Eles sabem tirar boas ideias do papel
Andrea Guimarães

Felipe Martins, 25 anos, ex-aluno de engenharia da computação da Unicamp, é apaixonado por inovações na área da tecnologia. O amigo Omar Branquinho Júnior, 22 anos, que estuda a mesma matéria na PUC-Campinas, tem semelhante paixão, além de facilidade em liderar pessoas. Ambos fazem parte de um grupo seleto de jovens graduados que pensam em criar o próprio negócio a partir do zero.

No último dia 12, Martins e Branquinho Júnior, ao lado de outros três colegas, apresentaram o plano de negócios de uma companhia que pretendem colocar no mercado em 2010. Os rapazes criaram um sistema de monitoramento do processo de maturação da cana-de-açúcar e de degradação do meio ambiente. O projeto foi apresentado na última Latin Moot Corp, evento realizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) há nove anos e que tem como objetivo tornar públicos os trabalhos acadêmicos com potencial para se tornarem negócios. "Nós temos um projeto montado passo a passo e vamos persegui-lo", diz Martins. Esse interesse dos jovens recém-formados em abrir as suas próprias companhias tem crescido a cada ano. Diversos professores e diretores da entidade percebem essa evolução, assim como entendem que os estudantes se mostram mais bem preparados nesse sentido. A pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2008), realizada pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, com apoio do Sebrae, mostra que mais de 15% do total de empreendedores no Brasil têm entre 18 e 25 anos.

Estudo realizado internamente pela Fundação Getúlio Vargas mostra que, em 2002, 10% dos alunos gostariam de abrir o próprio negócio, mas nenhum deles trabalhava nesse sentido ou já tinha um projeto definido. No ano passado, 30% dos estudantes da instituição tinham essa intenção e 10% deles já possuíam um plano de negócios desenhado, informa Francisco Barone, economista e professor da Fundação Getúlio Vargas. Levantamento do Sebrae-SP revela que, em 2003, só 4% dos pequenos negócios eram chefiados por brasileiros com menos de 24 anos.

Atualmente, o Brasil está em nono lugar na lista dos 42 países mais empreendedores, segundo a GEM. Em 2007, 13% da população brasileira economicamente ativa (cerca de 15 milhões de pessoas) havia aberto um negócio próprio nos 42 meses anteriores.

Na avaliação de Barone, os estudantes já começaram a entender que é possível apostar num projeto próprio a partir do zero e vê-lo dar certo. Há uma recompensa pessoal e profissional que os incentiva. "É claro que 99,9% desses estudantes querem empreender e enriquecer também, e nesse processo, já entendem que há caminhos possíveis por meio de fundos de venture capital e dos angel capital", afirma ele.

No evento Latin Moot Corp, realizado pela FGV/SP, nove projetos de estudantes pós-graduados de universidades brasileiras e estrangeiras participaram de uma apresentação para investidores, economistas e professores na sede da instituição. Essa é a maior competição de planos de negócios do país. Nela, o primeiro colocado recebe US$ 17 mil e é indicado para a final global do evento na Universidade do Texas, EUA, concorrendo a US$ 100 mil. O segundo colocado é convidado a participar da Stuart Clark Business Plan Competition, no Canadá. Nesse ano, Felipe Martins e os quatro amigos e sócios conquistaram o segundo lugar na competição com o programa de monitoramento da cana-de-açúcar. "Precisa se entregar e acreditar mesmo naquilo. É uma questão de conhecimento, preparação e persistência", diz Omar Branquinho Júnior.

De acordo com Rene Rodrigues, diretor da competição, um maior número de universidades tem incentivado, na prática, os alunos a se prepararem para uma visão mais empreendedora. "Em 2004, das 100 principais universidades brasileiras, 78 possuíam um curso para elaborar planos de negócios", diz ele. "Além disso, das 12 mais bem situadas em rankings nacionais do curso de administração, dez já dão a matéria com o intuito de prepará-los corretamente", afirma ele.

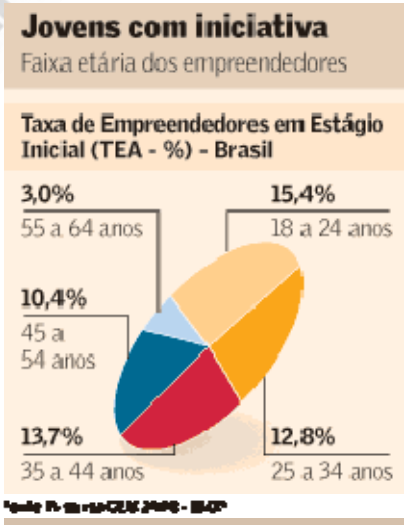
Há alguns estudos que tentam entender o impacto da vida acadêmica do espírito empreendedor dos alunos no Brasil. Trabalho realizado em 2007 por estudantes da Universidade de Pelotas (RS) intitulado "As características de uma personalidade empreendedora nos diferentes estágios da formação universitária" busca fazer um paralelo entre as duas variáveis.

Segundo o trabalho, numa análise inicial dos dados coletados em pesquisas com estudantes, a universidade teria o poder de inibir o ímpeto empreendedor dos alunos durante o decorrer da formação acadêmica, principalmente nos últimos anos de curso. Isso porque ela ainda os formaria com o intuito principal de serem empregados de grandes grupos. No entanto, não é possível atribuir esse comportamento apenas à faculdade, admite o trabalho. "Instabilidades políticas e sociais além da falta de incentivos institucionais podem levar os universitários a buscarem pela segurança do emprego assalariado", esclarece o estudo.

Na avaliação de Maria Tereza Leme Fleury, diretora da Escola de Administração de Empresas de São Paulo, o que ocorre é exatamente o contrário. Para ela, tem crescido o esforço das principais universidades brasileiras no sentido de incentivar ações empreendedoras. "Esses jovens que chegam às universidades de ponta vivem em um ambiente em que há espaço para a inovação e difusão de informações de qualidade. As universidades têm a obrigação de incentivar a liderança", diz.

Maria Tereza cita, por exemplo, as chamadas "empresas juniores brasileiras", espécie de consultoria estudantil para pequenos negócios. Criadas dentro das salas de aula, essas "companhias" são constituídas e geridas por estudantes de graduação de faculdades ou universidades e oferecem serviço de apoio estratégico a baixo custo para donos de pequenas empresas. "Isso é extremamente positivo porque traz amadurecimento e vivência para dentro da sala de aula", diz a diretora.

Experiência e maturidade podem ser determinantes nesse processo de geração de novos empreendimentos. Estudo publicado pelo Sebrae-SP em outubro revela que a taxa de micro e pequenas empresas que fecha as portas ainda no primeiro ano de atividade caiu de 35% para 27% de 1998 para cá. Há dez anos, a taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas paulistas atingia 35% no primeiro ano. Segundo a entidade, essa tendência também se reproduz nos pequenos negócios com mais anos de atividade. O índice de mortalidade no segundo ano em operação caiu de 46% para 38%; no terceiro ano de 56% para 46%; no quarto ano, de 63% para 50% e no quinto ano, de 71% para 62%. Mensalmente, cerca de 12 mil empresas são abertas na Junta Comercial de São Paulo (Jucesp).



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 31 mar. 2009, Especial Pequenas e Médias Empresas, p. G1-G6.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais