gerado por suas ações, mas sim nos impactos positivos que recairão sobre a sociedade. Portanto, é um aspecto que ganha força por intermédio da iniciativa empreendedora, a qual se utiliza do conhecimento e explora as oportunidades para a geração de valor. Por isso, o elemento-

chave que ampara os resultados das ações sócio empreendedoras é a motivação do indivíduo frente aos desafios, à mentalidade de mudança e à essência proativa para lidar com os riscos, logo, os empreendedores se convertem em agentes de mudanças. Salienta-se que os empreendedores sociais buscam transformar a realidade - que lhes causa incômodo - por meio da capacidade criativa e do alcance da empatia (ANASTÁCIO, 2018).

## **2.2 Empresa Júnior: Organização Empreendedora**

Por definição, uma Empresa Júnior (EJ) é uma organização constituída somente por alunos de nível superior que presta serviços dispostos baseados na relação equilibrada entre qualidade e baixo custo, fatores que determinam a plena execução do serviço. Nessa perspectiva, os empresários juniores se transformam em especialistas à proporção que atuam num mesmo ramo de mercado e, por causa disso, conseguem absorver conhecimentos que norteiam a ação empreendedora, tal como novas oportunidades de negócios. O conceito de Empresa Júnior se refere à uma associação organizada e gerida por alunos, atrelada a intentos acadêmicos e à não priorização do lucro, além de figurar a vivência empresarial sob a luz do empreendedorismo desenvolvido em uma IES (SILVA, 2014).

A prestação de um serviço feita por uma Empresa Júnior, quer seja para as pessoas físicas, quer seja para as micro e pequenas empresas ou terceiro setor, tem como plano de fundo o anseio de transformação social, que gera ao cliente a valorização de iniciativas empreendedoras, em que a EJ assume o papel de instrumento que favorece o desenvolvimento do espírito empreendedor, pois projetos desenvolvidos pelos discentes despertam a sua consciência relativa à importância do empreendedorismo para o crescimento de um negócio. Houve um breve crescimento na relação entre empreendedores por necessidade e por oportunidade, em 2018, ao comparar-se com 2017; da mesma forma, houve um significativo aumento de cerca de 15 pontos percentuais das pessoas que sonham em ter o próprio negócio - um desejo relatado por 33% da população no ano em que a pesquisa foi aplicada (GEM, 2019).

O ecossistema existente nas empresas juniores é a síntese de atividades integradoras de inovação e empreendedorismo que se refletem sobre a realidade universitária, por meio da qual as EJs funcionam como um canal de manifestação do perfil empreendedor do aluno diante da universidade, comunidade local e mercado. Frente a esse processo, o empreendedor provoca a

destruição criativa ao impulsionar a criação de novos recursos que facilitem o acesso à solução para as problemáticas do cotidiano, porque, ao acionar a competitividade por meio do sistema de renovação contínua, torna tudo que existe ao redor mais prático (DEGEN, 2009).

Com a expansão das empresas juniores no país, fez-se necessária a consolidação de um elo institucional que tornasse o MEJ um movimento harmonioso e coerente em todos os âmbitos que tais empresas se fizessem presentes, medida essa que poderia inviabilizar a perda da essência empreendedora. Para isso, tem-se a lei nº 13.267, sancionada em abril de 2016, que designa a criação e a estruturação das EJs ao estabelecer instruções de caráter normativo sobre o seu funcionamento; logo, ela reitera a relevância de sua atuação para o processo empreendedor:

Art. 5º A empresa júnior, cujos fins são educacionais e não lucrativos, terá, além de outros específicos, os seguintes objetivos:

VII - promover o desenvolvimento econômico e social da comunidade ao mesmo tempo em que fomenta o empreendedorismo de seus associados. (BRASIL, 2016).

A lei da EJ é um marco regulatório ao reconhecer o papel dessa associação para o empreendedor universitário, e delinear regras que orientem a sua atividade e auxiliem as universidades quanto à difusão dessas células empreendedoras nos diversos cursos de graduação da instituição. Nesse sentido, o grande desafio para as EJs é justamente a capacidade de mostrar a geração dos recursos imateriais, a exemplo do empreendedorismo. Baseado nesse pressuposto, o capital empreendedor é muito requisitado no cenário mercadológico global, o que requer da empresa uma imersão fundamentada na importância desse agente para a economia e a sociedade, sob o potencial produtivo e qualidade na prestação do serviço (FARAH, 2017).

Os movimentos empreendedores despontaram mediante o dinamismo apresentado pelas empresas juniores, ao buscarem equacionar os problemas detectados em suas ações de consultoria prestadas aos seus clientes. Por sua vez, a formalização do MEJ possibilitou o surgimento da Brasil Júnior, também conhecida como Confederação Brasileira de Empresas Juniores que, ao coordenar as federações estaduais, e por consequência às EJs, centra-se na busca de integração por meio do *networking* e *benchmarking* somados ao fortalecimento de uma rede cada vez mais alinhada. A média de faturamento por EJ, em 2018, foi de 36.500,00 reais, e de projetos implementados foi de 22,73%

por EJ, um crescimento aproximado de 21% do faturamento médio e de 36% da quantidade de projetos realizados por empresário júnior (Brasil Júnior, 2018).

Ao operar como pequena empresa, a EJ faz dos membros donos do negócio ao adquirir projetos externos que aplicam o conhecimento obtido, na medida em que geram receitas providas da construção do networking - fator decisivo na captação de novos clientes no mercado. Destarte, essas empresas transformam-se em autênticos laboratórios que complementam a aprendizagem oriunda da sala de aula. Metade dos especialistas mencionam a capacidade empreendedora como um dos principais fatores que favorecem a criação e a sustentação de novos empreendimentos, sobretudo a força para vencer os problemas advindos de um cenário desafiador. Fatores como educação e capacitação são destacados como esferas sociais que condicionam um espaço mais favorável para empreender e causar altos impactos socioeconômicos (SEBRAE, 2018).

### **2.3 Desenvolvimento Profissional Sob A Luz Da Educação Empreendedora**

Ao falar de desenvolvimento, percebe-se que, sobre a ótica universitária, a manifestação do perfil empreendedor para a garantia da profissionalização do indivíduo se dá pela promoção de espaços de inovação que estimulam a aprendizagem ao assentarem-se na finalidade educacional focada na formação de pessoas. Paralelo a isso, deve-se promover o conhecimento por meio da construção de soluções práticas para um determinado negócio em que a implementação de laboratórios abertos propicia a difusão de mecanismos que favorecem a aplicação das atividades empresariais nas IES, mediante as EJs, ao cooperar com a comunidade acadêmica e a sociedade (ANPROTEC, 2019).

O processo que precede a formação do indivíduo está atrelado a inúmeros estímulos ambientais que orientam o seu comportamento e determinam o grau de maturidade, assim como o de rapidez para se desenvolver plenamente, em que a valorização da experiência é a chave para o progresso do discente na colisão entre o aprender e o fazer, dado que a prática revela um posicionamento essencialmente proativo. Nesse sentido, uma perspectiva empreendedora mais ampla se fundamenta nos estímulos intensificados durante a vida acadêmica e na participação ativa do discente em movimentos empreendedores - a exemplo das EJs -, em que a predisposição do indivíduo

para empreender associa-se à mentalidade inovadora desenvolvida ao buscar entender esse processo, bem como a sua contribuição para a carreira profissional (LOPES, 2019).

A educação empreendedora, difundida por diversas atividades que envolvem a rotina universitária, é fundamental para o aperfeiçoamento de competências e inspiração às novas ideias por meio da capacidade criativa, na qual o investimento no capital humano, presente nas empresas juniores, fomenta a concepção de um ciclo virtuoso que possibilita um retorno em longo prazo na qualificação e expertise dos membros quanto à resolução das problemáticas. Observou-se que o principal motivo para não haver interesse por parte dos discentes em empreender está no fato de nunca terem pensado no assunto, e isso evoca o papel das empresas juniores na necessidade de desenvolvimento profissional, ao passo que os ajuda a estruturar as suas ideias de negócio sem considerá-lo um complemento à renda, mas sim um gerador de impactos por intermédio das suas ideias (ENDEAVOR, 2016).

