

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
ESCOLA TECNICA ESTADUAL "LAURO GOMES"

Técnico em Administração

Gabriel Aluísio Ferreira Moraes
Geovanna Dos Santos Gomes
Natália Silva Muchiuti
Nicolie Rodrigues Belo
Rayanne Batista Maia
Suzany Mayra Leal Silva

**EMPRESA JÚNIOR GEPEA – GRUPO DE ESTUDOS E PESQUISAS
DE ENGENHARIA DE ALIMENTOS – UM ESTUDO DE CASO SOBRE
A CRIAÇÃO E APLICABILIDADE DO PROJETO EMPRESA**

São Bernardo do Campo

JULHO/2020

**Gabriel Aluísio Ferreira Moraes
Geovanna Dos Santos Gomes
Natália Silva Muchiuti
Nicolie Rodrigues Belo
Rayanne Batista Maia
Suzany Mayra Leal Silva**

**EMPRESA JÚNIOR GEPEA – GRUPO DE ESTUDOS E PESQUISAS
DE ENGENHARIA DE ALIMENTOS – UM ESTUDO DE CASO SOBRE
A CRIAÇÃO E APLICABILIDADE DO PROJETO EMPRESA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como pré-requisito para
obtenção do Diploma de Técnico em
Administração, orientado pela
professora Shirlei Alonso Ardengue.

São Bernardo do Campo / SP

JULHO/2020

**Gabriel Aluísio Ferreira Moraes
Geovanna Dos Santos Gomes
Natália Silva Muchiuti
Nicolie Rodrigues Belo
Rayanne Batista Maia
Suzany Mayra Leal Silva**

**EMPRESA JÚNIOR GEPEA – GRUPO DE ESTUDOS E PESQUISAS
DE ENGENHARIA DE ALIMENTOS – UM ESTUDO DE CASO SOBRE
A CRIAÇÃO E APLICABILIDADE DO PROJETO EMPRESA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como pré-requisito para
obtenção do Certificado de Técnico
em Administração.

Aprovação em:

Prof.(a). Shirlei Alonso
Etec Lauro Gomes
Orientador(a)

Prof.(a). _____
Etec Lauro Gomes
Avaliador(a)

Prof.(a). _____
Etec Lauro Gomes / Convidado
Avaliador (a)

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho a todos os integrantes do grupo, nós; que, em meio a tantas dificuldades, conseguimos manter o foco e determinação para que, cada um de nós com suas particularidades, fizesse deste trabalho o melhor possível.

Dedicamos também ao desempenho e força de vontade que cada um de nós tivemos, independente das circunstâncias em que ele foi realizado. E a nossos familiares, cujo apoio foi fundamental no período de elaboração do trabalho.

AGRADECIMENTOS

Registro os agradecimentos deste trabalho a todos aqueles que contribuíram para a sua realização, em especial Nicolas Augusto Ferreira Moraes que foi de suma importância no compartilhamento de informações que nos possibilitaram o êxito ao longo de todo o processo.

Agradecemos enormemente a nossa professora orientadora Shirlei Alonso Ardengue, que nos acompanhou em todos os processos e auxiliou na realização do trabalho com excelência, e que através de seus conhecimentos, trilhou os caminhos para que o estudo fosse íntegro. A todos que, por alguma razão, vieram até ele para expandir seus conhecimentos.

E agradecemos a todos que, direta ou indiretamente nos ajudaram, contribuíram e incentivaram para que fosse possível concluir este trabalho, mesmo com todos os obstáculos enfrentados.

RESUMO

Este estudo apresenta como tema central o GEPEA, Empresa Júnior (EJ) do Curso de Engenharia de alimentos da UNICAMP; ao longo do processo foram abordados diversos fatores que influenciam na EJ de forma direta e indireta, também foram expressadas a vivência dos seus membros e o desenvolvimento de suas habilidades, a forma de administração e parcerias adotadas pela mesma. Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa quali-quantitativa, que usou de entrevistas e pesquisas de campo para a coleta e análise de dados de todo o trabalho. E também foi apresentada a maior atuação da EJ, que são as consultorias para as organizações que contratam seus serviços. Para o referencial teórico, foram desenvolvidos dois temas principais: a Análise Pestel e o Plano de Negócios do GEPEA. O resultado disso foi o levantamento de dados sobre o Grupo de Estudo e Pesquisa de Engenharia de Alimentos; para quem se instiga pelo assunto e para quem busca expandir seu conhecimento sobre o tema, essa pesquisa traz um conteúdo completo.

Palavras chave: Empresa Júnior, administração, consultoria.

ABSTRACT

This research has the central theme of the GEPEA, Junior Company of UNICAMP. Throughout the process, some factors that directly and indirectly influence JC, were addressed and also the experience of JC's members and the development of their skills and so the kind of administration and partnerships adopted by JC were also expressed. Regarding the methodology, it is a quantitative and qualitative research, in which interviews and field research were used to collect and analyze data from all the work. JC's greatest performance was also presented, that are consultancies for organizations that hire their services. For the theoretical framework, two main themes were developed: the Pestel Analysis and GEPEA Business Plan. The result was the data collection on Food Engineering Study and Research Group; for those who are instigated by the subject and for those who seek to expand their knowledge on the subject, this research provides a complete picture.

Keywords: Junior Company, administration, consultancies.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 9 |
| 2. ANÁLISE PESTEL..... | 11 |
| 2.1 FATORES POLÍTICOS..... | 11 |
| 2.2 FATORES ECONÔMICOS..... | 13 |
| 2.3 FATORES SOCIAIS..... | 14 |
| 2.4 FATORES TECNOLÓGICOS..... | 16 |
| 2.5 FATORES LEGAIS..... | 17 |
| 3. PLANO DE NEGÓCIOS..... | 19 |
| 3.1 PROPOSTA DE VALOR..... | 19 |
| 3.2 PARCERIAS E ATIVIDADES PRINCIPAIS..... | 20 |
| 3.2.1 Parcerias Principais..... | 20 |
| 3.2.2 Atividades Principais..... | 21 |
| 3.2.3 Recursos Principais..... | 22 |
| 3.3 CLIENTES..... | 22 |
| 3.3.1 Segmentos de Clientes..... | 23 |
| 3.3.2 Canais..... | 23 |
| 3.3.3 Relacionamento com Clientes..... | 24 |
| 3.4 ESTRUTURA DE CUSTOS..... | 24 |
| 3.5 FONTES DE RECEITAS..... | 25 |
| | |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 26 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 28 |
| ANEXOS..... | 31 |
| APÊNDICES..... | 37 |

1. INTRODUÇÃO

Apresenta-se nesse estudo a Empresa Júnior; entende-se que é uma associação civil sem fins lucrativos, formada e gerida por alunos de um curso superior. Estas empresas contemplam as necessidades de três grupos distintos: Primeiro – Os alunos; Segundo – As empresas; Terceiro – As universidades.

