

# Negócios já surgem na faculdade

A universidade estimulou o empreendedorismo e o resultado é o surgimento de novas, e promissoras, pequenas empresas

**Rodrigo Rezende**

Não faz muitos anos, as universidades brasileiras passaram a estimular o empreendedorismo entre seus alunos – seja na graduação ou em cursos de especialização. E o resultado o País começa a colher agora: há uma série de novos negócios, que surgiram ainda nos câmpus, e que têm tudo para ganhar espaço no mercado.

É o caso de Marisa Peraro, que criou a Pró-Corpo Estética. A empresa nasceu do seu trabalho de conclusão de curso, ainda em 2006 na faculdade de administração, e hoje ela fatura R\$ 2 milhões por ano. “Fiz um bom plano de negócios e escolhi montar uma empresa que oferecesse serviços com preços justos e para mulheres que não têm muito tempo”, conta.

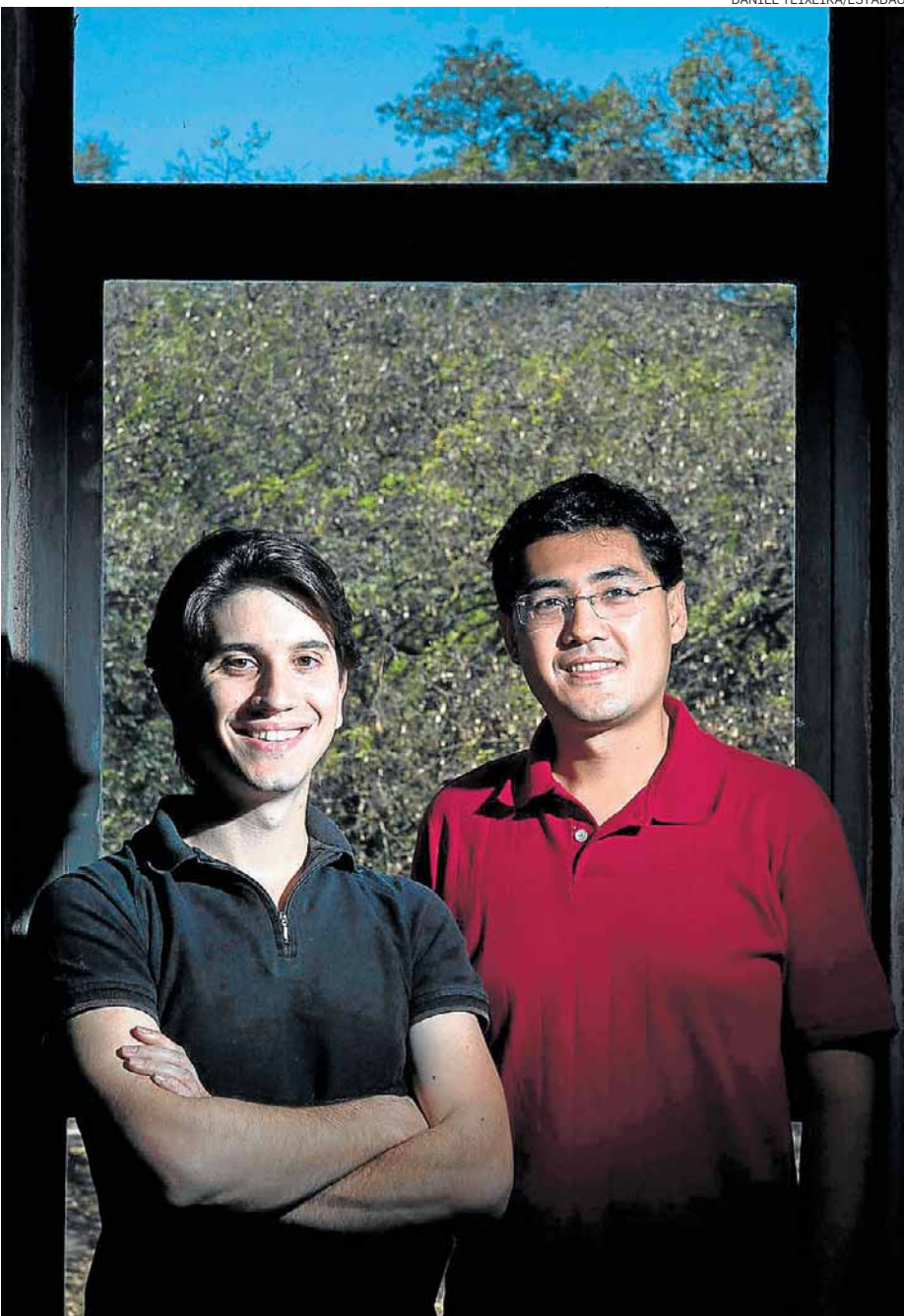
Quando formou-se, Marisa enxergava dois caminhos: seguir na área de recursos humanos ou montar uma empresa. “Eu tinha um brilho dentro de mim que a ideia do TCC daria certo e fui muito incentivada pelo meu sogro. Ele disse que eu tinha perfil empreendedor e as palavras dele foram decisivas.”