Deste modo, a educação empreendedora tem por base a disponibilização dos recursos e procedimentos testados previamente pelos empreendedores, de maneira coordenada, em que se torna possível a construção de sua jornada rumo às novas oportunidades que o levarão ao sucesso. Nesse contexto, para ter o protagonismo no ambiente da inovação, faz-se necessária a mudança da mentalidade empreendedora, já que o fato de ter ideias criativas não garante destaque diante dos concorrentes. Cerca de 85,8% dos funcionários de empresas ativas não têm nível superior completo, dado que evidencia a necessidade de participação dos universitários formados nesse universo. Em contraste a isso, houve um avanço no desenvolvimento profissional cuja participação do pessoal com ensino superior completo, nas empresas de alto crescimento, aumentou 5,5 pontos percentuais, de 2009 a 2017 (IBGE, 2019).

A transformação que os universitários passam ao ingressar nas empresas juniores está alicerçada na qualificação profissional, a qual é resultante do desenvolvimento de uma cultura empreendedora consistente e orientada pela união de esforços das IES, EJs e dos alunos. Além disso, é preciso considerar as práticas empreendedoras como elementos essenciais dentro dos projetos pedagógicos de cada curso, o que potencializaria o surgimento de novos empreendimentos e, por consequência, novos postos de trabalho. Dessa maneira, as ações coletivas de empreendedorismo consolidam a cultura empreendedora, a partir de seus agentes, isto é, os empresários juniores tomam

ciência de sua importância dentro da dinâmica socioeconômica e priorizam o autoconhecimento para melhor gerir suas habilidades em prol do grupo, podendo-se afirmar, neste caso, que a realidade de um local sofrerá mudanças substanciais (MANDUCA, 2016).

A observância das características impulsionadoras da evolução profissional do acadêmico, tais como: intrepidez na tomada de decisão; pensamento visionário; nutrir o *networking*; responsabilidade ao arriscar-se; e, dedicação ao que faz, levam a crer que o ser humano é empreendedor por natureza, ao partir da premissa de que para sobreviver necessita se reinventar. Por consequência, a alteração e/ou substituição das estruturas tradicionais por outras mais novas, complexas e sofisticadas já é realidade. O desenvolvimento se dá pela capacidade do indivíduo em assumir diferentes posições diante dos níveis de responsabilidade, em que a gestão da aprendizagem propicia o aperfeiçoamento do discente ao aumentar seu diferencial competitivo no mercado e canalizar esse desenvolvimento para um ambiente de mudanças constantes, onde expõem os empresários juniores à necessidade de se prepararem para lidar com circunstâncias desafiadoras (SOUZA NETO, 2017).

### 3 METODOLOGIA

Levando-se em consideração as diferentes formas metodológicas existentes na literatura, a pesquisa realizada e descrita neste artigo tem embasamento teórico, concebido por revisão bibliográfica e caráter científico, e que por estes motivos deve ser classificada segundo as seguintes perspectivas: finalidade, objetivo, abordagem e natureza. Quanto à finalidade, a pesquisa é básica por ter a funcionalidade de angariar conhecimento para o progresso científico, e, somado a isso, não pretende-se fazer uma aplicação específica, justamente por não apresentar finalidade imediata ao abarcar verdades e interesses universais, sem implementação prevista na prática (GERHARDT *et al.*, 2009).

Classifica-se o objetivo da pesquisa como exploratório, por se aprofundar no fenômeno estudado, ao envolver alunos participantes de EJs de São Luís e o seu desenvolvimento profissional sob a luz do empreendedorismo. Este tipo de pesquisa tem por intento proporcionar maior familiaridade com o problema ao dar ênfase na sua evidenciação durante o estudo, e fazer o levantamento de todas as implicações que estejam ligadas ao fenômeno (GIL, 2007).

O critério de abordagem desse trabalho dá-se pela pesquisa de campo, ao observar o contexto ao qual os fatos e o fenômeno estudado se apresentam, em que a coleta de dados e a identificação das variáveis é primordial para os analisar e, por consequência, descobrir uma resposta para o problema, assim como encontrar novos fenômenos ou as relações entre eles. Vale ressaltar que a pesquisa de campo vai diretamente à fonte, isto é, à população pesquisada, onde o pesquisador se faz presente a fim de acompanhar todo o processo de investigação dentro do contingente analisado (LOZADA, 2018).