A Empresa Júnior (EJ) é uma criação que possibilita maior contato entre empresas e cursos superiores. E a partir disso, o GEPEA (Grupo de estudos e pesquisa em Engenharia de Alimentos) – Consultoria de Alimentos, que é a EJ de maior foco neste estudo, pôde contribuir para o desenvolvimento do mesmo.

Esse trabalho de conclusão tem como objetivo geral mostrar um estudo de caso sobre a GEPEA, uma EJ da UNICAMP; e para alcançar esse objetivo, serão realizadas pesquisas diretas com membros da GEPEA, pesquisas de campo, e através de entrevistas e questionários elaborados pelos membros do grupo; um dos desafios foi achar um membro da GEPEA que possua real vivência na EJ para que as pesquisas pudessem ter o maior nível de qualidade; e o facilitador para esse ponto foi o participante direto da EJ que forneceu várias informações de grande importância para o desenvolvimento do trabalho. Outro desafio foi conseguir material suficiente e de qualidade para as pesquisas, e os facilitadores foram os integrantes do grupo que buscaram incessantemente por dados para este estudo.

Para o planejamento estratégico, fizemos uma pesquisa sobre como as empresas juniores eram, quais os ambientes onde se desenvolviam e as regras para sua constituição. Percebemos a necessidade da aplicação de questionários para verificar o nível de contato do público alvo com o assunto em questão, a Empresa Júnior. Foi elaborado e distribuído via online para gerar dados usados no desenvolvimento deste trabalho. Além disso, optamos por fazer uma entrevista com um colaborador de uma EJ para nos dar mais bagagem e informações para assim desenvolver uma Análise Pestel de melhor qualidade.

Ao longo do trabalho, serão apresentados fatores políticos como o direcionamento de verbas para o ensino, econômicos tais quais o faturamento que essas EJ geram. Os impactos sociais gerados pelas empresas juniores na vida de seus colaboradores e o desenvolvimento tecnológico proporcionado por essa atuação. E por fim a questões legais que se aplicam e implicam na formação, desenvolvimento e manutenção de uma EJ.

A Empresa Júnior tem muito a agregar, para os estudantes participantes, para as instituições de ensino, e para as empresas que contratam os serviços. Para os estudantes participantes, observa-se o aumento do desempenho e vivências organizacionais dos alunos em relação ao mercado de trabalho; e também para o desenvolvimento profissional e para pôr seus conhecimentos em prática. Já para as instituições de ensino, é vantajoso ter uma EJ por atrair reconhecimento e algum tipo de destaque, assim como as possibilidades de melhorias nas áreas de pesquisa e conhecimento. E por fim, as empresas contratantes por ser uma opção viável para o desenvolvimento de tecnologias sem necessidade de um investimento muito alto para conseguir resultados satisfatórios; sendo esse muito significativo para as EJs, pois é o que as mantém.

Como metodologia para o desenvolvimento do trabalho, foram utilizadas pesquisas quantitativas e qualitativas para verificação de pessoas que já tiveram, em diferentes graus, contato com EJ; e que puderam contribuir, de alguma forma, com a realização deste estudo.

Este estudo destina-se a explicar “Como a EJ pode trazer benefícios tanto para as instituições de ensino quanto para os alunos e as organizações?” e tem como finalidade mostrar a realidade de uma empresa júnior ativa na instituição de ensino e no mercado, e através disso passar o conteúdo incorruptível e coeso.

A finalidade desse estudo é realizar uma pesquisa básica sobre a GEPEA - Grupo de Estudos e Pesquisas de Engenharia de Alimentos-, aprofundando o conhecimento sobre o tema.

Em termos de caracterização geral do estudo, esta pesquisa é descritiva e exploratória, pois visa obter dados tanto teóricos por livros bibliográficos e trabalhos acadêmicos, como por meio de pesquisa de campo, questionários e entrevistas. Como forma de análise foi feita uma abordagem por meio de questionários quali-quantitativa para verificação de pessoas que já tiveram, em diferentes graus, contato com EJ; e que puderam contribuir, de alguma forma, com a realização deste estudo.

Ao longo do trabalho, foram utilizadas várias citações de autores renomados sobre o segmento de Empresa Júnior, entre eles a Confederação Brasileira de Empresas Juniores - Brasil Júnior; que foi de extrema importância em diversos pontos da pesquisa; tal qual tem como fundamento “Representar e potencializar o Movimento Empresa Júnior brasileiro como agente de formação de empreendedores comprometidos e capazes de transformar o país” o que fez com que a Brasil Júnior fosse uma das principais referências de nosso trabalho.

2. ANÁLISE PESTEL

A Análise Pestel é uma ferramenta utilizada para identificar as forças macro (externas) que afetam um negócio. Neste caso serão utilizados fatores políticos, econômicos, sociais, tecnológicos e legais que estão diretamente relacionados à Empresa Júnior.

2.1 FATORES POLÍTICOS

Pode-se observar que os fatores políticos têm um profundo impacto na área de educação em qualquer nação ao redor do globo. Quando são destinadas maiores quantidades de verba para a educação mais os alunos podem se desenvolver e progredir gozando assim de facilidades e qualidade de ensino, seja ele básico ou superior. Facilidades essas como novas ferramentas, projetos, materiais e recursos antes não vistos ou disponibilizados.

Abaixo é apresentada uma tabela com o detalhamento dos gastos do governo com o Ensino Superior no ano de 2019.

| Detalhamento dos gastos com: Ensino superior | | |
|---|------------------------------|-------------------|
| ELEMENTO DE DESPESA | VALOR EXECUTADO | PERCENTUAL |
| Vencimento e Vantagens Fixas – Pessoal Civil | R\$ 20.606.738.805,03 | 67,77% |
| Auxílio Financeiro a Estudantes | R\$ 3.507.807.093,72 | 11,54% |
| Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica | R\$ 1.903.082.889,89 | 6,26% |
| Locação de Mão de obra | R\$ 1.153.889.459,84 | 3,79% |
| Outros Auxílios Financeiros a Pessoa Física | R\$ 612.644.125,11 | 2,01% |
| Outros | R\$ 2.624.097.657,68 | 8,63% |
| TOTAL | R\$ 30.408.260.031,27 | 100% |

Em 2019, foi destinado o montante aproximado de R\$118,40 BILHÕES para a área de Educação, segundo os dados do Portal Transparência. Desse valor parte seria direcionada para o pagamento de salários, manutenção de infraestrutura, serviço de terceiros (jurídicos ou locação de Mão de Obra), auxílio financeiro a estudantes. Porém apenas R\$94,46 bilhões foram realmente destinados à Educação e desse valor somente R\$30,408 bilhões foram alocados no Ensino Superior.

