Mulheres universitárias nas empresas juniores: perfil, perspectivas e dilemas na Universidade Federal de Ouro Preto

Tatiane Braga Pinheiro
Gabrielle Christina de Carvalho Campolina
André Luís Silva

RESUMO: As Empresas Juniores complementam a formação dos seus membros por meio de práticas empreendedoras sobre os temas estudados nas salas de aula. Entretanto, esta complementação na formação não é feita de forma igualitária entre os homens e as mulheres. Nesse contexto, esta pesquisa objetivou apresentar o perfil das mulheres das Empresas Juniores de uma universidade pública de Minas Gerais, bem como seus principais dilemas e perspectivas. Como metodologia, valeu-se de uma pesquisa de campo com aplicação de questionários. Como resultado, verificou-se que há momentos em que as empresárias juniores são tratadas 'aquém' do esperado em relação aos colegas homens, que há restrições para que elas ocupem cargos 'mais relevantes' nessas empresas e que existe relação conflituosa nas interações delas com os clientes.

Palavras-Chave: Gênero. Empreendedorismo Feminino. Empresa Júnior.

ABSTRACT: Junior Enterprises complement the training of their members through entrepreneurial practice on the topics studied in classroom. However, this complementation is not done equally for men and for women. In this sense, this research aims to present the profile of the women at the Junior Enterprises of a public university in Minas Gerais, as well as their main dilemmas and expectations. A field research with questionnaires was used as a methodology. The results showed that junior businesswomen are occasionally treated with lower expectations in relation to junior businessmen. We also verified that there are restrictions for women to occupy "more relevant" positions in these enterprises as well as conflicting relationship in their interactions with the clients.

Keywords: Gender. Female Entrepreneurship. Junior Enterprise.

Recebido em: 06/06/2018
Aprovado em: 13/03/2019
Sistema de Avaliação: Double Blind Review
Editores Científicos: Maria Aparecida de Souza Melo e Marcelo Jose Moreira

1 INTRODUÇÃO

As Empresas Juniores são organizações formadas por estudantes de graduação de um determinado curso. Essas empresas, com finalidades educacionais, não possuem fins lucrativos, pois complementam a formação dos seus membros por meio da prática sobre os temas estudados nas salas de aula. Além disso, tais empresas possuem função social relevante dentro dos cursos de graduação e também fora dos muros das instituições de ensino superior, pois, seus serviços são (no geral) de qualidade e possuem preços competitivos (BRASIL JÚNIOR, 2018).

Na Universidade Federal de Ouro Preto, a Empresa Júnior de Engenharia Geológica (Geo Jr.) foi a primeira Empresa Júnior a abrir suas portas, no ano de 1992, e a oferecer tais serviços e formação, e, desde então, mais de 15 empresas foram criadas nessa universidade (GEOCONSULTORIA JÚNIOR, 2018).

Há na literatura pesquisas que abordam diferentes perspectivas dessa realidade, como os estudos de Garcia *et al.* (2013) e Ferreira e Freitas (2014) que analisaram o perfil empreendedor dos estudantes universitários. Há também artigos nos quais foram debatidas as práticas gerenciais e burocráticas existentes nessas empresas (FIRMINO; SOUTO; SOUSA, 2017; BARBOSA; OLIVEIRA, 2017; PEREIRA; SILVA; NOVÔA, 2016).

Sobre o debate do perfil empreendedor e práticas de gestão, há na literatura pesquisas sobre esses temas nas empresas, em especial, aqueles que investigam as mulheres empreendedoras, as principais dificuldades por elas enfrentadas e as soluções implementadas. Exemplos de tais pesquisas estão narradas em Godwin, Stevens e Brenner (2006), Gouvêa, Silveira e Machado (2013), Lima, Nelson e Nassif (2016), Gimenez, Ferreira e Ramos (2017) e Carrijo e Ferreira (2017).

O debate específico sobre o perfil das mulheres em atividades empreendedoras é observado na literatura, como os estudos desenvolvidos por Moraes, Hashimoto e Albertini (2013) que pesquisaram o perfil empreendedor das motoristas, funcionárias, agregadas e autônomas do transporte, bem como o de Martins *et al.* (2010) que analisaram o perfil das empreendedoras em empresas de pequeno e médio porte.

Frente aos pontos até aqui colocados, pode-se questionar qual o perfil das mulheres que fazem parte das Empresas Juniores na Universidade Federal de Ouro Preto e quais as principais dificuldades por elas vivenciadas? Assim, o objetivo deste estudo é apresentar o perfil, dilemas e perspectivas das mulheres nas Empresas Júniores da Universidade Federal de Ouro Preto. Para tanto, propôs-se estudar as seguintes variáveis: ano de início do curso universitário, rendimento nas disciplinas cursadas, trabalhos realizados extra-universidade, tempo de participação na Empresa Júnior, posições/funções exercidas dentro da Empresa Júnior, quantitativo de homens/mulheres nas Empresas Juniores, traços pessoais em trabalhos com mais pessoas na empresa, dificuldades enfrentadas após a diplomação, contribuição da Empresa Júnior na carreira e nos problemas vivenciados no tratamento com clientes.

Para atingir o objetivo descrito, realizou-se uma pesquisa com a aplicação de questionários em um recorte da população de mulheres que fazem parte das Empresas Juniores existentes na Universidade Federal de Ouro Preto em Minas Gerias.

A motivação para a realização desta pesquisa ocorreu pelo fato de haver pouca (ou nenhuma) informação sobre o perfil e

dificuldades por que passam as mulheres que estão nas Empresas Juniores da Universidade Federal de Ouro Preto.