A natureza da presente pesquisa é quali-quantitativa, uma vez que se busca analisar aspectos da realidade e quantificá-los, para a realização de uma análise muito mais aprofundada sobre o tema pesquisado ao focalizar no entendimento da dinâmica das relações sociais. O instrumento de coleta de dados é constituído por um questionário *on-line*, desenvolvido na plataforma *Google Forms*, que foram enviados por rede social ao público-alvo, formado por universitários membros de empresas juniores de São Luís – MA; para isso, a amostragem abrangeu um total de 15 EJs da capital. O desenho da pesquisa proposto foi o estudo contextual, pois, por meio das respostas dos participantes, obteve-se um panorama geral do ambiente onde estão inseridos. A pesquisa tem o ambiente como fonte direta dos dados e, desse modo, requer um estudo mais intensivo de campo, perfazendo-se sobre a convergência de diferentes pontos a serem analisados dentro da realidade local (NEVES, 2007).

#### 4. RESULTADOS E ANÁLISES

Com a aplicação do formulário respondido pelos empresários juniores de diferentes EJs da capital de São Luís do Maranhão, pôde-se encontrar resultados consistentes para a conjuntura da pesquisa trabalhada.

**Quadro 1 - Você concorda que a empresa júnior contribui para o seu aprendizado prático e profissional**

Concordo totalmente	Concordo Parcialmente	Total
90,5%	8,6 %	100%

**Fonte: Elaborado pelos autores (2021)**

De acordo com o quadro 1, a maioria (90,5%) dos entrevistados concorda totalmente que as empresas juniores contribuem para o aprendizado prático e profissional do discente, já que a interação com influências mercadológicas viabiliza a profissionalização do indivíduo. De modo geral, o

empreendedorismo é um processo dinâmico direcionado por indivíduos que despendem tempo e alto grau de comprometimento com a carreira, ao constatar as qualidades e recursos necessários para empreender, em que a capacidade de tornar desafios em oportunidades de negócio é uma maneira de contribuir com a sociedade e o desenvolvimento de cada acadêmico que viva tal experiência (MENDES, 2017).

**Quadro 2. A EJ favorece as práticas empreendedoras por parte dos universitários**

Concordo totalmente	Concordo Parcialmente	Total
84,8%	11,4 %	100%

**Fonte: Elaborado pelos autores (2021)**

Segundo o quadro 2, quando questionados se as práticas empreendedoras são favorecidas pelas empresas juniores, 84,8% dos participantes estavam de acordo com a afirmação - dado que se sustenta pelo alto grau de importância que as ações empreendedoras têm para os discentes. A relação entre conhecimento e prática se configura como base para a educação empreendedora, pois o conhecimento leva à prática, a experiência facilita a absorção do conhecimento, viabilizando a implementação de rotinas diretamente ligadas às ações empreendedoras para que ideias se tornem negócios (SOSNOWSKI, 2018).

**Quadro 3. Com o empreendedorismo presente na empresa júnior, você conseguiu desenvolver-se profissionalmente.**

Concordo totalmente	Concordo Parcialmente	Total
67,6%	27,6%	100%

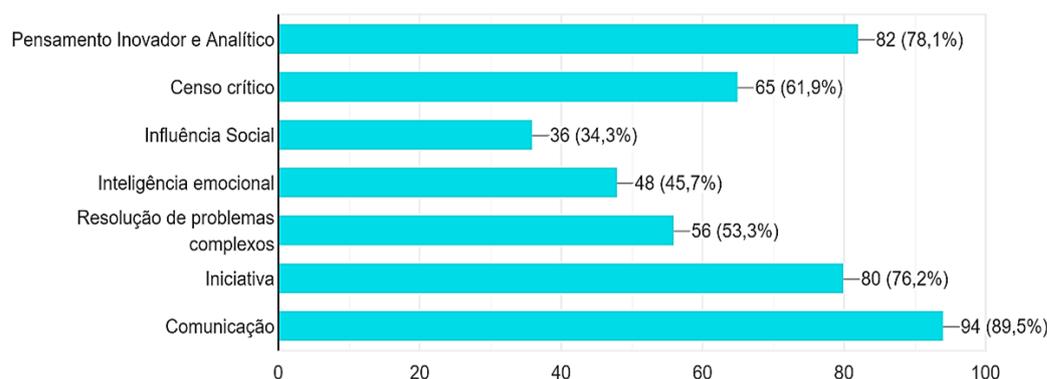
**Fonte: Elaborado pelos autores (2021)**

