

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTÁBEIS E ATUARIAIS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA**

JADEN CHRISTOPHER REI GRAY

**IMPACTO DO MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR NO EMPREENDEDORISMO
NACIONAL**

São Paulo

2023

JADEN CHRISTOPHER REI GRAY

**IMPACTO DO MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR NO EMPREENDEDORISMO
NACIONAL**

Monografia submetida à apreciação de banca examinadora do Departamento de Economia, como exigência parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas, elaborada sob a orientação do Professor João Ildebrando Bochi

**Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuariais PUC –
São Paulo**

Maior/2023

Esta monografia foi examinada pelos professores abaixo relacionados e aprovada com nota final _____(____).

Autorizo a disponibilização desta monografia na Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da PUC – São Paulo para consulta pública e utilização como referência bibliográfica, mas sua reprodução total e parcial somente pode ser feita mediante autorização expressa do autor, nos termos da legislação vigente sobre direitos autorais.

São Paulo, 26 de maio de 2023 Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

É com profunda gratidão e satisfação que dedico este breve agradecimento a todos que contribuíram para a realização e conclusão desta monografia. Este trabalho representa não apenas um marco em minha trajetória acadêmica, mas também uma conquista pessoal e intelectual que não teria sido possível sem o apoio e incentivo de cada um de vocês.

Em primeiro lugar, gostaria de expressar minha imensa gratidão ao meu orientador. Seu conhecimento, dedicação e orientação foram essenciais para a estruturação deste trabalho e para o aprofundamento dos meus conhecimentos na área. Sua paciência, disponibilidade e valiosas sugestões foram fundamentais para que eu pudesse desenvolver um trabalho de qualidade.

Não posso deixar de agradecer a minha família e amigos, que sempre me apoiaram e encorajaram ao longo desta jornada. Seu amor, compreensão e incentivo foram um suporte fundamental em momentos desafiadores, e sou imensamente grato por ter vocês ao meu lado.

GRAY, J.C.R. Impacto do Movimento Empresa Júnior no empreendedorismo nacional

São Paulo - SP, 2023. Monografia de Bacharelado [Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária] – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

RESUMO

Esta monografia aborda o impacto do movimento Empresa Júnior na economia nacional. Por meio de uma análise abrangente, investiga-se como as empresas juniores, compostas por estudantes universitários, contribuem para o desenvolvimento econômico do país. O estudo revela que essas empresas desempenham um papel crucial, fornecendo serviços de consultoria acessíveis para pequenas e médias empresas, estimulando o empreendedorismo e promovendo o crescimento local. Além disso, a pesquisa destaca a importância do movimento na formação de profissionais altamente qualificados e preparados para o mercado de trabalho, impulsionando a inovação e a criação de novas oportunidades econômicas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Criação de emprego por Micro e pequenas empresas 14

Figura 2 – Números das micro e pequenas empresas..... 14

Figura 3 – Tabela de classificação do tamanho das empresas20

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Relação entre desemprego e novas empresas	10
Gráfico 2 – População brasileira de acordo com o mercado de trabalho	15
Gráfico 3 – Meta de faturamento da empresa júnior Fluxo Consultoria em 2022.....	19
Gráfico 4 – Meta de faturamento do Movimento Empresa Júnior no ano de 2022.....	19

SUMÁRIO

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. CAPÍTULOS 1: Dificuldade do Empreendedorismo no Brasil	12
3. CAPÍTULOS 2: Dificuldade de grandes empresas se manterem no território nacional	15
4. CAPÍTULOS 3: Impactos positivos do Movimento Empresa Júnior na sociedade brasileira	18
5. CAPÍTULO 4: Estudo de caso PUC Jr Consultoria	22
6. CONCLUSÃO	25
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28

1. INTRODUÇÃO

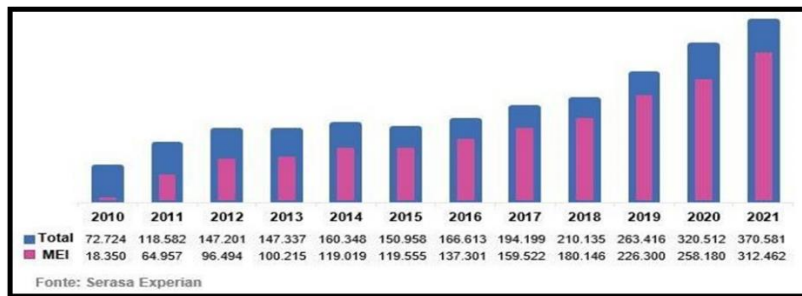
Empresa Júnior é uma associação civil sem fins lucrativos, formada e gerida por alunos de curso superior, com objetivo principal de mudar a realidade em que vivemos. O Movimento Empresa Júnior começou na França em 1967, com o intuito dos alunos colocarem em prática o que lhes era ensinado em sala de aula. Em 1989, foi criada a primeira Empresa Júnior brasileira, da escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas – EJFGV. Atualmente existem mais de mil e quatrocentas Empresas Júniores no Brasil.

