
RESUMO

Entre os movimentos e projetos que objetivam capacitar estudantes da área de ciências gerenciais, encontra-se o *Movimento Empresa Júnior* (MEJ). Caracterizada para seu enfoque, as EJs proporcionam uma vivência dos integrantes que agrega valor ao ensino superior por meio do engajamento e trabalho voluntário. O trabalho caracteriza as EJs, sua gestão e administração por meio de uma análise teórica e com pesquisa qualitativa, de natureza básica, cujos objetivos são descritivos e explicativos, amparados por pesquisa bibliográfica. Os resultados apontam aspectos de gestão, administração e os desafios que as EJs têm, mas também resultados positivos. Além disso, possui elementos de reflexão sobre o posicionamento no mercado das EJs e sobre integração com as Instituições de Ensino Superior. Os pontos positivos são o crescimento do MEJ e ser autossustentável na capacidade de autogestão e inovação de empreendedorismo social no Brasil. O Movimento Empresa Júnior é um patrimônio que deve ser preservado, ser um empresário júnior é muito mais do que uma simples atividade extracurricular ou extensão do curso, é considerada uma oportunidade única de desenvolver habilidades essenciais para o sucesso profissional com mais integração nas Instituições de Ensino Superior e empresas parceiras da causa.

Palavras-chave: Empresa Júnior. Empreendedorismo. Faturamento. Empresário Júnior. Brasil.

ABSTRACT

Among the movements and projects that aim to train students in the field of management sciences, there is the Junior Company Movement (MEJ). Characterized for its focus, the EJs provide an experience for members that add value to higher education through engagement and volunteer work. The work characterizes the EJs, their management and administration through a theoretical analysis and qualitative research, of a basic nature, whose objectives are descriptive and explanatory, supported by bibliographical research. The results point to aspects of management, administration and the challenges that EJs have, but also positive results. In addition, it has elements for reflection on the positioning of EJs in the market and on integration with Higher Education Institutions. The positive

Autor 1

Isabele Aparecido Alves
isabele_alves17@outlook.com

Autor 2

Kenneth de Melo Felix
kennethmello@gmail.com

Orientador

Patrícia Irina Loose de Moraes
patricia.moraes2@fatec.sp.gov.br

points are the growth of the MEJ and being self-sustainable in terms of self-management and innovation in social entrepreneurship in Brazil. The Junior Enterprise Movement is a heritage that must be preserved, being a junior entrepreneur is much more than a simple extracurricular activity or course extension. It is considered a unique opportunity to develop essential skills for professional success with greater integration in Higher Education Institutions and partner companies of the cause.

Keywords: Junior Enterprise. Entrepreneurship. Invoicing. Junior Entrepreneur. Brazil Junior.

1 INTRODUÇÃO

Entre os movimentos e projetos que objetivam capacitar estudantes da área de ciências gerenciais, encontra-se o *Movimento Empresa Júnior* (MEJ), que nos últimos anos vem mudando a vida dos estudantes brasileiros, de uma forma única e contínua. A proposta do movimento é capacitar empreendedores. Através do empreendedorismo os universitários, colocam em prática as matérias lecionadas nas universidades e de forma autônoma, formam associações de direitos civis e prestam serviços para pequenas, médias e grandes empresas também para pessoas físicas, estes últimos clientes contribuem na maior porção da renda gerada.

O atual trabalho visa explicar como os movimentos estudantis nas instituições de ensino superior, fruto do esforço conjunto entre alunos e professores, agem com a finalidade de integrar a aprendizagem teórica e prática por meio de projetos de consultoria e serviços.

Este trabalho pretende, assim, identificar e caracterizar as Empresas Júniores (EJs) em particular a EJ (Empresa Júnior) da Fatec de Assis a Associação InterGestão JR. O objetivo geral da pesquisa, volta-se a coletar e estudar elementos que possam esclarecer como são administradas as EJs. E constitui-se como objetivos específicos, compreender a relação com empreendedorismo e como as EJs se posicionam no mercado.

O desenvolvimento deste trabalho justifica-se dada a escassez de dados atualizados sobre o impacto mercadológico das EJs, bem como de seus faturamentos anuais e sobre como impactam ou promovem a mudança na vida dos empresários juniores.