Observa-se, no quadro 3, que 67,6% dos partícipes afirmaram que conseguiram se desenvolver profissionalmente por meio do empreendedorismo existente na empresa júnior a qual fazem parte. O desenvolvimento de novas habilidades e competências se potencializam com a realização de mudanças concebidas por escolhas do próprio indivíduo, ao encontrar meios que possibilitem a definição de atividades compatíveis com as suas aptidões, simultaneamente, compossíveis aos propósitos da organização (SOUZA, 2019).

Conforme abaixo aponta o gráfico 1, das competências empreendedoras elencadas na pesquisa, as que mais foram desenvolvidas pelos respondentes dentro das EJs foram (ordem por itens mais votados): Comunicação; Pensamento inovador e analítico; Iniciativa e senso crítico.

Corroborando com isso, observou-se que, das atividades desenvolvidas na EJ, as que estão fortemente relacionadas com as ações empreendedoras são: trabalho em equipe; participar de projetos de consultoria e implementação de ferramentas na EJ.

**Gráfico 1. Quais competências empreendedoras você desenvolveu?**



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

É imperativo que o ser empreendedor busque romper as barreiras das dificuldades e limitações para galgar condições inimagináveis ao procurar novas formas de fazer e otimizar os processos, em que a superação dos desafios se dará pela incorporação de habilidades fundamentais para o seu sucesso profissional (BIAGIO, 2012).

**Quadro 4. Dentro da universidade, você considera as EJs um diferencial para o mercado**

Concordo totalmente	Concordo Parcialmente	Total
87,6%	12,4%	100%

Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Um dado importante, explicitado pelo quadro 4, foi de que todos os entrevistados consideram as EJs um diferencial para o mercado dentro dos centros universitários, já que o crescente nível de desenvolvimento apontado deve-se, em sua grande parte, à atuação dos entrevistados dentro das empresas juniores, o que viria a oportunizar a inserção dentro do mercado de trabalho. A empregabilidade e a atratividade de mercado estão voltadas para a agregação de valor, ao ir além de uma análise superficial do diferencial de uma empresa em relação à concorrência existente. Isso acontece porque o mercado está em constantes mudanças, as quais exigem das organizações maior atuação e investimentos para se diferenciarem no mercado e se manterem competitivas (BONHO, 2018).

**Quadro 5. Você indicaria as empresas juniores para qualquer discente que pensa em desenvolver-se profissionalmente**

Concordo totalmente	Concordo Parcialmente	Total
93,3%	4,8%	100%

**Fonte: Elaborado pelos autores (2021)**

Diante do quadro 5, é perceptível o consenso da maioria (93,3%) dos respondentes que veem o empreendedorismo como um marco na dinâmica da EJ, e, desta maneira, a sua propensão empreendedora influencia as indicações e convites a outros universitários a participarem da organização. As características empreendedoras mencionadas pelos discentes que se destacaram foram: Comprometimento e Determinação; Liderança e Adaptabilidade.

O processo de qualificar uma oportunidade dar-se-á pelas diversas combinações de atributos, em que a questão de influenciar diferentes pessoas a aderirem à tal oportunidade reside na clarificação dos ganhos oriundos da participação em ambientes majoritariamente empreendedores. Por isso, encorajar o todo implica grande esforço para fazer acontecer, isto é, transformar ideias em realidade e, por consequência, na produção de resultados (BESSANT, 2019).