O texto está dividido em cinco seções, a saber: a primeira com a introdução ao tema, objetivo e justificativa; a segunda apresenta uma revisão de literatura sobre 'empreendedorismo feminino' e 'Empresas Juniores'; a seção seguinte é dedicada à metodologia utilizada na pesquisa; na quarta seção são descritos os resultados obtidos com a pesquisa e, por fim, na quinta seção as considerações finais são apresentadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo feminino é o termo utilizado para caracterizar as ações de viés empreendedor realizadas por mulheres que se encontram presentes no mundo dos negócios e crescem ano a ano (CRAMER *et al.*, 2012).

São identificados na literatura revisada estudos sobre o perfil empreendedor que as mulheres possuem. Moraes, Hashimoto e Albertini (2013) pesquisaram o perfil empreendedor das motoristas, funcionárias, agregadas e autônomas do transporte e narram o enfrentamento das mulheres ocuparem espaços onde havia a predominância (quase que exclusiva) de homens. Também, Martins *et al.* (2010) analisaram o perfil das empreendedoras em empresas de pequeno e médio portes e identificaram a existência do grande número de obstáculos enfrentados por elas, encontrando uma marca em comum: determinação para perseguir objetivos, alcançar metas e superar dificuldades.

Ainda sobre o perfil das mulheres empreendedoras, Gouvêa, Silveira e Machado (2013) debateram sobre o papel desempenhado por homens e mulheres em organizações e encontraram diferenças no desempenho empresarial de homens e mulheres, sendo entendido que para os homens a objetividade é predominante, enquanto que para as mulheres o exercício múltiplo de papéis e a tentativa de propiciar satisfação aos envolvidos foram ressaltados.

Já Carrijo e Ferreira (2017) se valeram dos dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) para investigar o perfil das mulheres empreendedoras no Brasil e concluíram que a mulher brasileira é caracterizada como uma das mais empreendedoras do mundo e que é responsável pela maioria dos novos empreendimentos que surgem no país. Como característica particular, percebeu-se que elas possuem, de maneira geral, mais estudos do que os homens e que são motivadas pela oportunidade para a abertura de novas empresas, o que pode estar relacionado à sua maior escolaridade.

As trajetórias das mulheres empreendedoras foram objeto do estudo desenvolvido por Zampier, Takahashi e Teixeira (2011) com professoras de programas de mestrado e doutorado em administração de Curitiba/PR. Os resultados demonstraram que as docentes entrevistadas têm perfil intraempreendedor, possuem competências empreendedoras de docência e pesquisa e buscam desenvolver essas competências por meio formal e informal.

Machado (2013) estudou as trajetórias de duas empreendedoras paranaenses que criaram empresas, uma no ramo de serviços educacionais e outra na produção de bonecas artesanais. Os resultados mostraram que elas enfrentaram desafios como a dificuldade de conciliar família e trabalho e o estresse no trabalho resultante de longas jornadas diárias.

Cortez *et al.* (2016) estudaram as trajetórias de dez empreendedoras da cidade de Natal/RN e identificaram que os aspectos

afetivos têm relevância nas ações das empreendedoras em todas as fases de seus empreendimentos e que os aspectos cognitivos tornam-se mais influentes à medida que os empreendimentos crescem e se desenvolvem no decorrer da trajetória.

A inserção da mulher empreendedora no mundo dos negócios também foi foco de pesquisadores tal como descrito por Silveira e Gouvêa (2008), Cramer *et al.* (2012), e Oliveira *et al.* (2014). Ainda, Leal e Machado (2012) pesquisaram a participação das mulheres em associações de negócio no estado do Paraná e identificaram os modelos de gestão por elas praticados.

Outros estudos são relatados na literatura que abordam a temática, como o de Vaz, Teixeira e Olave (2015) que investigou os motivos alegados pelas empreendedoras para criarem os seus empreendimentos e identificaram fatores ambientais, influência familiar e a necessidade de ajudar ao próximo; os de Vale, Serafim e Teodósio (2011), Nassif *et al.* (2012) e de Eddleston *et al.* (2016) que oportunizaram debate sobre as competências empreendedoras. Há também pesquisas sobre o empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família (STROBINO; TEIXEIRA, 2014); as políticas públicas sobre empreendedorismo feminino no Brasil (NATIVIDADE, 2009); além de análises bibliométricas das publicações sobre empreendedorismo feminino (POGGESI; MARI; VITA, 2015; GIMENEZ; FERREIRA; RAMOS, 2017).

Por fim, a pesquisa de Lima, Nelson e Nassif (2016) é a que mais se aproximou do tema deste artigo, cujo foco foram as estudantes universitárias empreendedoras, no entanto, o estudo não abordou as empresárias juniores.

2.2 Empresas Juniores

A definição formal e jurídica de Empresa Júnior no Brasil é datada de 2016, com a Lei nº 13.267, de 6 de abril de 2016, em seu artigo 2º, a saber:

> Art. 2º. Considera-se empresa júnior a entidade organizada nos termos desta Lei, sob a forma de associação civil gerida por estudantes matriculados em cursos de graduação de instituições de ensino superior, com o propósito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento acadêmico e profissional dos associados, capacitando-os para o mercado de trabalho (BRASIL, 2016).

Na prática, tal definição se traduz em um viés empreendedor na formação dos estudantes universitários brasileiros e as pesquisas tiveram suas lentes voltadas para tais empresas. Uma das perspectivas destas pesquisas se referiu ao perfil do estudante que faz frente às atividades da Empresa Júnior (SOUZA; PINTO JUNIOR; OLIVEIRA, 2010). Estes autores analisaram o perfil comportamental dos alunos do curso de administração por intermédio da seleção por competências na Empresa Júnior e identificaram pontos como: espírito empreendedor, capacidade de negociação e autoconfiança.