O valor de um projeto de Empresa Júnior, em média, equivale a 10% do valor de uma empresa sênior. Este fato possibilita que micro e pequenas empresas tenham acesso a um projeto de grande qualidade por um valor acessível, gerando para estes empreendedores uma maior oportunidade de crescimento.

Segundo a Brasil Júnior, instância responsável pelas empresas júniores do Brasil, houve um faturamento de mais de 49 milhões de reais e mais de 34 mil projetos entregues no ano de 2021. Estes valores permitem compreender o efeito de giro da economia, a partir da garantia de auxílio e compreensão aos empreendedores em tornar suas empresas mais competitivas para o mercado ou até mesmo, auxiliando empresários a abrirem novos empreendimentos.

De acordo com os dados apresentados pelo Ministério da Economia, o Brasil em 2020 apresentou números recordes de empresas abertas. O crescimento e desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil afeta diretamente a economia como indicam estudos sobre como o aumento do PIB (Produto Interno Bruto) está diretamente relacionado com o fortalecimento de micro e pequenas empresas. Outra forma em que podemos ver o empreendedorismo se destacando como benéfico para a economia é através da geração de novos empregos. Assim, uma vez que novas empresas são criadas, é possível que o Brasil se fortaleça em diversos setores da economia. Além disso, a relação de desemprego e de novas empresas fica ilustrada no gráfico 1 abaixo.

Gráfico 1 – Relação entre desemprego e novas empresas – Serasa 2021



Os brasileiros foram impulsionados pela crise gerada na pandemia do coronavírus o que ocasionou uma incessante busca na atividade empreendedora como alternativa de renda extra ou até mesmo primária, com o intuito de amenizar os efeitos negativos do cenário pandêmico. Através desta realidade, uma estimativa feita pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) mostrou que aproximadamente 25% da população adulta estarão envolvidos, até o fim do ano de 2022, na abertura de um novo negócio ou com uma empresa com até 3,5 anos de atividade.

"O desemprego está levando as pessoas a se tornarem empreendedoras. Não por vocação genuína, mas pela necessidade de sobrevivência." (Meirelles, 2018)

No entanto, o Brasil continua sendo um dos países mais difíceis para se iniciar um empreendimento. Isso acontece devido às altas taxas tributárias, falta de auxílio de crédito e alta burocracia para abertura de empresas. Outro problema está na falta de conhecimento em como realizar a gestão empresarial, um dos maiores motivos para o fechamento de micro e pequenas empresas. Com isso, o Movimento Empresa Júnior consegue auxiliar e diminuir estas questões, assim como, orientar como deve ser realizada a abertura ideal de uma nova empresa, realização de projetos como pesquisa de mercado para a identificação e conhecimento do público-alvo, entre outros inúmeros tipos de projetos possíveis de serem encontrados dentro do MEJ.

Importante destacar que o Movimento Empresa Júnior não engloba somente micro e pequenos empreendedores, também sendo realizados projetos

para médias e grandes empresas. Utilizando a PUC JR (Empresa Júnior da PUC para alunos da FEA e Direito) como exemplo, esta apresentou projetos para Heineken, UCW (Universidade do Canada), Unilever, entre outras. Mais recentemente, a PUC JR realizou um projeto para Havaianas com o objetivo de implementar ideias voltadas para a área de sustentabilidade. Isso demonstra como uma empresa júnior pode ter forte impacto tanto na economia, como na sociedade em geral.

Além disso, é possível analisar essas grandes empresas realizando parceria com instâncias (organizações responsáveis por auxiliar e avaliar o desempenho das Empresas Juniores), como o Núcleo São Paulo (Instância responsável pelas empresas juniores da cidade de São Paulo) que possui parcerias com Itaú, 99, GPA. Com isso, as empresas buscam inovações e aprendizados com o MEJ sobre quais os caminhos que a economia e o empreendedorismo brasileiro estão apresentando.

Outro exemplo está a Poli Júnior, que até junho de 2022 faturou 1.3 milhões de reais e com meta para o fim do ano de 2022 de 3 milhões de reais, realizou projeto com a cervejaria Ambev, uma das maiores empresas do Brasil. Esta parceria buscou solucionar uma grande deficiência em seu sistema de detecção de corpos estranhos, aumentando a produtividade e garantindo um grande impacto para o Brasil.

Em suma, é possível analisar que o Movimento Empresa Júnior tem um impacto muito grande em todos os setores da economia brasileira, tentando sempre trazer soluções inovadoras para os seus clientes. É visível o crescimento do movimento seja em números de faturamento anual e clientes impactados, assim como, em maior quantidade de novas Empresas Juniores sendo criadas.

Este estudo tem por finalidade detectar as dificuldades do empreendedorismo no Brasil e manutenção das grandes empresas no território; como o Movimento Empresa Júnior realiza seu projetos a partir de relatos de empreendedores e membros de empresa júnior; e os impactos das empresas juniores na economia brasileira.

2. CAPÍTULO 1- Dificuldade do Empreendedorismo no Brasil

No Brasil existem alguns fatores que podem desmotivar pessoas a tentarem empreender ou até mesmo continuarem empreendendo. Em contraponto, os MPME (micro, pequenas e médias empresas) englobam 99% das empresas do país e 30% do PIB nacional, além de empregar 430 mil pessoas de janeiro de 2022 até junho do mesmo ano.

A alta carga tributária é um empecilho, uma vez que Brasil é um dos países com maior número de impostos sobre empreendedores. Além disso, o escasso planejamento durante a criação das empresas também pode levar ao fracasso. O Brasil possui uma legislação extremamente complexa com relação aos impostos, com muitos detalhes e variações sobre a população economicamente ativa gerenciado pela Receita Federal.

É comum o cenário de dificuldade para o empreendedorismo no país adquirir incentivo financeiro com taxas de juros muito baixas. Acontece que muitas pessoas precisam deste estímulo para começar suas atividades como empresários e donos da própria empresa. Dados do IBGE de 2014 mostram que mais da metade das empresas que foram abertas no país são fechadas antes de completarem cinco anos de vida. É um tempo muito curto considerando todo o investimento e dedicação envolvidos. Em 2017, o Doing Business divulgou uma pesquisa que levantava alguns pontos sobre o movimento empreendedor em todo o mundo. Em uma lista de 190 países o Brasil ficou em com o 175º lugar quando falamos de facilidade para abrir uma empresa.

Outro dado que vai de encontro com essas questões, é o tempo necessário para formalizar e concretizar a abertura do negócio. Em solo brasileiro esse processo tem 11 etapas e leva aproximadamente 80 dias com diversas etapas burocráticas para conseguir realizar a abertura de uma empresa formalizada. O próprio cadastro se torna um dificultador para essa formalização, uma vez que é preciso ter autorização da prefeitura da cidade para garantir a oficialização.

Dessa forma, é possível compreender que os empreendedores necessitam de um auxílio técnico ao longo do processo para conseguir se distanciar da alta competitividade, promover estudos tributários e viabilidade financeira. No entanto, para conseguir estes auxílios seria necessário contatar empresas de consultoria, o que geraria um custo elevado. Considerando o custo benefício envolvido, estes empreendedores buscam e prezam pela atuação das empresas juniores em substituição.

Buscando compreender as dificuldades do empreendedor para este estudo, foi realizado uma entrevista, no formato online, com a dona da franquia Cuidare Santo Amaro. Em conversa com a responsável, foi possível analisar que os grandes problemas enfrentados são as altas tributações e alta competitividade no mercado, o que levou a necessitar resolutividades para a superação destas questões. A empreendedora relatou que os problemas de alta competitividade no mercado impactam diretamente no empreendimento, além de afetar diretamente no trabalho de seus funcionários cuidadores ao passo que o seu recebimento salarial é dependente da presença de clientes. Sobre os pontos tributários a dona da franquia comentou que a contabilidade é um ponto de extrema dificuldade, ao necessitar de atenção para as entradas e saídas relacionadas com as taxas que impactam neste meio, como da própria empresa e tributações trabalhistas de suas cuidadoras.

Ao elencar os elementos principais da entrevista com a pesquisa realizada, é possível entender como a falta de engajamento por parte do governo em atender os empreendedores se torna uma das maiores dificuldades durante o processo. No atual cenário econômico mundial, é identificado uma maior taxa de desemprego em comparação com a taxa de contratação. Em contrapartida, as micros, pequenas e médias empresas apontam como destaque para seu papel empregador e propulsor do desenvolvimento econômico e social, como demonstra as figuras 1 e 2 abaixo. Porém, em desencontro com a promoção destes setores, há uma explícita dificuldade e atenção à viabilidade por parte dos órgãos públicos, ocasionando no aumento da burocracia em abertura, manutenção e recuperação de empresas.

Figura 1 – Criação de emprego por Micros e Pequenas empresas – Sebrae 2019

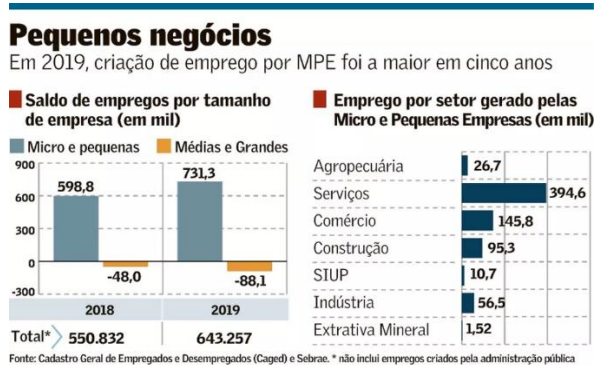


Figura 2 – Números das Micros e Pequenas Empresas – Sebrae 2019

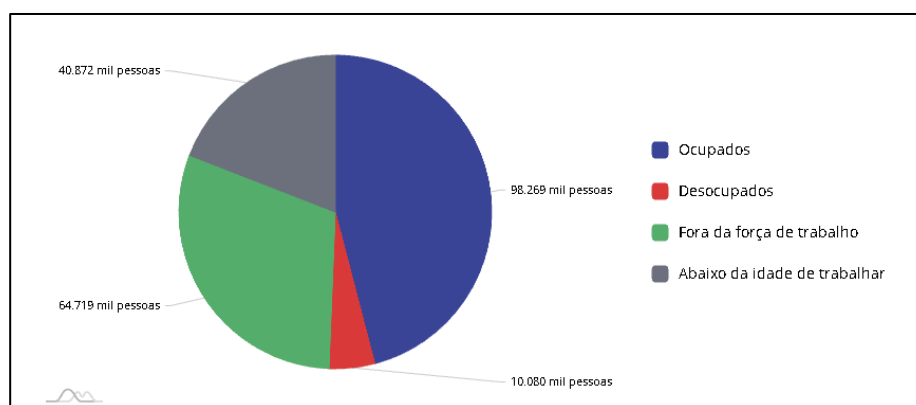


3. CAPÍTULO 2 - Dificuldade de grandes empresas se manterem em território nacional

No Brasil, os fatores que podem interferir na presença de uma grande ou multinacional no território, são resumidas em dificuldades para inovações devido à alta competitividade do mercado e pela instabilidade econômica. Para ilustrar este fato, empresas como Ford e Sony são exemplos de fechamento de fábricas no Brasil pela busca de um mercado mais acessível e com menos competição. A consequência é o aumento exacerbado de desemprego que se encaminha pela saída de companhias com tamanha presença, influência e magnitude nos setores socioeconômicos do país.

Desde 2019, pelo menos 13 multinacionais de diversos setores deixaram o Brasil. Esse movimento agravou consequentemente o desemprego no país, que atualmente atinge 10 milhões de brasileiros, de acordo com dados divulgados pelo IBGE sobre o trimestre encerrado em junho de 2022, como se ilustra no Gráfico 2.

Gráfico 2 – População brasileira de acordo com o mercado de trabalho – IBGE, 2º trimestre 2022



O período da pandemia do coronavírus que se alinhou à crise econômica existente, diversas empresas saíram do território nacional devido à fatores como instabilidade econômica e política e até mesmo pela diminuição de consumidores e clientes, assim como, a forma de consumo. Para

exemplificação, o caso da Mercedes-Benz se realizou pelo fechamento de suas fábricas para carros com a justificativa do país ter se tornado um ambiente desfavorável para negócios correlacionado com o baixo poder de compra de grande parte da população brasileira.

Outro aspecto que contribui para a saída das grandes empresas do Brasil, como já mencionado anteriormente, é a forte competitividade em muitos setores. Ao ser o mais bem estabelecido entre os países da América Latina, as empresas internacionais se interessam pela tentativa de adentrar no mercado, porém apresentam dificuldades em manter e sustentar o nível de consumo adequado através dos consumidores quando perder para a inovação. A locadora de filmes Blockbuster dominou por muitos anos o mercado, porém pela falta de novidade e reestruturação perderam o espaço para os novos serviços de streaming, até saírem do mercado em 2010. A Netflix esteve neste movimento como idealizadora de um formato com maior comodidade e rentabilidade para os consumidores. Isso comprova como a atenção para os consumidores e a forma de consumo é essencial quando se existe este tipo de competição no mercado.

Empresas que não buscam a atualização e invocação tendem a fechar, como o exemplo da gigante Nokia. Foi uma das Big Techs mais antigas do mundo que dominou o mercado por muitos anos, porém perderam seu mercado para a Apple e Samsung por estes motivos. Assim, em 2013 a Nokia foi vendida para a Microsoft.

Ao reunir estes pontos, é possível avaliar como o Movimento Empresa Júnior pode alterar estas realidades pelo fato de trazerem como foco o consumidor e a inovação para a economia brasileira, garantindo às grandes empresas e multinacionais a compreensão do mercado e como atingir seus objetivos.

Um grande exemplo foi o desafio Alpargatas, desenvolvido pela empresa Havaianas e o FEJESP (organização que auxilia as empresas juniores do estado de São Paulo), que tinha como objetivo elaborar um escopo que unisse inovação e sustentabilidade como estratégia de venda. Com isso o

Movimento Empresa Júnior, não só trouxe ideias para auxiliar a empresa e seu desenvolvimento, como também trouxe ideias para que a Havaianas se torne ainda mais sustentável. Outro exemplo é ilustrado pela Oggi Sorvetes, grande empresa do mercado alimentício que realizou um projeto de pesquisa de mercado com a PUC Jr para entender melhor os seus consumidores em toda região da grande São Paulo.

Considerando que o Movimento Empresa Júnior, um movimento criado e gerido por jovens empreendedores que buscam se desenvolver e trazer soluções inovadoras e rentáveis para os seus clientes, podem auxiliar desde os micro empreendedores que buscam abrir o seu negócio, até multinacionais que desejam entender melhor o seu cliente e inovar dentro do mercado. Logo é necessário a promoção de dados e pesquisas que analisem diretamente o impacto que este movimento expansor está causando na Economia nacional e mundial.

4. CAPÍTULO 3 - Impactos positivos do Movimento Empresa Júnior na sociedade brasileira

Ao longo deste estudo, foi possível analisar os impactos que as empresas juniores têm para auxiliar nos problemas que empresários (desde de micro empresas até multinacionais) têm no território nacional. Por outro lado, é necessário avaliar além dos impactos diretos causados pelas empresas juniores, como o Movimento atinge positivamente o desenvolvimento econômico e social no Brasil.

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) insere jovens no mercado de trabalho enquanto estes ainda estão cursando o ensino superior a nível de graduação. Este fator é positivo, uma vez que a empresa júnior oferece uma combinação equilibrada entre teoria e prática. A responsabilidade de atender clientes reais amadurece ideias e posturas, pois as decisões possuem um potencial transformador efetivo. Desta forma, é possível analisar que os jovens inseridos no mercado que passaram pelo Movimento apresentam uma melhor preparação, empoderamento e experiência profissional. Isso possibilita que realizem tarefas avançadas sendo executadas com um qualidade diferencial, auxiliando empresas a entregarem mais e movimentarem positivamente a economia brasileira.

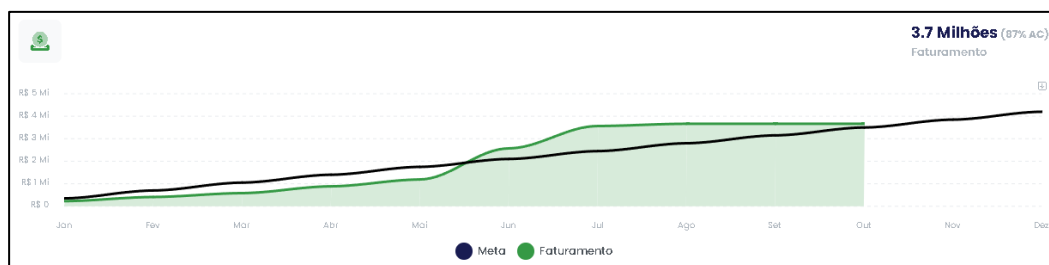
Um caso de destaque é o da Porte Jr, empresa júnior prestadora de serviços de arquitetura e engenharia, que realizou uma intervenção em uma comunidade quilombola. A empresa atuou desenvolvendo o projeto de um galpão de uso comum para serem realizadas atividades econômicas, de lazer e aprendizado na comunidade. Desse modo, os projetos realizados foram de natureza hidrossanitária, elétrica e arquitetônica. Assim, impactando 800 pessoas e atingindo 7 ODS (objetivos de desenvolvimento sustentável) da ONU.