Para atender o objetivo deste trabalho, foi realizada uma pesquisa no estado de São Paulo com todos os empresários juniores da Federação Estadual de Empresas Júniores de São Paulo FEJESP.

A hipótese inicial com base no estatuto do *Movimento Empresa Júnior* é que a *Empresa Júnior*, em sua essência é uma associação estudantil administrada por estudantes e se caracteriza como empreendedorismo social. Portanto, ao final, o estudo deverá apontar se de fato o movimento se caracteriza como empreendedorismo social.

Na necessidade de novos significados de empreendedorismo social e definição de atividades do terceiro setor no Brasil e em SP, o referencial teórico sintetiza elementos e conceitos na caracterização das EJs. Em sua conclusão, foi analisado os dados recolhidos durante a pesquisa feita com as EJs no estado de SP e na InterGestão Jr.

A metodologia adotada para o desenvolvimento da discussão ora proposta, em relação à abordagem, trata-se de uma pesquisa qualitativa, de natureza básica, cujos objetivos são descritivos e explicativos, amparados por pesquisa bibliográfica.

2 EMPRESA JÚNIOR

Empresas Juniores (EJs) são associações de direito civis constituídas nas universidades brasileiras e em todo o mundo. O conceito de Empresa Júnior (EJ) surgiu na França, em 1967, na *l'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales* (ESSEC) instituição criada em 1907 em Paris, com o objetivo de oferecer aos estudantes universitários uma opção para melhor qualificação de suas práticas profissionais (Brasil Junior, 2007)

Conforme definição da Brasil Junior, entidade que regulamenta e o MEJ no Brasil, as EJs são associações sem fins lucrativos, geridas por alunos que visam:

Promover o desenvolvimento técnico e acadêmico de seus associados, através de suas atividades, fomentar o espírito empreendedor de seus associados, promover o contato dos alunos com o mercado de trabalho e o desenvolvimento pessoal e profissional de seus associados (BRASIL JÚNIOR, 2007).

Essas diretrizes asseguraram a qualidade dos serviços oferecidos, bem como a aprendizagem do graduando para o desenvolvimento de competências.

No Brasil, conforme explica Oliveira (2004), a proposta de empresa júnior chegou no final da década de 80. Por meio de ações da Câmara de Comércio França-Brasil, foi anunciado em um jornal o convite para alunos universitários fundarem uma *Empresa Júnior*. Segundo consta nos registros da Brasil Junior (BJ), três cursos de graduação se interessaram pela ideia, sendo eles os cursos de administração de empresas da Fundação Getúlio Vargas, o da Fundação Álvaro Armando Penteado (FAAP) e da Escola Politécnica da USP, sendo constituídas em 1988 as Empresa Júnior FGV e Júnior FAAP, respectivamente, com os mesmos objetivos que possuíam as EJs da França. (Brasil Junior, 2008)

Segundo levantamentos do MEJ do ano de 2022 (BRASIL JUNIOR, 2022), revelou que em todos os estados brasileiros, incluindo o Distrito Federal, recepcionam *Empresas Juniores* federados a Federação Brasileira de Empresas Juniores (BJ), o total de empresas Júnior segundo a BJ no Brasil é de 1607 EJs, sendo que no estado de SP são federadas 209 EJs.

2.1 Empreendedorismos social

Segundo Oliveira (2005), através de uma análise mercado, o empreendedor social, se coloca entre as organizações que têm foco econômico, mas que não entram no setor privado, ou seja, no mercado que atuam a empresas comerciais e industriais. O terceiro setor pode ser dividido em empresas que há famílias, o setor informal e as organizações. As organizações voluntárias se diferenciam das organizações sociais entre as quais há o empreendedorismo social.

O empreendedorismo social é uma resposta ao trade-off econômico, ou seja, é uma decisão de escolha entre criação de valor e apropriação de valor. Especificamente falando, isso acontece quando existe uma falha no mercado e que não é resolvida com ações públicas ou de serviço público (Santos 2009), com isso, cria-se a oportunidade para um empreendedor social.

Outros autores definem empreendedorismo social como um conceito complexo e multidimensional. Com características relacionadas a inovação, pró atividade e a gestão do risco. Sendo que, essas características se desenvolvem em diferentes aspectos por meio de limitações da missão social e sustentável (OLIVEIRA 2009)

2.2 Posicionamento no mercado brasileiro

Quando falamos em EJs, um assunto pertinente é a definição institucional ou legal e o posicionamento no mercado brasileiro. Conforme definição da JADE uma *Empresa Júnior* é uma organização sem fins lucrativos. No Brasil a constituição legal das EJs configura uma associação civil de interesse público, sem fins econômicos e com finalidades acadêmicas de prestação de serviços para a comunidade.