Ainda sobre o perfil dos estudantes que fazem parte da Empresa Júnior, Lemos, Costa e Viana (2012) pesquisaram as expectativas e valores dos participantes de seis Empresas Juniores de instituições de ensino superior no Rio de Janeiro/RJ. Nesse mesmo viés, Zamban e Tosta (2017) estudaram a influência das empresas juniores na formação empreendedora de pós-juniores do Estado de Santa Catarina e identificaram que os principais pontos influenciados na vida dos pós-juniores foram o trabalho em equipe, liderança e comunicação. Ferreira e Freitas (2014) investigaram o envolvimento

dos estudantes com as Empresas Juniores e identificaram que tal envolvimento influencia a propensão empreendedora nos estudantes, a partir do desenvolvimento de atitudes empreendedoras e do interesse em iniciar um novo negócio. Souza, Lima e Marques (2008) analisaram os fatores condicionantes da motivação de colaboradores em uma Empresa Júnior da Universidade Federal de Alagoas e destacaram os fatores que motivam (aprendizado, *status*, espírito de equipe, desafios) e também os que desmotivam (problemas de comunicação, clima organizacional e motivos pessoais).

Também, a cultura organizacional em Empresas Juniores foi foco de pesquisas de Batista *et al.* (2010) que analisaram o ganho em aprendizagem dentro da Empresa Júnior; de Carvalho e Nascimento (2017) que pesquisaram as perspectivas culturais no contexto organizacional de Empresas Juniores, e de Cesconetto, Nunes e Moretto Neto (2012) que estudaram o quanto as empresas juniores interferem/influenciam no desenvolvimento de competências gerenciais.

Os modos operantes e práticas gerencias foram pesquisados (e questionados) em Tolfo e Schmitz (2005), Doval (2012) e Firmino, Souto e Sousa (2017). Nessas pesquisas, as estruturas burocráticas de gestão foram fortemente criticadas e também o quanto estas práticas gerenciais se traduzem em formação em consultoria.

A implantação do programa 5S em Empresas Juniores foi apresentado em dois diferentes trabalhos. O primeiro por Barbosa e Oliveira (2017) com a implantação em uma Universidade Estadual no sul da Bahia; e a segunda, Pereira, Silva e Novôa (2016), em uma Empresa Júnior de consultoria em Barbacena/MG. Nos dois textos houve o passo-a-passo da implantação do programa 5S nas respectivas Empresas Juniores e, também, foram quantificados e qualificados os resultados para as empresas e para os participantes.

Os artigos científicos sobre Empresas Juniores na área de administração foram elencados em um estudo bibliométrico e publicados por Bervanger e Visentine (2016). Os resultados indicaram que a produção científica sobre Empresa Júnior é pouco desenvolvida, demonstrando que as pesquisas têm muito a ser exploradas e que há imaturidade e inexperiência dos membros da Empresas Juniores, além da falta de professor-orientador para auxiliar nas atividades de consultoria.

Por fim, estudos sobre universitários empreendedores (não somente Empresa Júnior) foram apresentados por Garcia *et al.* (2013) e por Borges e Filion (2012), cujos resultados destacam a propensão a assumir risco, o fortalecimento de rede de contatos e criatividade como perfil dos universitários empreendedores.

3 METODOLOGIA

A pesquisa teve caráter científico e por esta razão há como ser classificada segundo os seguintes itens: natureza, objetivos e abordagem. Quanto à natureza, trata-se de pesquisa básica, pois teve por função gerar conhecimento para o avanço científico, além de não visar uma aplicação prática determinada / específica. Segundo Appolinário (2011), a pesquisa básica não tem uma finalidade imediata, mas produz dados, informação e conhecimento para serem empregados em pesquisas e/ou trabalhos posteriores. Quanto aos objetivos, pode-se apontar que a pesquisa é descritiva, pois nela se descrevem os dados da 'população analisada' que, neste caso, são as mulheres que faziam parte de empresas juniores na Universidade Federal de Ouro

Preto. Lakatos e Marconi (2017) e Miguel (2018) afirmam que a pesquisa descritiva visa a detalhar fatos observados sem gerar interferências. Por fim, quanto à abordagem, pode-se afirmar que se trata de pesquisa quantitativa e qualitativa. Quantitativa, pois priorizou-se apontar numericamente os dados e as ações realizadas pelas mulheres que faziam parte das Empresas Juniores. Segundo Appolinário (2011), Lakatos e Marconi (2017) e Miguel (2018), o objetivo da pesquisa quantitativa é levantar índices e números que indicam perfis comportamentais de um grupo de indivíduos. Já a qualitativa deve-se ao foco do caráter objeto analisado. Segundo Miguel subjetivo do (2018) há ênfase, em pesquisas qualitativas na interpretação subjetiva dos indivíduos. Ainda segundo Miguel (2018), as interpretações individuais são peças de um mosaico organizacional que o pesquisador precisa capturar para entender a complexidade pesquisada.

Quanto ao procedimento técnico, utilizou-se a pesquisa direta com a aplicação de um questionário. Este questionário foi baseado em pesquisas semelhantes sobre o perfil empreendedor de mulheres e também de estudantes que fazem parte de Empresas Juniores, ou seja, os questionários utilizados em outros estudos serviram de inspiração para a elaboração do questionário empregado na pesquisa aqui narrada. Os artigos utilizados como fonte de inspiração para o questionário foram: Souza, Pinto Junior e Oliveira (2010), Martins *et al.* (2010), Lemos, Costa e Viana (2012), Moraes, Hashimoto e Albertini (2013), Gouvêa, Silveira e Machado (2013), Ferreira e Freitas (2014), Carrijo e Ferreira (2017).

O instrumento de coleta de dados continha 42 questões para levantar as seguintes informações: dados sobre início da graduação, coeficiente e notas nas disciplinas, atividades extra-universidade, tempo de participação na Empresa Júnior, cargos ocupados dentro da empresa, discrepância do número de homens/mulheres nas Empresas Juniores, estereótipos na ocupação dos cargos da empresa, dificuldades das mulheres nas Empresas Juniores, características pessoais das mulheres em trabalhos coletivos nas Empresas Juniores, dificuldades que a entrevistada acredita que encontrará no mercado de trabalho após a formatura, contribuição da Empresa Júnior na carreira da entrevistada e dificuldades com tratamento com clientes.