Portanto, a essência do empresário júnior no Brasil está em desenvolver soluções que impactam a sociedade de maneira positiva, visando em conjunto a consolidação da formação profissional, pessoal e empreendedora de graduandos. Esta somatização permite um efeito cascata de contribuição,

inovação e atualização concomitante com o desenvolvimento de profissionais que apresentam um diferencial no mercado.

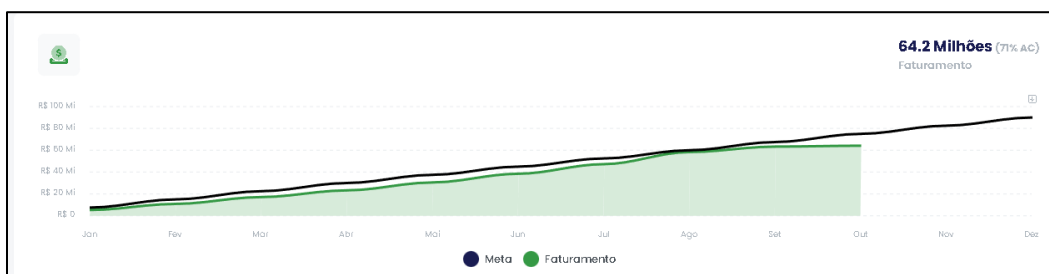
Como podemos avaliar no gráfico 3 de faturamento da empresa Fluxo Consultoria, que a empresa júnior da Escola Politécnica, da Escola de Química e da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da UFRJ, até o mês de outubro de 2022, atingiu 3.7 Milhões de Reais. A empresa tem meta de atingir 4.2 Milhões de Reais até o fim do ano de 2022. Este é um exemplo da maior empresa júnior do Brasil, onde a mesma consegue atingir inúmeros clientes e com projetos de extrema relevância para a sociedade brasileira.

Gráfico 3 – Meta de faturamento da empresa júnior Fluxo Consultoria – Brasil Júnior 2022



A Fluxo Consultoria é apenas um exemplo da rede que foi construída no Movimento Empresa Júnior. O gráfico 4 representa a soma de todos os faturamentos do Movimento Empresa Júnior no Brasil, onde até outubro de 2022 houve um impacto de 64.2 Milhões de reais na economia brasileira e a meta até o fim do ano de 2022 é de 90 Milhões de Reais.

Gráfico 4 – Meta de faturamento do Movimento Empresa Júnior – Brasil Júnior 2022



Avaliando a tabela criada pela ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), muitas empresas, mesmo sendo juniores, podem ser classificadas como empresas de pequeno porte (caso da Fluxo Consultoria, empresa citada logo acima) e o Movimento Empresa Júnior no Brasil, como um todo, possui o mesmo impacto que uma Empresas de Grande porte no Brasil.

Figura 3 – Tabela de classificação do tamanho das empresas – ANVISA

Classificação da empresa	Faturamento anual
Grupo I – Empresa de Grande Porte	Superior a R\$50 milhões
Grupo II – Empresa de Grande Porte	Igual ou inferior a R\$50 milhões e superior a R\$20 milhões
Grupo III – Empresa de Médio Porte	Igual ou inferior a R\$20 milhões e superior a R\$6 milhões
Grupo IV – Empresa de Médio Porte	Igual ou inferior a R\$6 milhões
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	Igual ou inferior a R\$4,8 milhões e superior a R\$360 mil
Microempresa	Igual ou inferior a R\$360 mil

Outro ponto de destaque da importância e do impacto econômico do Movimento Empresa Júnior na economia brasileira, é a formação de uma rede de contatos e parcerias entre as empresas juniores e outras instituições. Parcerias com grandes empresas como Ambev, XP, Stone e muitas outras, o MEJ promove a interação e a integração entre estudantes, professores, empresários e profissionais do mercado, possibilitando a troca de conhecimentos, experiências e oportunidades de negócio. Essa rede de contatos pode gerar oportunidades de negócios e parcerias comerciais, o que contribui para o desenvolvimento de um ecossistema empreendedor e fortalecimento da economia local.

Além disso, o MEJ contribui para a formação de uma mentalidade proativa e voltada para a solução de problemas entre os estudantes universitários. Ao participar de projetos nas empresas juniores, os estudantes são desafiados a enfrentar situações reais de mercado, a lidar com desafios e a buscar soluções inovadoras. Essa mentalidade empreendedora e proativa pode incentivar a geração de novas ideias, negócios e startups, que podem se tornar futuras fontes de emprego e renda, contribuindo para o crescimento econômico.