Agora em 2020, R\$ 107,90 BILHÕES foram teoricamente destinados para a Educação Geral. Contudo, apenas R\$27,51 Bilhões foram repassados efetivamente para as instituições de ensino. Essa diferença de alocação de valores para a educação impacta no desenvolvimento tecnológico e científico.

O impacto disso nas Empresas Juniores é diverso, uma vez que são empresas e não instituições de ensino - logo não são financiadas pelo Governo. Elas não sentem a falta de investimento governamental. Porém seu quadro de funcionários é composto por estudantes de cursos superiores. Logo, se estes cursos não tem investimento ou fecham, isso impacta de forma negativa a EJ.

Atualmente o Brasil está em um momento de discórdia e instabilidade entre o governo federal e estadual, gerada pela prorrogação da quarentena no momento de pandemia. Essa discórdia entre o Governador de São Paulo (João Doria) e o Presidente (Jair Bolsonaro) ocorreu principalmente por escolhas e posicionamentos políticos distintos, no qual uma autoridade segue as recomendações de cientistas e médicos para retardar o avanço do COVID-19 e salvar vidas e o outro tenta forçar o país a voltar à normalidade, para que não haja uma queda brusca na economia. Dentre esse debate quem é mais afetada é a população que pode perder seus empregos e sua renda mensal ou estar exposto a um vírus e as empresas que podem estar correndo riscos ao ter uma funcionalidade normal e ser afetada financeiramente se estiver de portas fechadas.

2.2 FATORES ECONÔMICOS

Empresa Júnior é uma associação civil sem fins lucrativos, formada e gerida por alunos de um curso superior. A Empresa Júnior contribui ativamente para o desenvolvimento da sociedade a qual está inserida, oferecendo serviços de baixo custo para a comunidade local.

Toda empresa precisa de capital e investimento para iniciar com o seu projeto, neste caso o crédito disponível também é essencial para o andamento do negócio. Este tipo de empresa poderá contar com a doação de instituições governamentais ou não governamentais como: Empresas, Agências, Convênios, Contratos firmados com o poder público, Herança, Doação por parte de organizações civis, Rendimento de aplicações e outros.

Montar uma Empresa Júnior é o primeiro passo para aprender sobre a abertura de uma empresa formal no mercado. A grande vantagem desse formato é que o investimento feito é mínimo e todos os envolvidos têm a oportunidade de aprender a administrar de uma maneira descomplicada. Com o tempo, se a Empresa Júnior crescer de forma saudável e sustentável, é possível criar uma empresa formal que gere benefícios para a sociedade e renda para os profissionais envolvidos.

No cenário atual o dólar está passando por um momento de elevação brusca, no qual chegou a marca dos R\$ 6,00, causando um encarecimento dos bens de capital, elevação dos custos de produção, além de afetar o balanço financeiro das empresas.

Segundo Bráulio Borges, economista-sênior da LCA e pesquisador associado do Ibre-FGV, o dólar mais alto muda o preço relativo de bens duráveis e investimentos, o que afeta negativamente a demanda.

2.3 FATORES SOCIAIS

O ambiente social em que a empresa opera também tem um impacto profundo sobre o seu funcionamento. Os fatores sociais incluem as influências culturais e crenças do público-alvo. Por exemplo, um produto ou um anúncio publicitário pode ser considerado ofensivo numa cultura em particular, enquanto este seria perfeitamente normal em outra cultura. Isso também irá incluir dados demográficos, normas, costumes, idade, educação, gostos, interesses e opiniões da sociedade.

Isso inclui também tendências populacionais, como taxa de crescimento populacional, distribuição etária, distribuição de renda, atitudes na carreira, ênfase na segurança, consciência da saúde, atitudes no estilo de vida e barreiras culturais.

Esses fatores são especialmente importantes para os profissionais de marketing ao segmentar determinados clientes. Além disso, também diz algo sobre a força de trabalho local e sua vontade de trabalhar sob certas condições. Tendo-se em vista esses fatores, também é possível ver a importância de se obter uma organização de aprendizagem adequada para se obter um excepcional resultado vindo da EJ.

Segundo o trabalho e pesquisa dos alunos da RAEP do curso de Administração, foi realizado uma pesquisa com enfoque na aprendizagem do aluno dentro de uma Empresa Junior, onde foi observado o desenvolvimento interpessoal e vocacional do aluno. Mediante esta pesquisa, foi observado que os alunos que participaram de atividades práticas, sendo ou não remunerados, obtiveram um número de satisfação e aprendizagem maior em relação a sua escolha profissional.

Segundo o Relatório Nacional Censo e Identidade 2010, quando questionados sobre o principal motivo para o ingresso na Empresa Júnior, a maioria dos empresários juniores (67,32%) citou o “crescimento profissional”, seguido da “aplicação do conhecimento teórico” (15, 52%) (BRASIL JÚNIOR, 2011, p. 54).

De acordo com Senge (1990) há a determinação de uma organização de aprendizagem quando esta obtém do domínio das seguintes disciplinas: Domínio pessoal, Modelos mentais, Objetivo comum, aprendizado em grupo e raciocínio sistêmico.

Sendo, “Domínio pessoal”: o expandir das capacidades pessoais na obtenção de resultados desejados no desenvolvimento de um ambiente que estimule os seus funcionários num total, trazer realidade à visão pessoal das metas; “Modelos Mentais”: esta se refere a forma como seus funcionários se comportam e a forma como veem o mundo ao seu redor, a empresa deve estar ciente destes fatores ao realizar uma cultura organizacional para assim, exterminar modelos que bloqueiam a criatividade, aprendizagem e iniciativa individual; “Objetivo comum”: é o objetivo pessoal que desenvolve energia e engajamento na realização do produto final de forma com que este saia de forma sinérgica, com um bom resultado, representando um direcionamento constituído pela coletividade; “Aprendizado em grupo”: seria a forma de interação em grupo com a mobilização de energias e ações através de discussões e diálogos para o alcance de metas em comum; “Pensamento sistêmico”: este representa um conjunto de conhecimentos que tem como objetivo tornar mais clara a demonstração de modificações afim de melhorá-las. A essência desta seria a mudança na mentalidade das pessoas, sendo elas:

- Inter-relações, ou seja, perceber que o mundo não é composto por uma série de eventos lineares, mas sim, que os eventos relacionam-se a formação de ciclos ao se interagir;

- Ver o crescimento no processo de mudança, ao invés de esperar por acontecimentos instantâneos.

