

## JUVENTUDE

### *incentivo, oportunidade, desenvolvimento*

# Quando o empreendedorismo desperta bem cedo

Do colégio aos primeiros anos da faculdade, como é a entrada dos jovens no mundo dos negócios

**ULISSES MIRANDA**

@mirandaulisses\_

A Emikatê – Fábrica de Experiências é uma agência de marketing universitário. Criada pelos jovens Heitor Rodrigues, 24 anos, Pedro Ghiorzzi, 22, e Rodrigo Medina, 20, todos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs), a agência ganhou forma em agosto de 2016. Mas o espírito empreendedor nasceu ainda nos tempos de colégio - quando Heitor participou do projeto Miniempresta, da Junior Achievement.

Heitor foi achiever do programa em 2009, durante o Ensino Médio, na Escola Estadual Florinda Tubino Sampaio, em Porto Alegre. "Foi uma experiência incrível, em que pude exercer a liderança e a criatividade durante as 15 jornadas do programa. Fui diretor de Recursos Humanos. Foi cansativo, exaustivo, mas hoje vejo o quanto valeu a pena", lembra. Após sua participação, se associou ao Nexas (grupo de ex-participantes de programas da Junior). Posteriormente, ainda atuou como adviser, sendo voluntário em cinco minieempresas.

2012 reservou a Heitor sua primeira experiência oficial como empresário, aos 19 anos. Montou, junto de amigos, uma produtora de festas temáticas, já voltada ao público estudantil. "Por desconhecimento de mercado, falta de recursos financeiros e planejamento, o negócio não deu certo. Mas, ainda assim, fizemos ações muito legais", assegura ele. Entre os eventos, produziram a festa de formatura do Miniempresas daquele ano. O know-how estabelecido rendeu uma oportunidade, por dois anos e meio, na Oca de Savóia.

"Quando assumi o marketing da Oca de Savóia, desenvolvi ações junto ao programa Miniempresa", exemplifica.

FREDY VIEIRAS/JC



Rodrigo (esq.) e Heitor hoje são donos da Emikatê, mas o estímulo para criar um negócio próprio surgiu na adolescência, no projeto Miniempresa

Com a Emikatê, o objetivo é conectar alunos com as marcas através de experiências acadêmicas, de entretenimento, esportivas e culturais, impactando positivamente a vida universitária. Mesmo em pouco tempo, os números mostram que o trabalho está sendo reconhecido. Foram realizados 15 eventos de entretenimento, dois acadêmicos e três esportivos. Atingindo, assim, cerca de 16 mil pessoas. "Queremos estar presentes do início ao fim da graduação", assegura Rodrigo.

Na avaliação do trio, é mais comum que no Sul os alunos utilizem pouco os espaços dados pela faculdade. E é isso que permeou o processo de criação da agência. "O pessoal vai para as



aulas, responde à chamada, faz provas, trabalhos e volta para casa. Quando menos percebe, está formado", aponta Heitor.

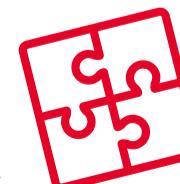
A atuação nas organizações de alunos contaram muito a favor deles para que obtivessem êxito. Algumas festas levaram, em média, 2 mil pessoas por evento. A Cervejada Liberada é uma das mais conhecidas.

"Colocamos preços de ingresso paritário para homem e mulher, fechamos parcerias com aplicativos de táxi para ações de conscientização na relação bebida e trânsito, e fizemos campanhas de combate ao assédio com mulheres", ressalta Heitor. Além disso, lançaram o Copo Eco, presente em diversos eventos no

Rio Grande do Sul a partir dali.

Com novos projetos, a tendência é aumentar ainda mais a equipe. Além dos três sócios, um time de oito acadêmicos, de diferentes universidades, atua no escritório da Emikatê. "A experiência que eles têm aqui, pela autonomia, dificilmente teriam em outra empresa", compara Heitor. Só a equipe de relacionamento e vendas chega a cerca de 200 pessoas. A cada novo evento, pessoas fora do cenário acadêmico também recebem oportunidades, seja em segurança, limpeza, entre outros.

Hoje, a Emikatê é responsável pelo relacionamento universitário do Grupo Austral,



empresa de live marketing. Há também uma parceria consolidada com a VOE Ideias, empresa de marketing e eventos do Sul, na produção do maior evento de jogos de praia, o Universipraia.

Em 2017, a Emikatê tem como meta atingir cerca de 48% dos estudantes universitários do Rio Grande do Sul, quarto maior em número de universitários do País (aproximadamente 376 mil). "Queremos impulsionar uma vida universitária mais ativa, mais divertida e dinâmica. Uma vida acadêmica melhor", expressa Heitor, que tem, junto a seus colegas, algo em sintonia com o mercado em que atua: a juventude.