O impacto econômico do MEJ pode variar de acordo com a região e o contexto em que está inserido, podendo ser mais expressivo ou limitado a depender das localidades, realidades e contextos. Isso é visualizado pelo fato das empresas juniores de maior expressão estão localizadas na região Sudeste do território nacional, o que pode estar correlacionado com as maiores.

Sem contar que o impacto social é visível na economia ao promover projetos e ações que visam o desenvolvimento sustentável, responsabilidade social e impacto positivo na comunidade local. Por exemplo, empresas juniores podem realizar projetos que promovam a inclusão social, a sustentabilidade ambiental, a responsabilidade social corporativa, entre outros temas relevantes para a sociedade. Isso pode contribuir para a construção de uma economia mais consciente e sustentável.

Com estes indicadores econômicos e com os impactos sociais citados, podemos avaliar a grandiosidade do Movimento Empresa Júnior tem na sociedade brasileira. É um movimento que cresce exponencialmente no decorrer dos anos aliado com a sua missão “Representar e potencializar o Movimento Empresa Júnior como agente de formação de lideranças empreendedoras comprometidas e capazes de transformar o país em um Brasil Empreendedor”.

No próximo capítulo será mostrado um estudo de caso com a empresa júnior da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, a PUC Jr Consultoria, onde iremos analisar como ocorreu o seu início, como foi realizado um dos seus maiores projetos de maior impacto e como funcionam os seus processos.

5. CAPÍTULO 4 – Estudo de caso PUC Jr Consultoria

A PUC Júnior Consultoria é uma empresa sem fins lucrativos formada em 1993 na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), umas das mais conceituadas e tradicionais universidades do país. Formada por um grupo de estudantes que seguiu o exemplo da EJFGV (primeira Empresa Júnior do Brasil formada em 1989), iniciando uma empresa gerida apenas por graduandos dos cursos da FEA (Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuariais) da PUC-SP.

PUC Júnior Consultoria se afiliou à Brasil Júnior (entidade responsável pelas empresas juniores no território brasileiro) em 2014, desta forma possuindo maior suporte de uma grande rede de empresas juniores e após este momento crescendo de forma cada vez mais exponencial.

É possível visualizar este grande crescimento analisando os últimos anos da empresa, onde a meta de faturamento em 2019 era de 80 mil Reais e no ano de 2023 a nova meta da empresa é de 180 mil Reais. Este crescimento exponencial se deu pela inovação da própria empresa durante o período da pandemia do coronavírus, trazendo novos projetos e garantindo auxílio e contribuição para muitos empreendedores nesse período.

A PUC Jr atualmente é composta por seis macro áreas: Presidência, Vice-Presidência, Marketing, Vendas, Projetos e Financeiro. Possuindo mais de 30 membros na empresa e cada área possuindo sua função específica para fazer a empresa funcionar da melhor forma possível.

Conversando com os membros da PUC Jr, percebeu-se que os projetos que tiveram mais relevância neste período de pandemia foram de gestão de mídia com o seguinte objetivo a seguir.

[...] compreender o local da empresa no mercado, procurando pontos onde se pode inovar e melhorar, tornando seu negócio destaque no seu ramo de atuação. A solução utiliza da pesquisa de mercado, visando maior conhecimento do seu público-alvo, para assim, serem

produzidos conteúdos mais assertivos e qualificados, possibilitando maior captação e conversão de clientes.

O projeto com maior demanda foi a pesquisa de mercado que tinha como objetivo: “A Pesquisa de Mercado visa estudar e analisar o mercado no qual o setor da empresa está inserido, traçando o público ideal para o seu negócio para atingi-los de maneiras mais assertivas”.

Podemos observar que esses dois projetos têm como principal objetivo auxiliar os empreendedores a entender e captar da melhor forma possível o seu público. Desta forma, é visível que estes projetos abrangem desde micro empreendedores até grandes empresas.

Para realizar este estudo de caso, foi se atrás de um projeto de grande relevância para a PUC Jr, buscando demonstrar de forma clara o impacto que um projeto do Movimento Empresa Júnior tem nos clientes e como isso afeta o nosso ecossistema econômico. Para a obtenção desta informação para o estudo, foi realizado uma entrevista com a gerente responsável por um dos maiores projetos da PUC Jr Consultoria, onde ela me explicou como foi feito e como afetou o cliente.