Durante o período de pandemia no mundo e no Brasil, o cenário econômico decaiu e abalou alguns fatores sociais, gerando desemprego e reduções salariais. Cerca de 25% dos brasileiros tiveram redução salarial proporcional à queda na jornada de trabalho, 14,7% informaram que pelo menos um familiar teve contrato suspenso durante o período, e 12,7% relataram que uma pessoa do núcleo familiar sofreu demissão.

O COVID-19 gerou uma crise econômica que já afetou o trabalho de 53,5% das famílias brasileiras, de acordo com levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (FGV IBRE).

O Ministro da Economia, Paulo Guedes criou o auxílio emergencial de R\$ 600,00, com objetivo de ganhar tempo até o desenho de uma nova política para os programas sociais do governo. O custo adicional da extensão do auxílio emergência ficaria em torno de R\$ 35 bilhões a R\$ 40 bilhões, diluído em três meses. Sem a ampliação, o benefício já terá impacto de R\$ 124 bilhões nos cofres públicos.

2.4 FATORES TECNOLÓGICOS (TECHNOLOGICAL)

Este é um dos traços mais característicos das EJs, isto acontece devido a alguns fatores intrínsecos à sua natureza. Primeiramente: empresas juniores são compostas por jovens. Este tipo de empreendedor é dotado de um vigor própria de sua faixa etária, o qual emprega em forma de criatividade e espírito de liderança. Aliando isto ao contexto universitário, que é o centro de referência em tecnologia e geração de conhecimento, surge um cenário perfeito para a inovação.

Empresas juniores são essencialmente inovadoras, o que se deve também ao fato de serem fortemente integradas em rede. Unidas por um propósito maior, estas empresas não hesitam em se conectarem para buscar as melhores soluções para os problemas que se lhes apresentam, e através dessa parceria é que surgem projetos mais impactantes e cada vez mais inovadores, com mais valor agregado aos diversos sentidos.

Desde que a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou situação de pandemia pelo novo COVID-19, em março de 2020, empresas de todos os setores precisaram adaptar suas dinâmicas de trabalho às medidas de isolamento social. Adotaram o trabalho remoto, que não era realidade para 51% das companhias brasileiras até então, o chamado Home Office, que de acordo com pesquisas, 60% dos trabalhadores que adquiriram esse novo modelo de trabalho melhoraram sua eficiência e produtividade.

2.5 FATORES LEGAIS

Tendo como base o Conceito Nacional de Empresa Júnior, gerada pela Confederação Brasileira de Empresas Juniores, podemos encontrar informações e definições usadas para viabilizar uma de forma legal. Todos aspectos relacionados e mencionados no documento em questão são pontos vitais para a abertura e constituição de uma EJ dentro do âmbito legal.

Abaixo será dado enfoque em dois pontos principais.

“CAPÍTULO I – DO CONCEITO NACIONAL DE EMPRESA JÚNIOR

Artigo 1º - O Conceito Nacional de Empresa Júnior tem como objetivo determinar todos os critérios que deverão ser respeitados e seguidos, a fim de que uma associação civil seja reconhecida como uma Empresa Júnior por parte da Confederação Brasileira de Empresas Juniores – Brasil Júnior.

Para que uma empresa possa vir a se tornar uma EJ ela precisa se enquadrar em diversas características para ser reconhecida e receber o “Selo EJ” da Confederação Brasileira de Empresas Juniores. O intuito disso é fortalecer e estruturar a empresa da melhor forma, a preparar para a abertura no mercado e deixá-la legalmente apta a executar suas funções.

A EJ precisa se enquadrar em quatro pontos para receber tal selo segundo o E-Book “Selo EJ” disponibilizado pela Brasil Júnior. São eles o cumprimento do Conceito Nacional de Empresa Júnior, cumprimento do Código de Ética do Movimento Empresa Júnior, observância do Código Civil de 2002, art. 46 e art. 53 ao art. 61 e assinatura e registro em Cartório para a formalização de estatuto e constituição, além da criação do CNPJ.

CAPÍTULO VI - Dos Aspectos Acadêmicos

Artigo 17º - A existência da Empresa Júnior deve ser reconhecida formalmente como tal pela Instituição de Ensino.

O reconhecimento da EJ pela instituição é uma questão que completa o ponto anterior. Ao fazer isso é criado um vínculo com a instituição, facilitando o controle e monitoramento das atividades junto aos órgãos representativos do Movimento EJ. Além disso, dependendo de instituição para instituição, algumas vantagens podem ser reconhecidas como estágios, bolsa ou projeto de científico, gerando créditos aos alunos envolvidos na EJ.

3. PLANO DE NEGÓCIOS - MODELO CANVAS

De acordo com o Manual do Sebrae o Plano de Negócios é um documento que define e orienta o que a empresa realiza, como ela gerará receitas. Este é, sem dúvida alguma, o primeiro passo para a criação de um negócio de sucesso.

“Um Modelo de Negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização.”

ALEXANDRE OSTERWALDER

3.1 PROPOSTA DE VALOR

A proposta de valor é quando se contextualiza, descreve e salienta pontos positivos e diferenciais no novo empreendimento que será proposto. Uma vez estabelecido isso, o leitor/investidor tem mais informações e base para entender do que se trata o plano.

No caso do GEPEA, a proposta de valor tem como foco os estudantes e as empresas que contratam seus serviços.

Aos alunos, é proporcionar um ambiente no qual possam experienciar rotinas e trâmites do mercado de trabalho. Tais como compra de material, venda de pacotes de serviços, negociação, marketing, administração e produção de soluções contratadas. Isso possibilita um desenvolvimento de habilidades que antes eles não teriam a oportunidade de desenvolvê-las tão facilmente. Já para as empresas, é ofertar serviços de consultoria para o desenvolvimento de novos produtos e melhoria e modernização do sistema de produção. Tudo isso disponibilizado por valores acessíveis em relação a outras empresas especializadas.