O investimento inicial para abrir a clínica foi de R\$ 17 mil e hoje a Pró-Corpo possui seis unidades próprias e uma franquia. “Quero alcançar 500 lojas em cinco anos”, afirma Marisa.

Os engenheiros Luiz Lamardo, Laio Burim e Marcelo Koga se conheceram na faculdade de engenharia da Universidade de São Paulo e, quando se reencontraram na pós-graduação, resolveram retomar um projeto de automação. Era o estopim para a criação da Mvisia, empresa incubada no Cietec desde o começo de 2012. O trio de empreendedores desenvolveu uma máquina que usa uma tecnologia chamada visão computacional, além de aspectos da inteligência artificial, para selecionar e separar mudas de flores por categorias, isso conforme o tempo que levarão para crescer.

Até agora, o investimento feito foi de R\$ 30 mil. O objetivo da empresa é vender dez máquinas em dois anos e, dessa forma, faturar R\$ 750 mil. Mas o salto poderá ser ainda maior. Segundo Koga, a invenção consegue ser usada para separação de frutas e legumes em áreas de seleção ou controle de qualidade. “Existem soluções similares na Europa, mas os equipamentos são muito caros, nossa ideia é fazer máquinas com preços mais baixos”, diz Lamardo.

Outra empresa que nasceu do trabalho de conclusão de curso da faculdade, no Senac, é a



**Escolha.** Lamardo e Koga abriram a empresa durante a pós-graduação

Consultoria Escolha Verde. Beatriz Couto, Bruna Cavassa e Gaby Degaky são sócias do empreendimento, também incubado no Cietec desde o ano passado. A empresa pretende atender o segmento têxtil. “Queremos propor uma produção mais limpa às confecções, para elas aumentarem sua ecoeficiência”, diz Beatriz.

Um dos casos mais conhecidos – e até usado como modelo por jovens empreendedores brasileiros – é o da criação do Mercado Livre. A ideia do negócio foi do argentino Marcos Galperin, e tudo começou quando ele cursava MBA nos Estados Unidos. Galperin conta que desenvolveu o plano de negócios durante o curso e conversou

com muita gente sobre o projeto, incluindo um professor que facilitou o contato entre ele e um investidor.

“Muita gente não acreditava no comércio eletrônico na região (América Latina), mas eu abandonei o meu emprego da época na área de finanças e montei o Mercado Livre”, afirma o empreendedor.

Atualmente, o empreendimento opera em 13 países e movimentou US\$ 5,7 bilhões no ano passado. Mas o sucesso da companhia, garante Galperin, não teria chegado nunca sem o mais importante: encontrar as pessoas certas e que acreditavam na importância que a internet teria nos anos seguintes. Ele e a equipe estavam certos.

## Ambiente acadêmico estimula novas ideias

Para o professor de economia Jose Eduardo Amato Balian, da ESPM, o ambiente acadêmico é importante para que o aluno desenhe o seu futuro profissional. “Os estudantes podem enxergar que há opções diferentes de carreira, que eles poderão trabalhar em grandes empresas ou in-

vestir em seus negócios próprios”, diz. Segundo o especialista em empreendedorismo, que também coordena projetos na incubadora de negócios da faculdade, “atualmente há muita interação entre as ideias empreendedoras e as matérias da escola”, afirma.

Ainda segundo Balian, quem inicia o empreendimento no período em que ainda está estudando pode sair na frente. “Não deveria haver diferenças entre uma empresa que nasce na faculdade e outra que não, mas é fato que dentro da incubadora há um acompanhamento mais

próximo e muita dedicação e orientação para o empreendedor, o que auxilia principalmente no início”, analisa.

O que pode ser negativo para quem começa a empresa ainda nessa fase de estudos, conta ele, é a falta de vivência no mundo do trabalho. “A pessoa pode ain-

da estar muito crua, por isso, o nosso acompanhamento é um diferencial”, completa.

Mas ter organização é importante. No caso de Marisa Peraro, por exemplo, ajudou o fato de a empreendedora ter elaborado um bom plano de negócios. Mas sua proposta de clínica de estética não teria dado certo caso ela não tivesse encontrado um diferencial em relação aos concorrentes: a agilidade na prestação do serviço.

“Fiz um bom plano de negócios e passei a oferecer serviços com preços justos”

**Marisa Peraro, Pró-Corpo**

CLAYTON DE SOUZA/ESTADÃO

**Para a Localiza, não importa o tamanho da sua empresa. Mas aonde ela quer chegar.**

Todas as empresas podem e precisam, sempre, otimizar os seus gastos. Por isso, o aluguel de carros se torna um grande aliado para gerar economia, flexibilidade e muito mais ganhos para o seu dia a dia. E o melhor: pelo tempo que precisar.

Conte com quem mais entende de aluguel de carros no Brasil.

Ligue e consulte: 0800 707 1250  
www.localiza.com/empresa

**LocalizaEmpresa**

## Brasil conta apenas com 33 centros de empreendedorismo

**Gisele Tamamar**

Como o ensino do empreendedorismo não deve se limitar à sala de aula, as instituições de ensino superior investem na criação de centros dedicados ao assunto. No Brasil, existem 33, muito pouco se compararmos com os mais de 400 em funcionamento nos Estados Unidos. Esses dados fazem parte de estudo, patrocinado pelo Sebrae-SP, e foi conduzido pelo professor Marcos Hashimoto, coordenador do Centro de Empreendedorismo da Faap.

Existe até um encontro dos centros, o Global Consortium of Entrepreneurship Centers (Gcec), realizado nos Estados Unidos. “Vários estudos já demonstraram que apenas o conteúdo da disciplina não é suficiente para o aluno. É preciso complementar com outras atividades”, pontua Hashimoto.

É nesse ponto que entram os centros, que promovem workshops, palestras, organizam competições de planos de negócios e, em alguns casos, implantam até mesmo as incubadoras de negócios.

Hashimoto foi responsável pelo centro do Insper e chegou este ano na Faap para implantar um programa semelhante ao da universidade concorrente. “Existe uma certa predisposição do aluno da Faap de qualquer curso em montar seu próprio negócio. Ou ele está sendo preparado para assumir os negócios da família”, analisa.

O Centro Universitário da FEI também vai implantar estrutura semelhante, sob a coordenação do professor Edson Sadao – ele foi responsável pelo modelo adotado pela Fecap.



**Desafio.** Hashimoto chegou na Faap para implantar modelo

“Alguns centros ficam focados no ensino ou na extensão, criando incubadoras de empresas. Na minha ótica, o centro tem que articular ações nesses

três campos: ensino, pesquisa e extensão”, afirma.

Na Fundação Getúlio Vargas (FGV), o Centro de Estudos em Empreendedorismo e No-

vos Negócios existe há oito anos. A instituição realiza competições de planos de negócios, palestras e prepara atualmente a implantação de uma incubadora. “Temos pesquisas que mostram que 25% dos alunos, em média, depois de dez anos de formados, se tornam empreendedores”, afirma Tales Andreas-si, coordenador na FGV.

“Quando falamos de empreendedorismo vem na cabeça a ideia de criar um negócio. Existem alunos que não têm essa vocação. Mas isso não quer dizer que o empreendedorismo não é importante”, diz o diretor de novos projetos acadêmicos do Insper, Irineu Giansi.

O diretor explica, inclusive, que diversas grandes empresas buscam profissionais com essa visão. “O papel do centro é desenvolver essa competência.”