Tanto a Empresa Júnior quanto um centro ou diretório acadêmico são constituídos como associações civis, sem fins econômicos, regidos por seus estatutos e formados exclusivamente por estudantes de uma determinada instituição de ensino” (MATOS, 1997, p. 27).

Segundo a LEI Nº 13.267, de 6 de abril de 2016. Que rege e disciplina a criação de EJs:

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.

§ 1º A empresa júnior será inscrita como associação civil no Registro Civil das Pessoas Jurídicas e no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica.

§ 2º A empresa júnior vincular-se-á a instituição de ensino superior e desenvolverá atividades relacionadas ao campo de abrangência de pelo menos um curso de graduação indicado no estatuto da empresa júnior, nos termos do estatuto ou do regimento interno da instituição de ensino superior, vedada qualquer forma de ligação partidária.

Dessa forma, empreendedores ficaram legalmente respaldados para prestar serviços, enquanto clientes passaram, a saber, exatamente o que esperar ao contar com os serviços de uma *Empresa Júnior*. O grau de especificação, bem como a experiência dos prestadores de serviço.

2.3 Estruturas das EJs

A estrutura organizacional da maioria das EJs é de modelo matricial com a representação de conselhos, presidência e diretorias, membro e treines. Os serviços prestados por essas EJs estão relacionados às especificidades e disciplinas lecionadas nos cursos que estão ligadas às EJs, mas de maneira geral predomina a atividade de consultoria como forma/metodologia de trabalho e prestação de serviços, na elaboração de planos, programas, projetos e serviços, de pesquisa e diagnóstico planejamento e execução dos mesmos, entre outros. Os clientes são constituídos em sua maioria por empresas de pequeno porte e de médio porte. (Brasil Júnior, 2022).

A distribuição regional é feita por federações e núcleos. Em âmbito nacional as diretrizes são regidas pela Brasil Junior (BJ) constituído por ex-alunos e empresários juniores com sede em Brasília – DF. Cada estado tem a sua federação que traça metas e planos e ajuda os núcleos se desenvolverem, a Federação das Empresas Juniores do Estado de São Paulo (FEJESP) é a do estado de SP. O estado é dividido em 4 núcleos, sendo eles, o Núcleo Bauru, Núcleo Campinas, Núcleo São Carlos e Núcleo São Paulo. A EJ a ser estudada InterGestão Jr. pertence ao núcleo Bauru (Planejamento Estratégico da Rede 2020).

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A metodologia aplicada a este trabalho para a obtenção de dados foi a pesquisa qualitativa de natureza básica em que se define como um método exploratório destinado a compreender em profundidade os aspectos sociais, comportamentais e culturais. Sua abordagem não reside na mensuração numérica, mas sim na compreensão das motivações, significados e sutilezas por trás dos acontecimentos. Essa abordagem metodológica busca captar a complexidade e a profundidade dos elementos investigados, promovendo uma análise minuciosa repleta de insights qualitativos. É essencial salientar que, na pesquisa qualitativa básica, o objetivo primordial é avançar no conhecimento teórico e na compreensão aprofundada do tema, sem necessariamente visar a aplicações práticas imediatas (OLIVEIRA 2008).

3.1. Metodologia do estudo de caso

A metodologia de pesquisa qualitativa busca compreender e interpretar fenômenos sociais complexos. A coleta de dados ocorreu por meio da aplicação de um questionário, que contemplou 15 questões com perguntas fechadas, através da ferramenta Microsoft FORMS, entre o período de 05/05/2023 à 05/06/2023, dada a necessidade de se coletar dados à distância

que permitiu a aplicação e coleta de respostas, além de oferecer recursos para análise e visualização dos resultados.

A pesquisa foi aplicada aos empresários juniores da FEJESP (Federação das Empresas Juniores do Estado de São Paulo) na qual obteve-se 700 respostas que serão descritas adiante no trabalho. A pesquisa foi realizada de forma on-line possuindo perguntas fechadas sobre a experiência de cada um no MEJ Paulista.

