

Administração, Empreendedorismo e Inovação 2

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)



Atena
Editora

Ano 2019

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)

Administração, Empreendedorismo e Inovação 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

A238 Administração, empreendedorismo e inovação 2 [recurso eletrônico] /
Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa
(PR): Atena Editora, 2019. – (Administração, Empreendedorismo
e Inovação; v. 2)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-315-6

DOI 10.22533/at.ed.156190805

1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações
tecnológicas. I. Silva, Clayton Robson Moreira da. II. Série.

CDD 658.421

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Administração, Empreendedorismo e Inovação” compreende uma série com três volumes de livros, publicados pela Atena Editora, os quais abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração. Este segundo volume é composto por dezenove capítulos desenvolvidos por pesquisadores renomados e com sólida trajetória na área.

Dessa forma, esta obra é dedicada àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre Administração, Empreendedorismo e Inovação, por meio de um arcabouço teórico especializado. Ainda, ressalta-se que este livro agrega ao campo da Administração, Empreendedorismo e Inovação à medida em que reúne um material rico e diversificado, proporcionando a ampliação do debate sobre os temas e conduzindo gestores, empreendedores, técnicos e pesquisadores ao delineamento de novas estratégias de gestão. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume, juntamente com seus respectivos objetivos.

O primeiro capítulo é intitulado “As Intenções Empreendedoras na Carreira de *Digital Influencer*” e objetivou entender as intenções empreendedoras na carreira de *digital influencers*. O segundo capítulo tem como título “Papéis e Desafios de Mulheres Cientistas no Empreendedorismo Brasileiro” e objetivou analisar alguns fatores que ainda contribuem para a pouca presença de mulheres cientistas - sobretudo na área do empreendedorismo - no Brasil. O terceiro capítulo, intitulado “Relações do Estilo Cognitivo com a Autoeficácia e a Intenção Empreendedora”, objetivou analisar as relações entre estilos cognitivos com a autoeficácia e a intenção empreendedora de estudantes, sob influência do comportamento planejado.

O quarto capítulo é intitulado “Empreendedorismo Social no Brasil: diferentes conceitos e um mesmo objetivo” e teve como objetivo realizar uma revisão de autores nacionais e internacionais, dos conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo social e negócios sociais. O quinto capítulo, intitulado “Empreendedorismo Social: diagnóstico do ambiente de negócio de um empreendimento social”, buscou diagnosticar o modelo de negócio de um empreendimento social, considerando as pessoas e o associativismo. O sexto capítulo tem como título “Comunicação para a Transformação: empreendedorismo social e sustentabilidade no projeto pedagógico do curso de publicidade e propaganda” e objetivou analisar no âmbito do Projeto Pedagógico do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista acerca das práticas pedagógicas que são desenvolvidas a partir de uma abordagem de comunicação participativa, dialógica e transformadora, de forma a envolver os alunos e aproximar todos os públicos de interesse, na gestão dos seus processos de comunicação onde se amplia possibilidades reais na comunicação social.

O sétimo capítulo é intitulado “Empreendedorismo e Desenvolvimento: uma análise multivariada do Programa Microempreendedor Individual – MEI” e objetivou apresentar um cenário do Microempreendedor Individual - MEI, de forma a analisar

os benefícios e a efetividade deste programa. O oitavo capítulo tem como título “Uma Análise Bibliométrica da Produção Científica sobre Economia Solidária no Brasil” e objetivou identificar e analisar a literatura sobre economia solidária, através da busca de publicações, em periódicos e eventos nacionais, relacionadas ao tema no Brasil, objetivando destacar sua importância no desenvolvimento local e regional, no período de doze anos (2003-2015). O nono capítulo, intitulado “Empresas Juniores e seu Papel Social quanto Projeto de Extensão”, trata-se de um relato de experiência que traz o papel social de uma empresa júnior junto à sociedade.

O décimo capítulo, intitulado “O Caso da ENACTUS: uma rede para atenuar os desafios no uso da pesquisa participativa ativa”, trata-se de um ensaio que examina como os métodos participativos podem desempenhar um papel crucial, produzindo resultados socialmente robustos que contribuem para a solução de problemas complexos. O décimo primeiro capítulo tem como título “Ensino da Gestão no Brasil: a produção científica no quadriênio 2013-2016” e buscou responder a seguinte questão de pesquisa: quais os padrões da produção científica brasileira acerca do tema “Ensino de Administração no Brasil”, na base SPELL, entre 2013 e 2016?. O décimo segundo capítulo, intitulado “Otimização do Ensino Prático por Meio da Utilização da Plataforma SIMULAVest”, teve como objetivo relatar a satisfação de um grupo de discentes facilitadores extensionistas de um projeto de cursinho preparatório na elaboração de simulados através de uma maneira mais dinâmica e prática, que é através da plataforma do *software* SIMULAVest.

O décimo terceiro capítulo tem como título “RochaGo: uma atividade real baseada em um jogo virtual” e trata-se de um estudo prático que buscou aproveitar o conceito geral de busca no mundo real do *game* para fomentar que os alunos do quarto ano do curso de Geologia da UNIMONTE fossem “ao mundo real” buscar rochas reais, em ambientes até então inusitados para eles, na disciplina Geologia do Brasil. O décimo quarto capítulo é intitulado “Um resgate empírico sobre a internacionalização na hotelaria: apresentando um framework das abordagens teóricas no segmento” e buscou propor um resgate de estudos empíricos acerca da internacionalização na hotelaria. O décimo quinto capítulo é intitulado “Opções de Financiamento da Inovação: uma visão do pequeno e médio empresário” e tem o intuito de debater como são compreendidas as políticas de financiamento à pesquisa e ao desenvolvimento para as pequenas e médias empresas no cenário nacional, além de apresentar os mecanismos de financiamento e seu funcionamento nas políticas de divulgação de massa, para a evolução do parque tecnológico no Brasil.

O décimo sexto capítulo tem como título “Eventos para e com o Consumidor. Como? *Design Thinking*” e propõe o uso da Metodologia do *Design Thinking* (imersão, problematização, ideação, prototipagem e teste) para agregar inovações aos encontros de pessoas nos diversos modelos de eventos. O décimo sétimo capítulo é intitulado “A Inovação como Geradora de Competitividade Econômica e Mercadológica: uma análise baseada no setor de serviços na sociedade contemporânea” e propõe uma

reflexão sobre o atual cenário e as perspectivas de inovação no universo da prestação de serviços. O décimo oitavo capítulo tem como título “As Contribuições da Teoria Comportamental da Administração para a Inovação das Políticas de Gestão de Recursos Humanos: O *homo administrativus* como parte central da evolução da organização” e objetivou apresentar as principais características atualmente apresentadas pelas políticas de recursos humanos, verificando as prerrogativas e semelhanças com a Teoria Comportamental. O décimo nono capítulo, intitulado “Excelência no Ensino da Gestão no Brasil: a produção científica no quadriênio 2013-2016”, teve como objetivo apresentar respostas à questão de pesquisa: quais os padrões da produção científica brasileira acerca do tema “Ensino de Administração no Brasil”, na base SPELL, entre 2013 e 2016?

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa contribuir para a discussão e consolidação de temas relevantes para a área de Administração, Empreendedorismo e Inovação, levando pesquisadores, docentes, gestores, analistas, técnicos, consultores e estudantes à reflexão sobre os assuntos aqui abordados.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
AS INTENÇÕES EMPREENDEDORAS NA CARREIRA DE <i>DIGITAL INFLUENCER</i>	
Fabio Eduardo de Oliveira Júnior	
DOI 10.22533/at.ed.1561908051	
CAPÍTULO 2	15
PAPÉIS E DESAFIOS DE MULHERES CIENTISTAS NO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO	
Isabel Cruz Pinheiro	
Samara Miyuki Mamede Shimon	
DOI 10.22533/at.ed.1561908052	
CAPÍTULO 3	20
RELAÇÕES DO ESTILO COGNITIVO COM A AUTOEFICÁCIA E A INTENÇÃO EMPREENDEDORA	
Sabrina do Nascimento	
Suzete Antonieta Lizote	
Amélia Silveira	
DOI 10.22533/at.ed.1561908053	
CAPÍTULO 4	37
EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: DIFERENTES CONCEITOS E UM MESMO OBJETIVO	
Vitoria Minto Pinatto	
Christiano França da Cunha	
DOI 10.22533/at.ed.1561908054	
CAPÍTULO 5	45
EMPREENDEDORISMO SOCIAL: DIAGNÓSTICO DO AMBIENTE DE NEGÓCIO DE UM EMPREENDIMENTO SOCIAL	
Ana Paula Cavalcante de Santana	
Aluísio Sampaio Neto	
Andressa de Jesus T. de Lessa	
Deranor Gomes de Oliveira	
Isadora Rodrigues Vasconcelos	
Jairo da Silva Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.1561908055	
CAPÍTULO 6	54
COMUNICAÇÃO PARA A TRANSFORMAÇÃO: EMPREENDEDORISMO SOCIAL E SUSTENTABILIDADE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	
Marina Jugue Chinem	
DOI 10.22533/at.ed.1561908056	