Antes da aplicação do referido questionário houve um teste piloto com duas estudantes de Empresas Juniores da Universidade Federal de Ouro Preto, cujo propósito foi verificar a existência de algum problema a ser corrigido ou melhorado. Melhorias foram implementadas no instrumento a partir deste teste piloto.

A aplicação do questionário ocorreu via *web* pela plataforma *GoogleDocs*. O tamanho da população a ser pesquisada foi de 101 mulheres tal como constava nos registros das Empresas Juniores no ano de 2018. Segundo Miguel (2018), em pesquisas descritivas o tamanho da população a ser pesquisada deve ser grande o suficiente para representar a população de interesse. No caso deste trabalho, o tamanho da população pesquisada representou a totalidade de mulheres que faziam parte das Empresas Juniores da universidade quando a pesquisa foi realizada (março a maio de 2018).

A taxa de retorno obtida foi de 58 respostas, o que representa um valor maior de 50% do tamanho da população a ser pesquisada. Miguel (2018) afirma que em pesquisas descritivas a taxa de retorno deve ser maior que 50%, sendo este o valor de referência utilizado na pesquisa aqui narrada.

Existiam, por ocasião da realização do estudo, 16 Empresas Juniores na Universidade Federal de Ouro Preto, cujos dados sobre o curso de graduação de vinculação, ano de fundação, nome da Empresa Júnior e respectivo endereço eletrônico são apresentados no Quadro 1.

Por fim, após a aplicação do questionário, realizou-se a análise dos dados através do *software Excel* e os agrupamentos feitos foram baseados em cada informação tratada no questionário (ex.: dados sobre início da graduação, coeficiente e notas nas disciplinas, atividades extra-universidade, tempo de participação na Empresa Júnior, dentre outros).

Quadro 1 – Empresas Juniores pesquisadas segundo o curso de vinculação, ano de fundação, nome da empresa e endereço eletrônico.

Curso	**Ano de Fundação**	**Nome da Empresa**	**Endereço eletrônico**
Engenharia Civil	1996	Civil Junior	http://civiljr.wixsite.com/consultoria
Arquitetura e Urbanismo	2011	Arq Jr	https://www.facebook.com/ArqJrProjetosEConsultorias/
Engenharia Metalúrgica	2009	Metal Jr.	http://metaljr.ufop.br/
Engenharia de Minas	2014	Minera Jr.	http://www.minerajr.ufop.br/
Engenharia de Controle e Automação	2016	Automic	https://www.facebook.com/automicjr/
Engenharia Ambiental	2018	Renovar	https://www.facebook.com/RenovarJr.Ufop/
Engenharia Geológica	1992	Geo Jr.	https://www.facebook.com/profile.php?id=100010832112139
Engenharia Mecânica	2013	Diferencial	https://diferencialufop.wixsite.com/diferencial
Engenharia de Produção	1999	Projet	http://www.projet.ufop.br/
Estatística		Estatis Jr.	https://www.facebook.com/estatisjr/
Farmácia	2016	Formulare	https://www.facebook.com/formulareconsultoria/
Medicina	2016	Asclepius Jr	https://www.facebook.com/ascmedicinajr/
Engenharia Elétrica	2013	Ascender Jr.	http://ascenderjr.com.br/
Engenharia de Produção	2013	Inova Jr	http://www.inovajr.ufop.br/
Engenharia da Computação	2012	Visão	http://www.visaojr.com.br/site/

Fonte: Dados da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Referente ao quantitativo numérico entre homem e mulheres nas Empresas Juniores, o Quadro 2 apresenta a distribuição das respostas de acordo com as Empresas Juniores pesquisadas. Do total de 212 empresários juniores, 101 eram mulheres, ou seja, 47,7% das pessoas envolvidas nas Empresas Juniores eram mulheres.

Quanto à percepção da discrepância entre o número de homens e mulheres nas Empresas Juniores, observou-se que mais da metade das mulheres que responderam o questionário (56,9%) acreditavam não haver discrepância no número de homem e mulher no Movimento Empresa Júnior, enquanto 43,1% acreditavam que tal anormalidade ocorria.

Quadro 2 – Nome da Empresa Júnior, quantidade de membro (homens e mulheres), quantidade de mulheres e quantidade de respostas obtidas.

Curso	Nome	Número de membros	Número de Mulheres	Número de respostas
Engenharia Civil	Civil Junior	20	12	6
Arquitetura e Urbanismo	Arq Jr	18	11	8
Engenharia Metalúrgica	Metal Jr.	15	4	3
Engenharia de Minas	Minera Jr.	15	7	4
Engenharia de Controle e Automação	Automic	22	7	6
Engenharia Ambiental	Renovar	6	4	3
Engenharia Geológica	Geo Jr.	14	5	2
Engenharia Mecânica	Diferencial	12	4	4
Engenharia de Produção	Projet	15	7	4
Estatística	Estatis Jr.	12	7	4
Farmácia	Formulare	11	10	1
Medicina	Asclepius Jr.	12	5	5
Engenharia Elétrica	Ascender Jr.	17	5	3
Engenharia de Produção	Inova Jr.	16	9	1
Engenharia da Computação	Visão	7	4	4
TOTAIS		**212**	**101**	**58**

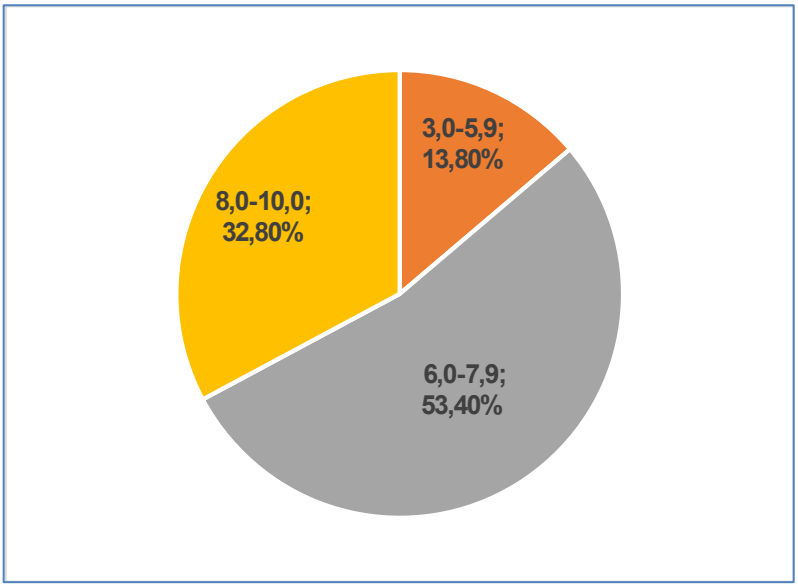
Fonte: Dados da pesquisa.

O ano de início do curso de graduação variou de 2013 a 2017 e a quantidade de mulheres distribuídas ao longo desses anos se deu da seguinte forma: 2013 – 4 mulheres; 2014 – 11 mulheres; 2015 – 18 mulheres; 2016 – 14 mulheres; 2017 – 11

mulheres.

A pesquisa apontou que 86,2% das mulheres que participam do Movimento Empresa Júnior possuem coeficiente de rendimento (média das notas de todas as disciplinas cursadas na graduação) maior ou igual a 6.0 (Gráfico 1). O valor 6.0 é considerado, na Universidade Federal de Ouro Preto, dentro ou acima da média. Vale destacar que cinco das entrevistadas trabalhavam também em outras empresas e possuíam coeficiente de rendimento acima de 6.0.

Gráfico 1 – Coeficiente geral de rendimento das mulheres que fazem parte das Empresas Juniores da UFOP.



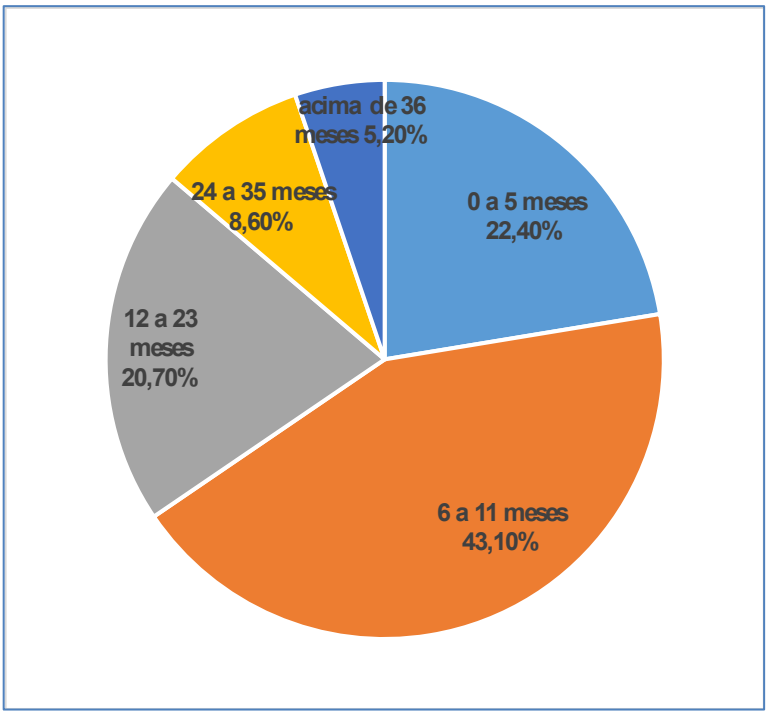
Fonte: Dados da pesquisa.

O Movimento Empresa Júnior é uma atividade extracurricular, logo, foi possível considerar que as atividades atribuídas às mulheres que participaram da pesquisa (e que fazem parte de uma Empresa Júnior) são compatíveis com os estudos das disciplinas cursadas.

Do total das mulheres que responderam o questionário (N = 58), apenas 8 estão há mais de 2 anos nas Empresas Juniores e mais da metade está a menos de um ano, conforme mostrado no Gráfico 2. Mesmo com o tempo relativamente curto de participação nas Empresas Juniores, todas as entrevistadas afirmaram que houve mudança e crescimento em seus comportamentos e os pontos mais citados foram: a melhor gestão do tempo, relação mais agradável com os colegas, mais tato na negociação com clientes, argumentação com mais conhecimento e propriedade e, por fim, oratória mais desenvolvida.

Quanto às características pessoais em trabalhos coletivos, os três itens mais citados foram: ser determinada, ser justa e sabe trabalhar em equipe. Já as características pessoais que as entrevistadas acreditam que as outras mulheres no Movimento Empresa Júnior possuíam foram: ser determinada, ser proativa e ser líder. Os itens disponíveis para serem marcados era: liderança, organização, determinação, solidária, empreendedora, intuitiva, trabalho em equipe, proativa, criativa, justa.

Gráfico 2 – Tempo de participação das mulheres participantes da pesquisa na Empresa Júnior.



Fonte: Dados da pesquisa.