3.2. Resultados

A pesquisa de satisfação com os empresários juniores revelou que a grande maioria está satisfeita com a organização, reconhecimento e rendimento da empresa. Foi pontuado como um dos pontos fortes, a cordialidade e pró-atividade dos membros das EJs. Além disso, foi observado que a qualidade dos serviços oferecidos atendeu às expectativas dos clientes. Embora alguns pontos tenham sido identificados como possíveis melhorias, de maneira geral, os resultados demonstram um alto nível de satisfação com sua EJs.

A pesquisa inicia-se com a questão de identificação do núcleo ao que pertence o empresário júnior. O resultado evidenciou que 86,4% dos entrevistados são do Núcleo Bauru (da cidade de Bauru-SP), 9,1% do Núcleo São Paulo, capital e 4,5% do Núcleo São Carlos. Do núcleo Campinas não obteve nem uma resposta. Dos respondentes, aproximadamente 64% tem idade de 17 à 25 anos, 32% de 26 à 34 anos e 4% de 35 a 43 anos.

Realizou-se um questionamento que nos trouxe um resultado no mínimo intrigante, que versava sob a percepção dos membros da EJ quanto ao sentimento de respeito. O resultado mostrou que 91% dos entrevistados se sentem respeitados nas atividades e funções que desempenham, enquanto que 9% refletem a necessidade de uma investigação posterior para apurar o que leva estes membros não se sentirem respeitados.

Um grande impasse encontrado em todas as EJ é o problema de comunicação, pois é um ponto que ainda traz muita dificuldade devido ao fato de que na maioria das EJs a rotina diária nem sempre é presencial todos os dias, ocasionando algumas falhas na comunicação. Foi questionado com a comunicação interna da EJ está e como o membro avalia esse quesito em uma escala de 1 a 5. Das respostas 54,5% deram nota 4 ao quesito, 27,3% deram nota 3, 9,1% deram nota 2 e para a nota de 1 e 5 as respostas foram de 4,5% para as duas.

Outro assunto suscitado é a questão estrutural da EJs, perguntou-se se as ferramentas necessárias para a realização das atividades diárias, como computadores ou softwares, são disponibilizadas e utilizadas para um bom desempenho. O resultado permitiu visualizar que

63,6% dizem que as ferramentas atendem as necessidades de desenvolvimento das atividades, enquanto que 36,4% responderam que não tem acesso a todas as ferramentas necessárias.

O clima também foi investigado. O clima organizacional das EJs é um assunto presente em pautas nos eventos, reuniões ou palestras, sobre Empresa Juniores, pois os membros acreditam que uma equipe unida e entrosada os serviços prestados são de extrema qualidade. Quando perguntado se o membro se sente seguro para expressar sua opinião, 91% diz que sim e apenas 9% disseram que não. Em seguida foi questionado sobre o relacionamento entre os membros, 31% deram nota 5 e 45% dera nota 4, 24% responderam a nota 2 e 3. Por fim, quando perguntado sobre o reconhecimento de seu papel e atividades, 87% se diz reconhecido e 13% diz não ser reconhecido na sua EJ.

A maior missão do MEJ é gerar novas lideranças, para um Brasil mais empreendedor, foi perguntado aos entrevistados como eles avaliam a lideranças formais da sua EJ, 40,9% avaliaram com a nota 4, ainda na mesma pergunta, 36,4% dos entrevistados deram nota 5 para as lideranças da sua EJ, 13,6 deram nota 3, e 4,5% deram as notas 1 e 2.

Ainda sobre lideranças, foi perguntado sobre a transparência das decisões da diretoria na EJ 51% disseram que estão totalmente satisfeitos com esse quesito e 49% que pode ser melhorado.

Por fim foi perguntado se a estrutura da EJ funcionaria nas empresas sêniores, e 91% dos entrevistados disseram que sim e recomendaria para a empresa que trabalha ou que um dia possam vir a trabalhar, porém 9% disseram que não, justificam sua resposta como algo possível, mas ainda muito distante da realidade ou aceitação de adoção e incorporação da estrutura proposta pelas empresas Juniores por empresas Seniores.

Em relação ao faturamento destas EJs, os dados presentes no portal da BJ (Brasil Junior 2022) indicam que no Brasil, o faturamento de 2022 foi de um pouco mais de 87 milhões de reais, não atingiu a meta estipulada de crescimento, sendo alcançada apenas 80% da meta.