CAPÍTULO 7	60
EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO: UMA ANÁLISE MULTIVARIADA DO PROGRAMA MICROEMPREENDEODR INDIVIDUAL – MEI	
Jean Gleyson Farias Martins	
Walid Abbas El-Aouar	
Jizabely De Araújo Atanasio	
Graziele Mayara Silva Rocha	
Arthur William Pereira Da Silva	
Alípio Ramos Veiga Neto	
Rodrigo José Guerra Leone	
DOI 10.22533/at.ed.1561908057	
CAPÍTULO 8	79
UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE ECONOMIA SOLIDÁRIA NO BRASIL	
Taís Pentiado Godoy	
Leoni Pentiado Godoy	
Murilo Sagrillo Pereira	
Luana Inês Damke	
Domingos Athaides Pires Barbosa Junior	
Clandia Maffini Gomes	
DOI 10.22533/at.ed.1561908058	
CAPÍTULO 9	95
EMPRESAS JUNIORES E SEU PAPEL SOCIAL QUANTO PROJETO DE EXTENSÃO	
Sudário Alves Batista	
DOI 10.22533/at.ed.1561908059	
CAPÍTULO 10	100
O CASO DA ENACTUS: UMA REDE PARA ATENUAR OS DESAFIOS NO USO DA PESQUISA PARTICIPATIVA ATIVA	
Alexandre da Trindade e Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.15619080510	
CAPÍTULO 11	107
OTIMIZAÇÃO DO ENSINO PRÁTICO POR MEIO DA UTILIZAÇÃO DA PLATAFORMA SIMULAVEST	
Igor Antônio Gomes Teles	
Gilzamir Ferreira Gomes	
George Edson Albuquerque Pinto	
Thiago Rodrigues Magalhães	
Quitéria Larissa Teodoro Farias	
DOI 10.22533/at.ed.15619080511	
CAPÍTULO 12	119
“ROCHAGO”, UMA ATIVIDADE REAL BASEADA EM UM JOGO VIRTUAL	
Samara Cazzoli y Goya	
DOI 10.22533/at.ed.15619080512	

CAPÍTULO 13	133
UM RESGATE EMPÍRICO SOBRE A INTERNACIONALIZAÇÃO NA HOTELARIA: APRESENTANDO UM <i>FRAMEWORK</i> DAS ABORDAGENS TEÓRICAS NO SEGMENTO	
Fábio Aurélio de Mario Fabiane Cortez Verdu	
DOI 10.22533/at.ed.15619080513	
CAPÍTULO 14	154
OPÇÕES DE FINANCIAMENTO DA INOVAÇÃO: UMA VISÃO DO PEQUENO E MÉDIO EMPRESÁRIO	
Giuliano Carlo Rainatto Fernando Rodrigues Da Silva Norberto De Almeida Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.15619080514	
CAPÍTULO 15	174
EVENTOS PARA E COM O CONSUMIDOR. COMO? DESIGN THINKING	
Ana Carolina Corrêa Baracho dos Santos Buongiorno Vinicius Diniz De Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.15619080515	
CAPÍTULO 16	185
A INOVAÇÃO COMO GERADORA DE COMPETITIVIDADE ECONÔMICA E MERCADOLÓGICA: UMA ANÁLISE BASEADA NO SETOR DE SERVIÇOS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	
Diego José Casagrande Janaina de Oliveira Natalia Maria Casagrande	
DOI 10.22533/at.ed.15619080516	
CAPÍTULO 17	199
AS CONTRIBUIÇÕES DA TEORIA COMPORTAMENTAL DA ADMINISTRAÇÃO PARA A INOVAÇÃO DAS POLÍTICAS DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS: O <i>HOMUS ADMINISTRATIVUS</i> COMO PARTE CENTRAL DA EVOLUÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	
Maria Helena Carvalho Costa Thaís Carneiro de Brito Aline Guimarães Carvalho Maria da Penha Medeiros Noêmia Climintino Leite Olívio Medeiros de Oliveira Netto	
DOI 10.22533/at.ed.15619080517	
CAPÍTULO 18	211
EXCELÊNCIA NO ENSINO DA GESTÃO NO BRASIL: A PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO QUADRIÊNIO 2013-2016	
Marcelo Ribeiro de Carvalho Silva Marcus Brauer Leonel Estevao Finkelsteinas Tractenberg	
DOI 10.22533/at.ed.15619080518	
SOBRE O ORGANIZADOR	233