**Quadro 6. O comportamento empreendedor potencializa o fechamento de contratos na EJ**

Concordo totalmente	Concordo Parcialmente	Total
75,2%	21,9%	100%

**Fonte: Elaborado pelos autores (2021)**

O quadro 6 revela que cerca de 75,2% dos participantes da pesquisa consideram que o comportamento empreendedor tende a potencializar o fechamento de novos contratos por parte dos empresários juniores, ao possibilitar que as práticas empreendedoras possam ser amplamente difundidas em cada serviço prestado. A maior parcela do crescimento econômico é gerada por empreendedores, ao criarem novos postos de trabalho, assim como o oferecimento de diferentes serviços e produtos, uma vez que a era empreendedora tornou unânime o pensamento de que empreender é sinônimo de prosperidade econômica nos mais variados cenários, inclusive nas empresas juniores (FARELL, 2019).

**Quadro 7. Você acredita que o empreendedorismo presente na EJ auxilia na decisão do que ser profissionalmente**

Concordo totalmente	Concordo Parcialmente	Total
62,9%	32,4%	100%

Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Consoante o quadro 7, cerca de 62,9% dos participantes compactuam que a tomada de decisão sobre quais caminhos seguir na vida profissional – fora da universidade – tem a contribuição do empreendedorismo presente no ambiente das empresas juniores e, aliado a isso, a EJ foi o primeiro ecossistema a qual parte dos entrevistados tiveram contato com esse fenômeno. A identificação do potencial de cada discente está atrelada ao seu autoconhecimento e desenvolvimento como membro de uma organização, por intermédio de aspectos característicos do perfil profissional ao qual deseja chegar, tornando-se fundamental que pequenos comportamentos sejam recompensados a fim gerar uma maior aproximação das atividades que esses jovens empreendedores se identificam e têm prazer em trabalhar (BANOV, 2019).

Vale destacar que na pesquisa foram encontrados pontos em comum nos relatos dos entrevistados envolvendo temas como: empreendedorismo, desenvolvimento e profissionalismo. Com isso, os depoimentos a seguir revelam a percepção empreendedora dos empresários juniores frente a necessidade de se desenvolverem profissionalmente enquanto participantes das EJs:

**A prática nas empresas juniores favorece o desenvolvimento acadêmico e profissional do estudante, por lhe botar em contato com práticas ainda desconhecidas** e por proporcionar o exercício de práticas necessárias ao curso dele. (ENTREVISTADO 1, grifo nosso)

Até chegar ao cargo de presidência, **passei por muitas situações que me permitiram ter um aprendizado e desenvolvimento ímpar.** (ENTREVISTADO 2, grifo nosso)

A Empresa Júnior, é um mar aberto, **para quem quer mergulhar no empreendedorismo e capturar altos lances do futuro.** (ENTREVISTADO 3, grifo nosso)

Faço parte da diretoria comercial e o que mais me encanta na EJ é a flexibilidade e facilidade de mudança de estratégias. A empresa sempre está disposta a ouvir sugestões e aplicá-las se elas representarem evoluções, dessa forma, **os membros se sentem mais confiantes e seguros para falar suas opiniões e contribuições, o que na minha opinião, favorece a essência de liderança de cada um.** (ENTREVISTADO 4, grifo nosso)

Ao partir da análise dos discursos dos depoentes, nota-se que o ambiente empreendedor nas EJs favorece a realização de anseios pouco alcançados dentro das aulas teóricas, em que a aplicação prática do conhecimento conduz para a profissionalização do indivíduo e sua preparação para o mercado. Como evidenciado no depoimento 1: “A *prática nas empresas juniores favorece o desenvolvimento acadêmico e profissional do estudante, por lhe botar em contato com práticas ainda*

*desconhecidas (...)*". E, em seguida complementado pelo relato 2: *"Até chegar ao cargo de presidência, passei por muitas situações que me permitiram ter um aprendizado e desenvolvimento ímpar"*. Partindo desta realidade, a necessidade de valorização do empreendedorismo passou a exercer grande influência no meio acadêmico, já que a implementação de ações empreendedoras estimula o exercício prático por parte dos discentes e ajudam no crescimento de cada indivíduo exposto a essa condição (SALIM, 2010).