Quando a pesquisa foi realizada, quatro das mulheres que responderam o questionário exerciam o cargo de presidente na sua Empresa Júnior e quatro o cargo de Vice-Presidente. Além disso, foi questionada a existência (ou não) de estereótipos de perfil na ocupação dos cargos por elas na Empresa Junior. Como resultado, algumas delas apontaram que existe sim estereótipos de gênero na ocupação dos cargos. Este debate sobre a dificuldades das mulheres em ocupar posições que até então eram reservadas aos homens está presente na literatura, tal como descrito por Moraes, Hashimoto e Albertini (2013) que pesquisaram o perfil empreendedor das motoristas, funcionárias, agregadas e autônomas do transporte.

Outro ponto questionado referiu-se às dificuldades encontradas pelas mulheres no Movimento Empresa Júnior. Os quatro pontos mais citados foram: ser selecionada no processo seletivo, representar a Empresa Júnior em eventos/feiras, ser indicada/selecionada para cargos e negociação com clientes.

Além disso, foi perguntado se houve alguma 'inferiorização' da mulher dentro do Movimento Empresa Júnior e nove apontaram já terem se sentido inferiorizadas. Destas nove, seis relataram acontecimentos referentes a este ponto. Uma deles escreveu:

> Eu era a única mulher do departamento de projetos. E estava discordando dos demais. Em um certo momento um deles, cansado da discussão, falou 'é como meu pai dizia, sempre tem que ter uma mulher no recinto, nem que seja pra fazer a gente passar raiva'. Além de mim todos os envolvidos eram homens e alguns acharam engraçada a afirmação do meu colega.

No questionário perguntou-se sobre a

existência de possíveis dificuldades ou tratamento de forma diferente pelos/com os clientes relacionados ao fato de elas serem mulheres. Das 58 entrevistadas, cinco afirmaram terem sido tratadas de forma diferente, conforme transcrito a seguir:

> Certa vez fiz uma visita a um cliente com dois *trainees* do sexo masculino, na época meu cargo era gerente de projetos. Mesmo ocupando um cargo fixo na empresa e sendo membro há um ano, o cliente se direcionava sempre aos membros do sexo masculino para tirar dúvidas e saber mais informações.

Outra entrevistada escreveu:

> Diversas vezes, clientes homem me trataram com inferioridade, evitando se referir à mim e às outras mulheres presentes.

Apesar de ser um número pequeno em relação ao total de mulheres entrevistadas, é importante frisar a existência dos fatos citados tanto dentro do Movimento Empresa Júnior quanto com os clientes das Empresas Juniores. Além disso, esta relação 'conflituosa' com os clientes é também narrada na literatura sobre empreendedorismo feminino tal como apontado nos estudos de Cramer *et al.* (2012), Eddleston *et al.* (2016), Nassif *et al.* (2012), Oliveira *et al.* (2014), Silveira e Gouvêa (2008) e Vale, Serafim e Teodósio (2011).

Questionou-se, também sobre as dificuldades que elas acreditam que passarão/enfrentarão no mercado de trabalho após a formatura e os dois pontos mais citados foram a diferença salarial entre homem/mulher e o assédio no trabalho. Um ponto interessante de ser observado quanto à atividade das mulheres que participaram da pesquisa é que não houve nenhum questionamento quanto à gestão do tempo do trabalho e o tempo para a família, tal como apontaram resultados de pesquisas sobre empreendedorismo feminino, discutidos em Cortez *et al.* (2016), Machado (2013), Strobino e Teixeira (2014) e Vaz, Teixeira e Olave (2015). Porém, vale destacar a 'pouca' idade das mulheres que responderam o questionário.

Por último, pediu-se às pesquisadas que escrevessem sobre como o Movimento Empresa Júnior ajudaria com as dificuldades relacionadas às questões de gênero no mercado de trabalho. Nas respostas, listou-se o quanto as atividades empreendedoras atribuídas a elas as ajudaram na autoestima e nos processos de lideranças para fazer frente aos desafios enfrentados. Além disso, descreveu-se o quanto passar pelas experiências difíceis tornou-as mais fortes. Em um dos questionários havia a seguinte resposta:

> Sim, desenvolver ainda mais o espírito de liderança, saber se impor e expressar suas ideias de uma boa forma; ser ouvida, encontrar meios de se destacar, quando necessário; mostrar às outras pessoas que aqui estão comigo no MEJ a presença da mulher e como podemos realizar bons serviços, igualmente aos homens.

Em outro questionário a entrevistada escreveu:

> Com certeza, principalmente por me auxiliar a lidar com as adversidades da minha área de atuação (construção civil), que ainda hoje, apesar das melhorias, ainda é um ramo muito complicado para as mulheres. Ao lidar com clientes e orientadores crio confiança para essas atividades quando ingressar no mercado do trabalho. Outro fator que auxilia muito é que a EJ instiga o sentimento empreendedor, o que me ajuda a ter um diferencial no mercado de trabalho.

As respostas apontadas por elas estão muito próximas daquelas descritas em

pesquisas sobre empreendedorismo feminino e, também, sobre Empresas Juniores, tais como as relatadas por Batista *et al.* (2010), Carrijo e Ferreira (2017), Eddleston *et al.* (2016), Ferreira e Freitas (2014), Carvalho e Nascimento (2017), Moraes, Hashimoto e Albertini (2013), Nassif *et al.* (2012), Souza, Lima e Marques (2008), Vale, Serafim e Teodósio (2011) e Zamban e Tosta (2017).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Qual o perfil das mulheres que fazem parte das Empresas Juniores na Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e as principais dificuldades por que passam? Esta pergunta motivou a realização deste estudo que teve como objetivo apresentar o perfil, dilemas e perspectivas das mulheres nas Empresas Júniores da UFOP.

Um questionário foi elaborado a partir de instrumentos já adotados em outros estudos e um recorte do público a ser pesquisado foi definido, cuja taxa de retorno foi suficiente para a concretização da pesquisa.

Dentre os pontos de análise dos dados, estão as informações descritivas das mulheres pesquisadas no que diz respeito ao início da graduação, rendimento nas disciplinas cursadas, trabalhos realizados extra-universidade e tempo de participação na Empresa Júnior.