EMPRESAS JUNIORES E SEU PAPEL SOCIAL QUANTO PROJETO DE EXTENSÃO

Sudário Alves Batista

Universidade Federal do Vale do São Francisco,
Curso de Engenharia Civil
Juazeiro – Bahia

RESUMO: O presente relato de experiência traz o papel social de uma empresa junior junto a sociedade, iniciando pela explicação, que ainda é necessária, do que se trata este tipo de empresa e do Movimento Empresa Junior a qual ela faz parte. Trata também de explanar sobre a importância de tais empresas como projetos de extensão, levando a sociedade brasileira o que dela é: a universidade pública. É o relato de um empresário junior que apesar de ter apenas cinco meses de vivência no Movimento e na empresa reconhece tal experiência como uma das mais importantes em sua vida acadêmica, pessoal e profissional.

PALAVRAS-CHAVE: empresa junior; empreendedor; extensão; universidade pública; Movimento Empresa Junior.

ABSTRACT: The present report of experience brings the social role of a junior enterprise to society, starting with the explanation, still necessary, about what this type of enterprise is and about the Junior Enterprise Movement to which it belongs. It also deals with the explanation of the importance of such companies

as extension projects, leading a Brazilian society to its: the public university. The report of a junior entrepreneur who despite having only five months of experience in the Movement and in the enterprise recognizes that experience as one of the most important in his academic, personal and professional life.

KEYWORDS: junior enterprise; entrepreneur; public university; Junior Enterprise Movement.

Infelizmente, para que o presente relato seja, de fato, compreendido, é necessário explanar sobre o que se trata uma empresa junior (EJ) e, em uma visão mais ampla, o que é o Movimento Empresa Junior (MEJ). A explicação para tal necessidade ser abordada empregando-se o termo “infelizmente” ficará explícita ao término deste relato.

Assim, iniciando por EJ, é possível dizer sobre esta, segundo a Lei 13.267 de 2016, conhecida como Lei das Empresas Juniores, que é uma empresa inscrita como associação civil no Registro Civil das Pessoas Jurídicas e no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica, sem fins lucrativos, formada e gerida por alunos graduandos de determinado curso. A empresa junior da qual faço parte é a Concretize Jr, formada por graduandos de engenharia civil da UNIVASF. Ela foi fundada em 23 de julho de 2012, por cinco alunos que eram inconformados

com a realidade do curso que faziam, uma característica pujante de empreendedores.

Os primeiros questionamentos que surgem é se prestamos serviços de graça ou, em segundo caso, o quanto a gente ganha, no sentido monetário da palavra ganhar que geralmente empregamos aqui no Brasil. A resposta para ambas as perguntas é não.

Na verdade, o que a gente ganha, realmente, não tem preço. Não há forma de precificar. Não há e acredito que nem dentro dos próximos 2018 anos ainda por vir, haverá ser humano capaz de precificar. Em conhecimento não se aplica código de barras. Além de conhecimento, ganhamos, ou melhor, adquirimos, experiência, *networking*, habilidades interpessoais, enfim, crescemos humana e profissionalmente falando.

Sendo assim, é até possível que alguém questione: se os empresários juniores tem em alto a estima por tais benefícios, e os recursos financeiros que entram no caixa da empresa não lhes são repassados, por que não prestar o serviço gratuito? A resposta é simples e pode ser resumida em duas palavras: manutenção e impostos. Assim como qualquer empresa sênior, pagamos alguns impostos, que mesmo reduzidos em relação aos de tais empresas, ainda assim são custos necessários; além disso, precisamos manter nossa estrutura, como folhas, toners, plotagens, pastas, envelopes, livros de caixa, etc; é preciso ainda, arcar com o pagamento de um contador, para os serviços fiscais da empresa, e um engenheiro responsável por emitir a Anotação de Responsabilidade Técnica, ou ART, pois, apesar de todos os projetos realizados serem de nossa autoria, é exigido que haja a emissão da ART por um engenheiro da respectiva área. E é assim, que o projeto feito por um aluno, no final, sai para o cliente: analisado, aprovado e sob a responsabilidade de um engenheiro. Logo, nota-se que dispensar o pagamento por nossos serviços é algo que deve está fora de cogitação.

Há um ditado popular que diz que “uma andorinha só não faz verão”, trazendo a nossa realidade, uma EJ só, em um primeiro momento, pode até aparentar o contrário, que a depender do seu raio de abrangência, ela “faça verão”, ou seja, atue como uma ferramenta de transformação social. Porém, por mais abrangente e eficaz que seja uma empresa, só, ela não faz verão. E é por isso que tais empresas fazem parte de uma rede, a qual chamamos, sem medo algum de parecer exagerado, de movimento. De Movimento Empresa Júnior.

O MEJ é formado por cada EJ, por cada empresário junior que, apenas por acreditar naquilo que faz, participa da mudança que quer ver e principalmente fazer na sociedade, dando um passo de cada vez. Começando por mudar a si, tornando-se protagonista da sua história e resolvendo participar de uma EJ, mudar as comunidades que são atingidas pelo seu trabalho, sua cidade e, ao somar com outros empresários juniores de outras empresas juniores, mudar seu Estado e, assim, ao seu país. A empresa que faço parte é uma das que compõe a Federação das Empresas Juniores do Estado da Bahia (UNI Jr-BA) que é uma das 25 federações existentes e confederadas

a Brasil Júnior (BJ), que é a Confederação Brasileira de Empresas Juniores.

No dia 11 de outubro de 2017, último dia de inscrição, a empresa abriu as portas para todos aqueles que queriam conhecê-la mais de perto. A vontade que já tinha de participar cresceu e ficou embasada, agora, em um motivo maior. Além do crescimento pessoal e profissional, descobri que caso entrasse poderia fazer parte da história de uma empresa que tinha como uma das suas principais finalidades oferecer um serviço com preço adequado àqueles que não podem arcar com o pagamento de uma empresa sênior. E este é o seu papel social.

Desde 30 de maio de 2017, a UNIVASF nos reconhece como um projeto de extensão, como de fato somos. Os nossos serviços estão à disposição da sociedade, e como já dito, principalmente para aquela parcela da sociedade que mais necessita de resultados dos investimentos realizados pelo governo federal na educação. Afinal, nosso trabalho quanto empreendedores em uma EJ é fruto desse investimento e é preciso que ele retorne a sociedade.

Refiro-me com o termo “principalmente” a tal parcela porquê também já prestamos serviços a empresas e pessoas que poderiam investir em um profissional. E é aqui que ocorre um papel social no sentido inverso. Onde, não necessariamente de forma intencional, tais pessoas e empresas optam por investir na gente, investir na nossa ideia, investir no nosso propósito e assim alimentam o nosso papel social. Esses serviços também nos são muito importantes, pois, são serviços que como todos os outros nos traz conhecimento e experiência.

Entrei na Concretize Jr, oficialmente, em janeiro de 2018, apesar de já saber que tinha sido aprovado no processo trainee, que ocorreu em logo sequência ao processo de seleção no final de 2017. Apesar de não ter participado da empresa no ano de 2017, os números que ela obteve me encham de orgulho. Não apenas pelos números pura e simplesmente, mas pelo o que eles representam. Nós tínhamos algumas metas a serem alcançadas, como por exemplo, um faturamento estipulado baseando-se no ano anterior e a marca de 14 projetos até o final do ano. Este número pode, em um primeiro momento, parecer modesto, porém, ele não é. Afinal, é um número que só será possível de ser alcançado se nós conseguirmos convencer a, pelo menos, 14 pessoas que elas podem confiar seus sonhos nas mãos de estudantes. Mas o que seria dos empreendedores sem os desafios? Em maio, com apenas 5 projetos, batemos a meta de faturamento. Em julho, mais precisamente no dia 04 de julho de 2017, batemos a meta de projetos e assim nos tornamos uma Empresa Junior de Alto Crescimento, termo cunhado àquelas empresas que alcançam a meta da Brasil Junior, pois é a Confederação que nos passa anualmente tal meta e nós, quanto empresa, resolvemos por adotá-la ou estipular uma outra; neste referido ano, aceitamos a que nos foi proposta. Nós conseguimos convencer 13 clientes de que o sonho da casa própria ou da reforma dela, e os sonhos de comunidades inteiras em ver sua igreja reformada poderiam ser entregues às nossas mãos. Dias antes de fecharmos o balanço do ano, em 22 de dezembro de 2017, assinamos o último contrato e então