Nesse contexto, a essência do empreendedorismo perpassa por características que vão além do ambiente ao qual os acadêmicos estão envolvidos, onde o desenvolvimento de características empreendedoras viabiliza a sua formação como profissionais e líderes dentro da sua área de atuação. Tal como observado na resposta 3: *"A Empresa Júnior, é um mar aberto, para quem quer mergulhar no empreendedorismo e capturar altos lances do futuro"*. Acrescida pela declaração 4: *"(...) os membros se sentem mais confiantes e seguros para falar suas opiniões e contribuições, o que na minha opinião, favorece a essência de liderança de cada um"*. A literatura dominante vê o empreendedorismo como um fenômeno mutável ao buscar construir, em cada indivíduo, características que possam ser desenvolvidas por meio da iniciativa, autonomia e criatividade - qualidades que contribuem no aprimoramento de sua atitude empreendedora, ao assumir o papel de agente de transformação no âmbito pessoal e profissional (LOPES, 2010).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao findar a realização de todas as etapas do presente trabalho, conclui-se que o Movimento Empresa Júnior se configura como sinônimo de empreendedorismo ao alavancar a multidisciplinariedade do Ensino Superior e desenvolver um comportamento ativo dos acadêmicos perante a dinâmica do mundo dos negócios; por isso, a atmosfera e vivência empreendedoras são tão importantes para o indivíduo que faz parte de uma empresa júnior. Pode-se ter esse entendimento mediante a constatação de que a maioria dos entrevistados veem as EJs como um ambiente que contribui para o aprendizado prático e profissional do discente, visto que o empreendedorismo encontra nessas organizações um ecossistema favorável para a sua disseminação, e se sustenta pelo alto grau de importância que as ações empreendedoras têm para os universitários.

O desenvolvimento profissional dos acadêmicos teve grande influência do empreendedorismo, uma vez que a maior parte dos entrevistados afirmaram ter conseguido cultivar competências essenciais para a sua formação profissional, tais como: comunicação, mentalidade inovadora e analítica, iniciativa e senso crítico, que estão diretamente ligadas às atividades diárias da empresa júnior, considerada um diferencial para o mercado dentro dos centros universitários.

É possível afirmar que o comportamento empreendedor facilita e agiliza o surgimento de novos contratos de prestação de serviço executados pela EJ ao colaborar com a aquisição de experiência necessária para lidar com desafios do mercado de trabalho. Além disso, o empreendedorismo apresentado nos resultados da pesquisa se constitui como agente de transformação social ao interagir com o comportamento do discente e orientar a sua tomada de decisão quanto à carreira profissional que irá seguir ao terminar o curso de graduação. Assim, a problemática da pesquisa, a qual buscou saber de que forma o empreendedorismo nas empresas juniores contribui para o desenvolvimento profissional dos discentes das IES de São Luís, foi respondida. Logo, o objetivo geral da pesquisa que se debruçou em analisar o papel do empreendedorismo na formação profissional dos discentes pertencentes às empresas juniores das IES de São Luís, foi alcançado.

Por último, espera-se que a temática abordada e o trabalho realizado venham a contribuir para a produção de futuros artigos nessa linha de conteúdo, que elucidou o efeito do empreendedorismo no processo de desenvolvimento dos empresários juniores, nos quais significativos progressos encontrados no estudo consigam colaborar, de maneira substancial, para o entendimento relativo ao universo empreendedor focalizado nas EJs, pois acredita-se que somente assim a essência empreendedora possa ser alcançada, o que traria uma nova perspectiva à esfera universitária ludovicense, bem como para as demais regiões que carecem de tal envergadura educacional. Com isso, um aspecto relevante seria pesquisar sobre a vida profissional dos pós-juniores e suas atuações no mercado de trabalho sob o viés empreendedor.

## REFERÊNCIAS

AFFONSO, L.M.F. **Empreendedorismo** [recurso eletrônico]/Ligia Maria Fonseca Affonso, Léia Maria Erlich Ruwer, Giancarlo Giacomelli; [revisão técnica: Rogério de Moraes Bohn]. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

ANASTÁCIO, M.R.; FILHO, P.R.A.C.; MARTINS, J. **Empreendedorismo social e inovação no contexto brasileiro**. Curitiba: PUCPRESS, 2018.