3.2 PARCERIAS E ATIVIDADES PRINCIPAIS

“As parcerias são baseados na rede de fornecedores e parceiros que ajudam a empresa a entregar o que foi prometido pela mesma. Já as atividades principais são as tarefas/ações importantes que a empresa deve atender para realizar seu Modelo de Negócios com sucesso”.

MANUAL DE MODELO DE NEGÓCIOS – SEBRAE

Definir quais são suas parceiras e suas atividades principais é algo de fundamental importância. Tendo isto sido decidido o rumo do empreendimento pode se desenvolver melhor estipulando os esforços serão direcionados.

3.2.1 Parcerias Principais

Dentro do plano de negócios, as parcerias são responsáveis por mostrarem quais empresas ou negócios teriam algum tipo de vantagem ao mesmo tempo em que proporcionaram algo para a empresa. Nesse caso, as principais parceiras são as grandes empresas do Food Service e empresas de micro e pequeno porte, também deste ramo. Empresas que podem oferecer financiamento para projetos que necessitam de verba e em troca tem acesso a uma mão de obra especializada que está se atualizando em tempo real.

Um exemplo dessa parceria é o Foodventure, uma empresa que promove o desenvolvimento de start-ups dentro do segmento. A parceria traz visibilidade para ambas as empresas por meio de textos sobre como desenvolver melhor seu negócio, produto e gestão.

3.2.2 Atividades Principais

“O nosso objetivo ao atender os clientes é entender os problemas deles, e nos colocarmos no lugar sempre usando a empatia como meio, de modo que o problema dele seja sempre nosso problema também. E com esse comportamento, buscamos as melhores soluções disponíveis para alavancar seu negócio”.

GEPEA

O GEPEA realizada uma análise dos produtos, dos processamentos e dos equipamentos já existentes, com o intuito de se entender melhor a realidade atual do local, e então, são propostas melhorias.

Para o desenvolvimento de um novo produto inicia-se uma revisão bibliográfica para mapear todas as informações necessárias para o desenvolvimento do produto desejado pelo cliente e a realização de testes de formulação, realizados de acordo com a metodologia Design of Experiments (DOE), que permite planejar experimentos de forma mais eficiente e avaliar resultados de maneira assertiva, otimizando o desenvolvimento de novos produtos.

O GEPEA desenvolve atividades como análise de alimentos, estudo e desenvolvimento de embalagens para conter e proteger o alimento e seu transporte e o estudo de layout das fábricas buscando o melhor aproveitamento do espaço e desenvolvimento da produção. E por fim, a rotulagem para a comunicação com seus consumidores e garantir a confiança no produto.

Além de desenvolver e produzir análise e embalagens de alimentos, também é realizada uma avaliação da validade de seus produtos feitas por meio de análises microbiológicas. Algo essencial no desenvolvimento de produtos é avaliar a aceitação do público com a utilização do feedback, por esse motivo é realizado o recrutamento de provadores, que definem a melhor metodologia de testes, avaliam a aceitação de um novo produto, e até a percepção na mudança de um ingrediente e por fim entregam um relatório estatístico completo, que será importantíssimo na definição do futuro negócio de seus clientes.

3.2.3 Recursos Principais

Os Recursos utilizados pelo GEPEA são decorrentes principalmente de seus valores (empatia, inconformismo, paixão e Inspiração pelo Impacto), utilizando da colaboração conjunta tanto de sua equipe quanto dos clientes, profissionalismo, ética e compromisso. Todos esses fatores utilizados para a criação de uma Empresa Júnior vem a partir de um projeto, um plano de negócio, os membros da equipe e crédito financeiro, assim criando soluções para alimentar o negócio daqueles que sonham em empreender ou que já empreendem.

Além dos alunos da GEPEA que são os responsáveis por gerir esse tipo de empresa, é necessário contar com apoio e auxílio de mentores e de professores renomados, além da infraestrutura da faculdade, referência em ensino e pesquisa em Engenharia de Alimentos.

3.3 CLIENTES

“O único valor que sua empresa sempre criará é o valor que vem dos clientes - os que você já tem e os que terá no futuro. O sucesso das empresas está em obter, manter e expandir a clientela. Os clientes são a única razão para construir fábricas, contratar funcionários, agendar reuniões, instalar cabos de fibra óptica ou se engajar em qualquer atividade empresarial. Sem clientes, não há negócio”

(KOTLER, 2013, p.129)

Como Philip Kotler bem exemplificou, os clientes são um dos pilares fundamentais de uma empresa. Definir seu público alvo, sua idade, seus costumes e hábitos diminuem os riscos e melhoram as chances ao lançar um novo produto ou disponibilizar um serviço.

3.3.1 Segmentos de Clientes

Conhecer, entender e definir o cliente nos dias de hoje são fatores que permitem uma empresa gerenciar melhor seu marketing e as abordagens que terá com seus clientes. Uma vez definido o segmento da clientela, os esforços e recursos serão melhor alocados e garantirão um retorno mais certo para empresa - financeiro como midiático.

No caso do GEPEA, o segmento de clientes são alunos dos cursos de engenharia de alimentos, as empresas que buscam ajuda com projetos e por último a instituição de ensino. Alunos se beneficiam por encontrar um ambiente onde possam desenvolver suas habilidades adquiridas durante o curso. As empresas que buscam soluções novas e criativas para seus problemas, encontram no GEPEA um serviço e mão de obra de qualidade por um valor atrativo. E para a instituição de ensino, o retorno é por meio da publicidade atraída indiretamente pelos projetos de sucesso e premiações que essa empresa recebe.

3.3.2 Canais

Os canais de contato são as formas que são utilizadas para alcançar os clientes, tanto os internos como os externos. Identificar o alcance e direcionar a produção de material para esses canais permite uma maior abrangência na hora de se comunicar.

No GEPEA são usados diversos canais, cada qual com seu público alvo e a definição de como interagir com o cliente. LinkedIn é uma plataforma mais formal onde os conteúdos apresentados são mais técnicos e atrativos para o ambiente empresarial. Atingindo empresa, gerentes e até mesmo interessados em desenvolvimento de novos produtos. O Facebook é uma plataforma onde pode-se tratar de assuntos de maneira séria, mas não necessariamente tão formal. Atinge muitas pessoas e tem um bom nível de engajamento. Instagram é uma rede social mais jovem e seus conteúdos tem de ser mais atrativos e concisos. O engajamento é muito bom e apresenta um retorno de contato excelente.

3.3.3 Relacionamento com Clientes

Quando é falado sobre relacionamento com clientes, deve-se considerar os clientes internos e os externos. Para os externos são destinados a propaganda, publicações e posts em redes sociais. Isso permite o desenvolvimento de uma relação de troca de informações e confiança. Além de garantir visibilidade. O advento da internet só intensificou essa relação já que os clientes tendem a ter maior contato entre si e podem trocar impressões, positivas ou não, sobre a empresa. Para garantir uma relação saudável é de grande interesse desenvolver uma comunicação personalizada, como o GEPEA tem feito.

Cada projeto tem um canal direto com o cliente para informá-lo sobre os avanços, conquistas e garantir em momento algum ele estará sozinho. Dúvidas e questionamentos por parte do cliente são respondidos neste mesmo canal, garantindo assim uma personalização de serviço e tratamento.

Já para o público interno, o GEPEA faz pesquisas, mapas de empatia e avaliações de engajamento com seus membros para identificar como a relação entre eles está se desenvolvendo e caso apresente algum tipo de feedback negativo a empresa pode tomar as atitudes necessárias para sanar os contratempos.

3.4 ESTRUTURA DE CUSTOS

A Empresa Júnior contribui ativamente para o desenvolvimento da sociedade a qual está inserida, oferecendo serviços de baixo custo para a comunidade local, já que é uma associação sem fins lucrativos.

Montar uma Empresa Júnior é o primeiro passo para aprender sobre a abertura de uma empresa formal no mercado.

A grande vantagem desse formato é que o investimento feito é mínimo e todos os envolvidos têm a oportunidade de aprender a administrar de uma maneira descomplicada e todas as partes (aluno, instituição de ensino e empresa) são beneficiadas.

Com o tempo, se a empresa júnior crescer de forma saudável e sustentável, é possível criar uma empresa formal que gere benefícios para a sociedade e renda para os profissionais envolvidos.

3.5 FONTES DE RECEITAS

Toda empresa precisa de capital e investimento para iniciar com o seu projeto, neste caso o crédito disponível também é essencial para o andamento do negócio. Este tipo de empresa poderá contar com a doação de instituições governamentais ou não governamentais como empresas, agências, convênios, contratos firmados com o poder público, herança, doação por parte de organizações civis, rendimento de aplicações e outros.

No caso do GEPEA, toda Receita é proveniente de desenvolvimento de produtos, serviços de consultoria e melhoria. Desde sua criação em 1990 já foram mais de quatrocentas e cinquenta projetos realizados, trezentas empresas de diversos tamanhos, atendidas e quarenta e cinco prêmios reconhecimentos recebidos.

Houveram algumas informações que apesar de nossos contatos e consultas, não obtivemos êxito em consegui-las por serem informações restritas, como a fonte de receita e lucro do GEPEA.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se deu início ao presente estudo constatou-se que seria interessante efetuar uma pesquisa sobre Empresas Juniores, tendo como foco aprofundar o conhecimento do assunto. Sendo assim foi feito um estudo em cima do GEPEA-grupo de estudos e pesquisas de engenharia de alimentos, utilizando um prévio planejamento estratégico. Desenvolveu-se uma pesquisa geral sobre as Empresas Juniores, como eram, quais os ambientes, onde eram desenvolvidos e suas regras de implementação.

Através de uma pesquisa de campo, utilizando como metodologia a pesquisa quali-quantitativa através de formulários on-line de perguntas e entrevistas. O retorno disso, por sua vez, foi bastante satisfatório ao observar que as perguntas não apenas traziam dados, mas também instigaram os entrevistados na busca por conhecimentos acerca das EJ e como elas eram sim uma ferramenta que pode ajudar as instituições onde estudam. Uma entrevista também foi efetuada com um colaborador do GEPEA, a partir dessa adquirimos mais conhecimento sobre rotina interna da empresa e seu funcionamento, além da experiência que isso proporciona para o desenvolvimento de seus participantes e como isso os prepara profissionalmente para o mercado de trabalho. Os objetivos gerais e específicos foram solucionados e atingidos de forma esperada, no qual, observa-se que os alunos e as Instituições de ensino possuem vantagens e são beneficiadas utilizando uma Empresa Júnior, assim como o GEPEA.

No decorrer da pesquisa, o grupo passou por algumas dificuldades como a falta de informações relacionadas ao âmbito financeiro das EJ, tais como investimento, fontes de renda e os retornos financeiros, pois são dados sigilosos e não puderam ser divulgados. Além disso a busca de materiais para discorrer na pesquisa efetuada, achar pessoas que detinham do conhecimento sobre as EJs para a busca de informações, coisa que seria de grande ajuda para efetuar o estudo. Porém, mesmo com as situações citadas, conseguimos gerar ótimos dados de pesquisa e desenvolvê-los com sucesso.

Concluimos que a Empresa Júnior traz muitos benefícios para todos a que ela compõe ou com ela interagem. Para o estudante ela pode trazer aumento de desempenho, conhecimento do mercado de trabalho e desenvolvimento pessoal; para as instituições de ensino ela pode atrair reconhecimento e destaque, melhoria nas áreas de pesquisa e conhecimento; e para o contratante se tem viabilidade, desenvolvimento de tecnologia e resultados satisfatórios.

Recomenda-se ao aluno/pesquisador que por via, encontre a pesquisa feita por esses grupo e queira adquirir um conhecimento mais aprofundado do assunto, vá em busca da GEPEA ou alguma outra instituição de ensino que também detenha do mesmo projeto, podendo assim fazer uma visita para tal, obtendo uma experiência de conhecimento mais interativo sobre o funcionamento interno de uma EJ. Também pode-se desenvolver formulários via internet, assim como foi utilizado por esse estudo, para a obtenção de maior alcance de respostas e informações em sua pesquisa, assim como entrevistas com pessoas com vivências e conhecimento mais aprofundado no assunto a tratar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1) Confederação Brasileira de Empresas Juniores. Conceito Nacional de Empresas. Brasil Junior, 2003.

Disponível em:

<<http://www.fundasul.br/download/ConceitoNacionaldeEmpresaJunior.pdf>>

2) SELO EJ. Coordenadoria de Regulamentação, 2017.

Disponível em:

<https://uploads.brasiljunior.org.br/uploads/cms/EJseal/file/file/2/eBook_Selo_EJ_2017.pdf>

3) MARRA, Vinicios. O impacto das Empresas Juniores. Magna Empresa Junior, 2018.