Quanto às dificuldades enfrentadas dentro das Empresas Juniores, mesmo que em números reduzidos, quando comparadas com o total de respostas, encontrou-se que há momentos que as empresárias juniores foram tratadas aquém do esperado. Este tipo de resposta era prevista, quando comparado com aqueles descritos na literatura sobre empreendedorismo feminino. Porém, diferente daqueles resultados sobre o conflito trabalho X família, as mulheres pesquisadas não descreveram tal problema e, uma das causas possíveis pode se referir à 'pouca' idade das participantes deste estudo.

Além deste ponto, foi possível perceber que elas acreditavam que após sua formatura passarão por dificuldades quanto aos ganhos financeiros e a possíveis assédios, pontos esses que coincidem com alguns resultados de pesquisas sobre empreendedorismo feminino.

A limitação desta pesquisa, que serve de apontamento de trabalho futuro, refere-se à aplicação desta investigação em outras Empresas Juniores de universidades distintas para averiguar se os resultados aqui encontrados se comportam linearmente quando agregadas outras variáveis relacionadas aos cursos de graduação e ao tipo de instituição de ensino superior a que estão vinculados. Outro ponto para trabalhos futuros é investigar mais e melhor o porquê há, nessas empresas, poucas mulheres nos cargos de liderança (presidência, por exemplo).

Por fim, as três principais contribuições que o presente estudo traz são: primeiro, o dimensionamento do perfil das entrevistadas, pois este não havia sido realizado antes na instituição de ensino superior pesquisada; segundo, a identificação dos dilemas e dificuldades enfrentados pelas mulheres ao conduzirem suas atividades práticas nas empresas juniores; e, por último, a possibilidade de se realizar o comparativo dos dados referentes aos perfis e dilemas desta população com aqueles oriundos da literatura revisada, o que traz conhecimentos novos e/ou afirmam aqueles já existentes.

REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, F. *Dicionário de metodologia científica*. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BARBOSA, V. C. S.; OLIVEIRA, M. R. Implantação do programa 5S em uma empresa júnior de consultoria. *Revista Gestão Industrial*, vol. 13, n. 3, p. 01-21, 2017.

BATISTA, M. K.; BITENCOURT, B. M.; SILVA, F. M. D.; RUAS, R. L. Empresa Júnior: onde a moeda de troca é o conhecimento. *Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração,* vol. 34, 2010.

BERVANGER, E.; VISENTINI, M. S. Publicações científicas brasileiras sobre empresas juniores na área de administração: um estudo bibliométrico. *REGE - Revista de Gestão,* vol. 23, n. 3, p. 197-210, 2016.

BORGES, C.; FILION, L. Evolução do capital social empreendedor dos spin-offs universitários. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas,* vol. 1, n. 1, p. 3-31, 2012.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei nº 13.267, 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 do Brasil (DOU), de 7 abr. 2016 e retificado em 8 abr. 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13267.htm. Acesso em: 11 mar. 2019.

BRASIL JÚNIOR. Disponível em: https://brasiljunior.org.br/. Acesso em: 02 nov. 2018.

CARRIJO, M. C.; FERREIRA, S. R. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: uma análise a partir de dados do Global Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo, Gestão e Negócios*, vol. 6, n. 6, p. 200-225, 2017.

CARVALHO, P. L.; NASCIMENTO, R. S. Quando a força faz a união: perspectivas culturais no contexto organizacional de empresa júnior. *Revista de Administração e Negócios da Amazônia,* vol. 9, n. 7, 2017.

CESCONETTO, S. M. M.; NUNES, T. S.; MORETTO NETO, L. M. As empresas juniores no desenvolvimento de competências gerenciais. *Revista de Administração da UEG*, Aparecida de Goiânia, v.3, n.2, jul./dez. 2012.

CORTEZ, A. E. G.; FERREIRA, T. B.; DE MELO FERREIRA, C.; ARAÚJO, A. G. Cognição e afetividade nas trajetórias empreendedoras das mulheres da cidade do Natal/RN. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, vol. 5, n. 2, p. 24-50, 2016.

CRAMER, L.; CAPPELLE, M. C. A.; ANDRADE, Á. L. S.; BRITO, M. J. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas,* vol. 1, n. 1, 2012.

DOVAL, J. L. M. Empresas Juniores e intercâmbios em gestão: uma visão crítica. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração,* vol. 6, n. 4, 2012.

EDDLESTON, K. A.; LADGE, J. J.; MITTENESS, C.; BALACHANDRA, L. Do you see what I see? Signaling effects of gender and firm characteristics on financing entrepreneurial ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 40, n. 3, p. 489-514 , 2016

FERREIRA, E. R.; FREITAS, A. A. Propensão empreendedora entre estudantes participantes de empresas juniores. *REGEPE*

- *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, vol. 2, n. 3, p. 03-32, 2014.

FIRMINO, T. T.; SOUTO, L. C. C.; SOUSA, C. S. G. As dimensões burocráticas em empresas juniores. *Revista Eletrônica de Administração*, vol. 16, n. 2, p. 240-255, 2017.

GARCIA, R.; ARAUJO, V.; MASCARINI, S.; SILVA, A.; ASCÚA, R. Empreendedorismo acadêmico no Brasil: uma avaliação da propensão à criação de empresas por estudantes universitários. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, vol. 1, n. 3, p. 36-63, 2013.

GEOCONSULTORIA JÚNIOR. Disponível em: https://geoconsultoriajr.ufop.br/. Acesso em: 2 nov. 2018.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo feminino no Brasil: gênese e formação de um campo de pesquisa. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, vol. 6, n. 1, p. 40-74, 2017.