Ao se pesquisar o faturamento da FEJESP (Federação das Empresas Juniores do Estado de São Paulo) na somatória de todas as EJs o faturamento foi de 18 milhões de reais, que representa 109% frente a meta estipulada para o ano de 2022.

Quanto ao Núcleo Bauru o ano de 2022 foi de baixas, atingindo a marca de 68,4% da meta para o ano de 2022, que em faturamento equivale a um pouco mais de 700 mil reais. (Brasil Júnior, 2022)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ser um empresário júnior é muito mais do que uma simples atividade extracurricular ou extensão do curso. É considerada uma oportunidade única de desenvolver habilidades

essenciais para o sucesso profissional, tais como liderança, tomada de decisão, trabalho em equipe e networking, quesito esse muito apreciado no mundo empresarial, pois mostra que juntos, todos conseguem sempre mais.

Além disso, essa experiência proporciona uma visão real do mercado e do funcionamento de uma empresa, preparando os jovens para enfrentar desafios futuros de maneira mais eficaz, mas de uma forma autônoma e gerando lideranças.

Ser um empresário júnior é um diferencial no currículo e uma porta de entrada para o mundo dos negócios, além de todo conhecimento adquirido, empresa sêniores são parceiras deste movimento e preferem contratar líderes que tenham feito parte de uma EJ.

Portanto, ser Empresário Júnior faz com que os universitários sejam mais preparados para encarar as adversidades do mercado de trabalho e alcançar o sucesso pessoal e profissional.

5 REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 13.267, 6 de abril de 2016. Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior. **Presidência da República Secretaria-Geral Subchefia para Assuntos Jurídicos**. Brasília, 6 de abril de 2016; 195º da Independência e 128º da República.p. 1.

BRASIL JUNIOR. **Confederação Brasileira de Empresas Juniores: conceito nacional de empresa junior**. São Paulo: Confederação Brasileira de Empresas Juniores, s.d.

BRASIL JUNIOR. **Conselho Nacional de Empresa Júnior**. Disponível em: <brasiljunior.org.br/site/arquivos/download/2>. Acesso em: 05 de maio 2023.

BRASIL JUNIOR. **Sobre a Brasil Júnior**. Disponível em:<<http://brasiljunior.org.br/site/brasiljunior>>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

BRASIL JUNIOR. **Lei das Empresas Juniores: um marco para o empreendedorismo jovem**. Disponível em: < <https://brasiljunior.org.br/conteudos/lei-das-empresas-juniores-um-marco-para-o-empreendedorismo-jovem-6cceececb1-356a-43d1-a555-d6700accccd2>> acesso em: 12 de maio de 2023.

BRASIL JÚNIOR. **Planejamento Estratégico da Rede 22-24**. Disponível em:< <https://portal.brasiljunior.org.br/futuro-do-mej>>. Acess em 25 de março de 2023.

BRASIL JÚNIOR. **Dados da Rede**. Disponível em:< <https://portal.brasiljunior.org.br/painel-instancias?year=2022>>. Acesso em 30 de março de 2023.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo social e empresa júnior no Brasil: o emergir de novas estratégias para formação profissional**. Disponível em: <<http://scholar.google.com.br/scholar?q=EDSONMARQUES+OLIVEIRA&hl=pt-BR&btnG=Pesquisar&lr>>. Acesso em: 12 de maio de 2023.

SANTOS, Filipe M. **A positive theory of social entrepreneurship**. Faculty and research Working paper, Fontainebleau: INSEAD, 2009.

VALADÃO Júnior, V. M., Almeida, R. C. de, & Medeiros, C. R. de O. (2014). **Empresa júnior: espaço para construção de competências**. Administração: Ensino E Pesquisa, 15(4), 665-695. Disponível em: <<https://doi.org/10.13058/raep.2014.v15n4.1>>. Acesso em: 20 de maio de 2023.

PICCHIAI, Djair. **Empresa júnior: um exemplo de pequena empresa** Revista Administração em Diálogo, vol. 10, núm. 2, 2008, pp. 35-52 Pontifícia Universidade Católica de São Paulo São Paulo, Brasil. Disponível em:< <https://www.redalyc.org/pdf/5346/534654438006.pdf>> acesso em 20 de maio de 2023.