Disponível em: <<http://www.magnaempresajunior.com.br/2018/09/entenda-o-impacto-das-empresas-juniores/>>

4) MACEDO ZILIO, Denise; BERTI, Ariete Regina A APRENDIZAGEM DO ALUNO INSERIDO EM EMPRESA JÚNIOR Revista Conexão UEPG, vol. 8, núm. 2, julho-diciembre, 2012, pp. 210-217 Universidade Estadual de Ponta Grossa Ponta Grossa, Brasil.

Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/5141/514151728007.pdf>>

5) FERREIRA-DA-SILVA, RAFAEL CALDAS; DA ROCHA PINTO, SANDRA REGINA ORGANIZAÇÃO DE APRENDIZAGEM EM UMA EMPRESA JÚNIOR Administração: Ensino e Pesquisa, vol. 12, núm. 1, enero-marzo, 2011, pp. 11-39 Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração Rio de Janeiro, Brasil.

Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/5335/533556775001.pdf>>

6) LAUTENSCHLAGER, Flaviana Barcelini. Percepção dos graduandos sobre o desenvolvimento de competências em uma Empresa Júnior de Psicologia. Repositório Institucional UFSC, 2009.

Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/92411>>

7) SEBRAE. Empresa Júnior – o que é? E como funciona? Portal Sebrae, 2020

Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/empresa-junior-o-que-e-e-comofunciona,e3a048ae422fe510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>

8) Orçamento Anual da União. Ministério da Economia, 2020.

Disponível em: <http://www.economia.gov.br/assuntos/orcamento/orcamentos-anuais/2020/ploa/volume-iv_tomo-ii-ploa-2020.pdf>

9) Educação. Portal Transparência, 2020.

Disponível em:

<<http://www.portaltransparencia.gov.br/funcoes/12-educacao?ano=2019>>

10) SAKAMOTO, LEONARDO. Doria estende quarentena em SP e mantém Bolsonaro em isolamento vertical. UOL Notícias, 2020.

Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/colunas/leonardosakamoto/2020/04/06/doria-estende-quarentena-e-deixa-bolsonaro-falando-sozinho-mais-uma-vez.htm>

11) MARTINS, Arícia. Alta do dólar eleva custos e prejudica atividade econômica, diz Ibre-FGV. Valor Investe Globo, 2020.

Disponível em:

<<https://valorinveste.globo.com/mercados/moedas-e-juros/noticia/2020/03/06/alta-do-dolar-eleva-custos-e-prEJudica-atividade-economica-diz-ibre-fgv.ghtml>>

12) GARCIA, Diego. Desemprego aumentou em todas as regiões do Brasil com o avanço do Corona Vírus. Folha UOL, 2020.

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/05/desemprego-aumentou-em-12-estados-com-avanco-do-coronavirus.shtml>

13) UOL. Crise da covid-19 afeta trabalho de 53,5% das famílias brasileiras, diz FGV. UOL Economia, 2020.

Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/20/crise-da-covid-19-afeta-trabalho-de-535-das-familias-brasileiras-diz-fgv.htm>.

14) FERNANDES, Adriana. Auxílio Emergencial: governo estuda pagar mais de R\$600,00 dividido em três parcelas. UOL Economia, 2020.

Disponível em:

<https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2020/05/22/governo-estuda-pagar-mais-r-600-em-tres-parcelas.htm>

15) GEPEA. Quem Somos. GEPEA Consultoria em Alimentos, 2020.

Disponível em: <https://gepea.com.br/quem-somos/>

16) GEPEA. Como trabalhamos? GEPEA Consultoria em Alimentos, 2020.

Disponível em: <https://gepea.com.br/nossas-solucoes/>

ANEXO

LEI Nº 13.267, DE 6 DE ABRIL DE 2016.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior.

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.

Art. 3º Poderão integrar a empresa júnior estudantes regularmente matriculados na instituição de ensino superior e no curso de graduação a que a entidade seja vinculada, desde que manifestem interesse, observados os procedimentos estabelecidos no estatuto.

§ 1º (VETADO).

§ 2º Os estudantes matriculados em curso de graduação e associados à respectiva empresa júnior exercem trabalho voluntário, nos termos da Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998.

Art. 4º A empresa júnior somente poderá desenvolver atividades que atendam a pelo menos uma das seguintes condições:

I - relacionem-se aos conteúdos programáticos do curso de graduação ou dos cursos de graduação a que se vinculem;

II - constituam atribuição da categoria profissional correspondente à formação superior dos estudantes associados à entidade.

§ 1º As atividades desenvolvidas pela empresa júnior deverão ser orientadas e supervisionadas por professores e profissionais especializados, e a empresa, desde que devidamente reconhecida nos termos do art. 9º, terá gestão autônoma em relação à direção da faculdade, ao centro acadêmico e a qualquer outra entidade acadêmica.

§ 2º A empresa júnior poderá cobrar pela elaboração de produtos e pela prestação de serviços independentemente de autorização do conselho profissional regulamentador de sua área de atuação profissional, ainda que esse seja regido por legislação específica, desde que essas atividades sejam acompanhadas por professores orientadores da instituição de ensino superior ou supervisionadas por profissionais habilitados.

Art. 5º A empresa júnior, cujos fins são educacionais e não lucrativos, terá, além de outros específicos, os seguintes objetivos:

I - proporcionar a seus membros as condições necessárias para a aplicação prática dos conhecimentos teóricos referentes à respectiva área de formação profissional, dando-lhes oportunidade de vivenciar o mercado de trabalho em caráter de formação para o exercício da futura profissão e aguçando-lhes o espírito crítico, analítico e empreendedor;

II - aperfeiçoar o processo de formação dos profissionais em nível superior;

III - estimular o espírito empreendedor e promover o desenvolvimento técnico, acadêmico, pessoal e profissional de seus membros associados por meio de contato direto com a realidade do mercado de trabalho, desenvolvendo atividades de consultoria e de assessoria a empresários e empreendedores, com a orientação de professores e profissionais especializados;

IV - melhorar as condições de aprendizado em nível superior, mediante a aplicação da teoria dada em sala de aula na prática do mercado de trabalho no âmbito dessa atividade de extensão;

V - proporcionar aos estudantes a preparação e a valorização profissionais por meio da adequada assistência de professores e especialistas;

VI - intensificar o relacionamento entre as instituições de ensino superior e o meio empresarial;

VII - promover o desenvolvimento econômico e social da comunidade ao mesmo tempo em que fomenta o empreendedorismo de seus associados.