ANPROTEC, Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores. **Mapeamento dos mecanismos de geração de Empreendimentos Inovadores no Brasil**. Disponível em: <[https://anprotec.org.br/site/wp-content/uploads/2019/09/Mapeamento\\_Empreendimentos\\_Inovadores.pdf](https://anprotec.org.br/site/wp-content/uploads/2019/09/Mapeamento_Empreendimentos_Inovadores.pdf)>. Acesso em: 17 maio 2021.

BANOV, M.R. **Comportamento organizacional: melhorando o desempenho e o comprometimento no trabalho**. 1ed. São Paulo: Atlas, 2019.

BESSANT, J. **Inovação e empreendedorismo** [recurso eletrônico. 3ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

BIAGIO, L.A. **Empreendedorismo: construindo seu projeto de vida**. Barueri, SP: Manole, 2012.

BONHO, F.T. **Pesquisa mercadológica** [recurso eletrônico]/Fabiana Tramontin Bonho; [revisão técnica: Alexsander Canaparro da Silva]. – Porto Alegre: SAGAH, 2018.

BRASIL. Lei nº13.267, de 6 de abril de 2016. Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de Ensino Superior. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, p.1, 6 abr. 2016. 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: 18 maio 2021.

BRASIL JÚNIOR. Confederação Brasileira de Empresas Juniores. **Censo de Identidade – Relatório 2018**. Disponível em: <<http://bit.ly/CensoIdentidade2018>>. Acesso em: 21 maio 2021.

COHEN, W.A. **Peter Drucker: melhores práticas**. 1ed. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

DEGEN, R.J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. 2ed. São Paulo: Empreende, 2019.

ENDEAVOR; SEBRAE. **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2016**. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/ambiente/pesquisa-empreendedorismo-nas-universidades-brasileiras-2016/#Download>>. Acesso em: 22 maio 2021.

FABRETE, T.C.L. **Empreendedorismo**. 2ed. São Paulo: Person Education do Brasil, 2019.

FARAH, O.E. **Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas**. 2ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

FARELL, L.C. **Atitude empreendedora** [recurso eletrônico]/Larry C. Farrell. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Global Report 2018/2019**. Disponível em:<<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>>. Acesso em: 20 maio 2021.

GERHARDT, T.E.; SILVEIRA, D.T; NEIS, I.A.; ABREU, S.P.; RODRIGUES, R.S. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo: 2017/IBGE**, Coordenação de Cadastro e Classificações. - Rio de Janeiro: IBGE, 2019.

KURATKO, D. **Empreendedorismo: teoria, processo, prática**. 10. ed. – São Paulo, SP: Cengage Learning, 2016. [Recurso digital].

LOPES, R.M. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

LOPES, R.M.A. **Ensino de Empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas**. Rio de Janeiro: Alta books, 2019.

LOZADA, G. **Metodologia científica** [recurso eletrônico]/Gisele Lozada, Karina da Silva Nunes; [revisão técnica: Ane Lise Pereira da Costa Dalcul]. - Porto Alegre: SAGAH, 2018.

MANDUCA, A. **Empreendedorismo: uma perspectiva multidisciplinar**. 1ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016.

MENDES, J. **Empreendedorismo 360°: a prática na prática**. 3ed. São Paulo: Atlas, 2017.

NEVES, E.B.N. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. Rio de Janeiro: EB/CEP, 2007.

SALIM, C.S. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Relatório Executivo GEM 2018 – **Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em:<<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2021.

SILVA, J.M.P.Q. **Empresas Juniores: regime jurídico civil e tributário no direito brasileiro e comparado**. Brasília: Edição do autor, 2014.

SOSNOWSKI, A.S. **Empreendedorismo para leigos**. Rio de Janeiro: Alta books, 2018.

SOUZA, A.C.A.A. **Coaching e carreira** [recurso eletrônico]. Porto Alegre: SAGAH, 2019.

SOUZA NETO, B. **Contribuição e elementos para um metamodelo empreendedor brasileiro: o empreendedorismo de necessidade do “virador”**. 2ed. São Paulo: Blucher, 2017.

VELHO, A.G. **Empreendedorismo** [recurso eletrônico]. 3ed. Porto Alegre: SAGAH, 2017.