GODWIN, L. N.; STEVENS, C. E.; BRENNER, N. L. Forced to play by the rules? theorizing how mixed-sex founding teams benefit women entrepreneurs in male-dominated contexts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.30, p. 623-642, 2006.

GOUVÊA, A. B. C. T.; SILVEIRA, A.; MACHADO, H. V. Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, vol. 2, n. 2, p. 32-54, 2013.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos de metodologia científica*. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LEAL, L. E. B. B.; MACHADO, H. V. Efeitos da participação de mulheres empreendedoras em associações de mulheres de negócio no estado do Paraná. *Redes*, vol. 17, n. 1, p. 217-231, 2012.

LEMOS, A. H. C.; COSTA, A. M.; VIANA, M. D. A. Empregabilidade e inserção profissional: expectativas e valores dos participantes de empresas juniores. *Revista do Pensamento Contemporâneo em Administração,* vol. 6, n. 1, p. 91-104, 2012

LIMA, E.; NELSON, R.; NASSIF, V. M. J. Gênero, classe social e empreendedorismo: foco nas estudantes universitárias de um país emergente. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, vol. 9, n. 4, p. 579-605, 2016.

MACHADO, H. V. Mulheres empreendedoras: relato de experiências, trajetórias e desafios. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social,* vol. 2, n. 1, p. 127-135, 2013.

MARTINS, C. B.; CRNKOVIC, L. H.; PIZZINATTOA, N. K.; MACCARI, E. A. Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria,* vol. 3, n. 2, 2010

MIGUEL, P. A. C.. *Metodologia de pesquisa em engenharia de produção e gestão de operações*. 3 ed. São Paulo: Elsevier-Campus, 2018.

MORAES, M.; HASHIMOTO, M.;

ALBERTINI, T. Perfil empreendedor: estudo sobre características empreendedoras de motoristas funcionários, agregados e autônomos do transporte rodoviário de cargas. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, vol. 2, n. 1, p. 132-157, 2013.

NASSIF, V. M. J.; ANDREASSI, T.; TONELLI, M. J.; FLEURY, M. T. L. Women entrepreneurs: discussion about their competencies. *African Journal of Business Management,* vol. 6, p. 7694-7704, 2012.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. *Revista de Administração Pública,* vol. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.

OLIVEIRA, N. C.; STRUETT, M. A. M.; BORGONHONI, P.; MACHADO, H. P. V. A inserção da mulher empreendedora no mundo dos negócios. *Caderno de Administração UEM,* vol. 12, n. 2, p. 47-61, 2014.

PEREIRA, D. O.; SILVA, H. A.; NOVÔA, N. F. Implantação do Programa 5S em uma empresa júnior: estudo de caso da Ello Empresa Jr. *Scientia Tec: Revista de Educação, Ciência e Tecnologia do IFRS – Campus Porto Alegre*, vol. 3, n. 1, p. 116-140, 2016.

POGGESI, S.; MARI, M.; VITA, L. D. What's new in female entrepreneurship research? Answers from the literature. *International Entrepreneurship and Management Journal,* vol. 12, n. 3, p. 735-764, 2015.

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. *Revista de Administração Faces Journal,* vol. 7, n. 3, p. 124-138, 2008.

SOUZA, A. C. B.; PINTO JUNIOR, D. M. P.; OLIVEIRA, J. V. Análise do perfil comportamental dos alunos do curso de administração através da seleção por competências: um estudo de caso na empresa júnior do UGB. *Revista Brasileira de Gestão e Engenharia,* n. 2, p. 1-16, 2010.

SOUZA, C. P. S.; LIMA, L. L. B.; MARQUES, A. A. Fatores condicionantes da motivação de colaboradores voluntários: estudo de caso de uma empresa júnior da Universidade Federal de Alagoas. *Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração,* vol. 32, 2008.

STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. *Revista de Administração,* vol. 49, n. 1, p. 59-76, 2014.

TOLFO, S. R.; SCHMITZ, S. A formação de consultores em uma empresa júnior. *Revista ANGRAD,* vol. 6, n. 3, 2005.

VALE, G. M. V.; SERAFIM, A. C. F.; TEODÓSIO, A. S. S. Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes? *Revista de Administração Contemporânea,* vol. 15, n. 4, p. 631-649, 2011.

VAZ, V. H. S.; TEIXEIRA, R. M.; OLAVE, M. E. L. Empreendedorismo social feminino e motivações para criar organizações sociais: estudo de casos múltiplos em Sergipe. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas,* vol. 4, n. 3, 2015.

ZAMBAN, M.; TOSTA, H. T. Influência das empresas juniores na formação empreendedora de pós-juniores do Estado de Santa Catarina. Revista de Administração da UEG – ISSN 2236-1197, v.8, n.3 set/dez. 2017.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W.; TEIXEIRA, R. M. T. Intraempreendedorismo feminino e desenvolvimento de competências empreendedoras: um estudo de caso com professoras de programas de mestrado e doutorado em administração de Curitiba/PR. *Revista Economia & Gestão,* vol. 11, n. 25, p. 34-61, 2011.

SOBRE OS AUTORES

Tatiane Braga Pinheiro
Graduanda em Engenharia de Produção - Universidade Federal de Ouro Preto. Contato: tatiane.pinheiro@aluno.ufop.edu.br

Gabrielle Christina de Carvalho Campolina
Graduanda em Engenharia Metalúrgica - Universidade Federal de Ouro Preto. Contato: gabriellecampolina@yahoo.com.brm

André Luís Silva
Doutor em Engenharia Elétrica – Universidade Federal de Minas Gerais. Professor na Universidade Federal de Ouro Preto, Departamento de Engenharia de Produção Administração e Economia (DEPRO), Escola de Minas – Campus Morro do Cruzeiro, Ouro Preto-Minas Gerais-Brasil. Contato: andre.silva@ufop.edu.br.