Art. 6º Para atingir seus objetivos, caberá à empresa júnior:

I - promover o recrutamento, a seleção e o aperfeiçoamento de seu pessoal com base em critérios técnicos;

II - realizar estudos e elaborar diagnósticos e relatórios sobre assuntos específicos inseridos em sua área de atuação;

III - assessorar a implantação das soluções indicadas para os problemas diagnosticados;

IV - promover o treinamento, a capacitação e o aprimoramento de graduandos em suas áreas de atuação;

V - buscar a capacitação contínua nas atividades de gerenciamento e desenvolvimento de projetos;

VI - desenvolver projetos, pesquisas e estudos, em nível de consultoria, assessoramento, planejamento e desenvolvimento, elevando o grau de qualificação dos futuros profissionais e colaborando, assim, para aproximar o ensino superior da realidade do mercado de trabalho;

VII - fomentar, na instituição a que seja vinculada, cultura voltada para o estímulo ao surgimento de empreendedores, com base em política de desenvolvimento econômico sustentável;

VIII - promover e difundir o conhecimento por meio de intercâmbio com outras associações, no Brasil e no exterior.

Art. 7º É vedado à empresa júnior:

I - captar recursos financeiros para seus integrantes por intermédio da realização de seus projetos ou de qualquer outra atividade;

II - propagar qualquer forma de ideologia ou pensamento político-partidário.

§ 1º A renda obtida com os projetos e serviços prestados pela empresa júnior deverá ser revertida exclusivamente para o incremento das atividades-fim da empresa.

§ 2º É permitida a contratação de empresa júnior por partidos políticos para a prestação de serviços de consultoria e de publicidade.

Art. 8º A empresa júnior deverá comprometer-se a:

I - exercer suas atividades em regime de livre e leal concorrência;

II - exercer suas atividades segundo a legislação específica aplicável a sua área de atuação e segundo os acordos e as convenções da categoria profissional correspondente;

III - promover, com outras empresas juniores, o intercâmbio de informações de natureza comercial, profissional e técnica sobre estrutura e projetos;

IV - cuidar para que não se faça publicidade ou propaganda comparativa, por qualquer meio de divulgação, que deprecie, desabone ou desacredite a concorrência;

V - integrar os novos membros por meio de política previamente definida, com períodos destinados à qualificação e à avaliação;

VI - captar clientela com base na qualidade dos serviços e na competitividade dos preços, vedado o aliciamento ou o desvio desleal de clientes da concorrência, bem como o pagamento de comissões e outras benesses a quem os promova.

Art. 9º O reconhecimento de empresa júnior por instituição de ensino superior dar-se-á conforme as normas internas dessa instituição e nos termos deste artigo.

§ 1º Competirá ao órgão colegiado da unidade de ensino da instituição de ensino superior a aprovação do plano acadêmico da empresa júnior, cuja elaboração deverá contar com a participação do professor orientador e dos estudantes envolvidos na iniciativa júnior.

§ 2º O plano acadêmico indicará, entre outros, os seguintes aspectos educacionais e estruturais da empresa júnior e da instituição de ensino superior:

I - reconhecimento da carga horária dedicada pelo professor orientador;

II - suporte institucional, técnico e material necessário ao início das atividades da empresa júnior.

§ 3º A instituição de ensino superior é autorizada a ceder espaço físico a título gratuito, dentro da própria instituição, que servirá de sede para as atividades de assessoria e consultoria geridas pelos estudantes empresários juniores.

§ 4º As atividades da empresa júnior serão inseridas no conteúdo acadêmico da instituição de ensino superior preferencialmente como atividade de extensão.

§ 5º Competirá ao órgão colegiado da instituição de ensino superior criar normas para disciplinar sua relação com a empresa júnior, assegurada a

participação de representantes das empresas juniores na elaboração desse regramento.

Art. 10. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 6 de abril de 2016; 195º da Independência e 128º da República.

DILMAROUSSEFF

Nelson Barbosa

Aloizio Mercadante

APÊNDICES

O Apêndice deste estudo retrata um relatório baseado na entrevista feita com um colaborador da Empresa Júnior do GEPEA - Nicolas Augusto Ferreira Moraes, objetivando trazer mais informações sobre o tema que seria desenvolvido no trabalho de conclusão.

As perguntas foram focadas no dia a dia da empresa e no desenvolvimento desse membro do GEPEA enquanto pessoa e profissional, além das rotinas administrativas e produtivas.

Primeiramente o foco foi na parte pessoal, como ele fez o ingresso, se as entrevistas haviam sido iguais as que ocorrem no mercado de trabalho. Sua resposta foi que todo o processo foi algo tranquilo e que o ajudaria sim numa entrevista de emprego normal. Durante a entrevista, foram abordadas qualidades como resolução lógica de problemas e sincronia de ideias do GEPEA.

Após isso houveram perguntas focadas na estrutura organizacional, o qual foi passado que é uma estrutura horizontalizada onde cada um tem seu papel definido e precisa cumprir suas atribuições. Não há um chefe, mas há reuniões de desempenho e resultados para mensurar sua produção, suas necessidades e suas reclamações.

Os entrevistadores e o entrevistado falaram brevemente sobre o movimento Empresa Júnior, o que ele representa e como ele ajuda as pessoas com capacitações, cursos, eventos.

Para finalizar, foi questionado se o entrevistado gosta de possuir esse envolvimento com Empresa Júnior. Ele respondeu que sim, que o ajudou muito e que, apesar de cansativo, é recompensador trabalhar num ambiente que propicia o desenvolvimento pessoal, profissional e a capacitação para o mercado de trabalho.

Além da entrevista foi realizada uma pesquisa de campo através de um questionário no Google Forms, com 5 questões e cerca de 101 respostas.

Na figura abaixo é apresentado o resultado da pesquisa de campo realizada pelo grupo para outros alunos, com finalidade de trazer respostas sobre o conhecimento das características e do objetivo que a Empresa Júnior possui.

| PESQUISA DE CAMPO – EMPRESA JÚNIOR 101 RESPOSTAS | | |
|---|----------------------|------------|
| PERGUNTAS | RESPOSTAS (%) | |
| | Sim | Não |
| Você já ouviu falar da Empresa Júnior? | 39,6% | 60,4% |
| Você acha que a sua Instituição de ensino poderia criar uma empresa em que os alunos seriam os principais colaboradores? | 89,1% | 10,9% |
| Você já buscou saber se a sua Instituição de ensino disponibiliza algum tipo de atividade prática referente ao seu curso? | 45,5% | 54,5% |
| Você acha que ter contato com o ambiente empresarial antes da formação, agregaria ao estudante? | 99% | 1% |
| Você gostaria de adquirir mais informações sobre o tema? | 81,2% | 18,8% |