28 projetos tinham sido fechados, e assim tivemos a meta dobrada. O crescimento do faturamento foi de 477,7%. Porém, o que tais números representam?

Além do crescimento da empresa, em termos de desenvolvimento do seus colaboradores, nós (seus recursos humanos de fato), tais números também representam o impacto que causamos na sociedade com a prestação dos nossos serviços, extendendo, de fato, o que a universidade pública nos oferece ou nos permite buscar. Destes 28 projetos, cabe ressaltar que alguns foram projetos de reforma para igrejas, que por sua vez foram bem acolhidos pela comunidade onde tais igrejas se encontram, e um para a diocese da cidade, também de reforma, de um local que servirá para acolhimento e acompanhamento de crianças e jovens em situação de vulnerabilidade. Isto nos mostra que empreendemos uma empresa junior que impacta, de diversas formas, a sociedade.

Neste ano de 2018, nossas metas foram atualizadas assim como nosso planejamento estratégico. Pretendemos realizar 32 projetos, deste número já conseguimos 31, 96,9%, e alcançamos 53,5% da nossa meta interna de faturamento, números que pretendemos atualizar muito em breve. Mais uma vez, cabe o questionamento: o que estes números representam? Uma outra resposta cabível é que eles dizem bastante sobre os quarenta e seis membros que compõem a EJ, sobre quarenta e seis futuros profissionais que a universidade irá dispor ao mercado com uma formação totalmente diferenciada; quarenta e seis profissionais que antes de mais nada, tiveram a oportunidade única, de dentro da universidade, de impactar a sociedade de forma também única; de levar para fora dos muros da universidade pública brasileira o conhecimento adquirido dentro de seus limites; de retornar a sociedade o investimento feito na universidade, na educação. A sociedade ganha tanto com o empresário junior quanto com o profissional pós-junior que ela terá. Nós, quanto empresa, por meio da universidade, já dispomos 78 pós-empresários juniores a sociedade. São 78 pessoas transformadas por transformarem a sociedade.

Hoje, posso afirmar com plena convicção, que uma das melhores escolhas que fiz dentro da universidade foi me inscrever no processo seletivo, no último dia, me empenhar durante todo o processo e me tornar o empresário junior que sou hoje. Em breve encerrarei meu percurso de cinco anos de graduação e sei que não haveria oportunidade melhor para mim, em termos humanos, profissionais e acadêmicos, de levar à sociedade brasileira o que dela é: a universidade pública.

Agora, ao encerrar este relato, é possível evidenciar o porquê de ter empregado o termo “infelizmente” ao dizer que seria preciso explicar o que é uma empresa junior e o que é o Movimento Empresa Junior. Tanto uma EJ quanto o Movimento deveria, pelo papel que cumprem junto a sociedade e aqui exposto, serem reconhecidos nacionalmente, dispensando assim as apresentações. Nos dias de hoje ainda é preciso explicar, inclusive aos de dentro da universidade, o que é uma EJ e do que se trata o MEJ; porém, nós, empresários juniores, vislumbramos o dia em que não será mais preciso, pois será de conhecimento da maior parte da sociedade quem somos, o que

somos, o que fazemos e que assim sendo, teremos os desafios de nos apresentarmos e de convercemos ao cliente que, apesar de estudantes, podemos realizar o sonho dele já não sejam tão grandes, mas que sejam outros desafios, até mais difíceis, pois precisamos deles para empreender.

SOBRE O ORGANIZADOR

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). Doutorando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui MBA em Gestão em Finanças, Controladoria e Auditoria pelo Centro Universitário INTA (UNINTA). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-315-6



9 788572 473156