O projeto realizado foi uma pesquisa de mercado para uma grande empresa do ramo de sorvete que buscava compreender melhor o seu público-alvo e seus interesses, assim como, a suas perspectivas diante de um novo projeto que estavam aspirando implementar que seria um possível clube de assinatura. Para isso, a equipe da PUC Jr realizou uma busca ativa nas ruas de todas as zonas da cidade de São Paulo com o objetivo de identificar as diferenças das formas de consumo em cada região. Por meio desta ação foram obtidas mais de mil respostas diferentes no território paulista, apesar da dificuldade em abordar os clientes dentro das sorveterias, ruas e centros comerciais.

Com esta coleta de dados, a equipe responsável pelo projeto computou todas as respostas e realizou análises por power BI, criando dashboards e análises específicas solicitadas pelo cliente, que se estender em entender as

potencialidades e fragilidades da empresa até a adesão do novo projeto que o cliente buscava implementar.

O que se trouxe de resultado foi a nítida dificuldade das pessoas pronunciarem de forma correta o nome da empresa, não relacionando o nome à marca. Com isso, apesar da identidade visual da empresa era muito forte, o nome apresentou uma barreira para a relação do cliente com o consumo do produto oferecido. Além disso, mostrou-se que o público-alvo eram pessoas de classes sociais C e D, e que em sua grande maioria residentes das zonas Norte e Leste da cidade de São Paulo.

Com estes dados, a empresa promoveu um trabalho de marketing mais assertivo e identificaram que a ideia do novo projeto do clube de assinatura não teria uma boa adesão, levando esse projeto para um segundo plano. Outro ponto de conclusão foi que, sendo uma rede de sorveteria, foi possível garantir um dos objetivos que estava relacionado com a preferência de consumo do seu público, identificando que os picolés eram o carro chefe.

Este projeto recebeu NPS (Net Promoter Score) de 10, nota máxima, o que demonstra o grande impacto e satisfação que o projeto trouxe nesta rede de sorvetes. Portanto, foi um case de sucesso do ano de 2022 da PUC Jr Consultoria e um dos maiores projetos da empresa.

6. CONCLUSÃO

Em consequência de complexos contextos, o Brasil ainda enfrenta uma crise política e econômica. Nos pontos políticos, há uma crescente descreditação e divisão sobre futuro, advindo de governanças que ausentaram seu papel em providenciar recursos para o desenvolvimento do país. No quesito econômico, podemos observar uma alta inflação, diminuição de renda individual e queda no consumo, acompanhados da crescente taxa de desemprego que se apresenta como consequência do fechamento de empresas no país, entre outros fatores. Concomitantemente, observa-se um sucateamento das universidades o que interfere diretamente no desenvolvimento e na preparação de jovens para os desafios do mercado e da vida.

Em contrapartida a este contexto, as empresas juniores, associações civis formadas e geridas por estudantes, promovem e proporcionam aos estudantes uma vivência empresarial, os preparando para o mercado de trabalho. Isso ocorre a partir da realização de projetos que buscam solucionar problemas de micro e pequenos empreendedores, sendo estas a representação de mais da metade das empresas no Brasil, assim como, para empresas de médio e grande porte trazendo inovações e atualizações.

Os impactos econômicos diretos são possíveis de serem analisados uma vez que observamos o faturamento anual do Movimento Empresa Júnior, onde a meta até o fim do ano de 2023 é de terem um impacto de 90 Milhões de Reais em vendas de projetos para empresas de todos os portes. Já os impactos indiretos do Movimento são visíveis pela melhora das empresas após contratarem os serviços de empresas juniores, diminuição na taxa de desemprego em empresas que contrataram serviços e pessoas mais capacitadas chegando no mercado de trabalho após trabalharem em empresas juniores, apesar desses dados ainda não estarem objetivamente estipulados, sendo este um limitador do estudo, necessitando de maiores incentivos na pesquisa desta temática para evolução dos resultados.

Após fazer uma breve pesquisa com ex-membros das PUC Júnior Consultoria foi possível perceber a importância da empresa júnior na formação

profissional, em que relatam estarem mais bem preparados e prontos para o desempenho de sua profissão no mercado de trabalho, possuindo uma maior habilidade no papel de liderança e enfoque adequado nas metas. Pode-se considerar que o Movimento Empresa Júnior apresenta um diferencial na formação destes alunos ao longo dos anos na Universidade.

As Empresas Juniores foram de extrema importância no período de pandemia servindo como um grande auxílio, pois o Movimento Empresa Júnior propicia serviços abaixo do valor do mercado, com intuito de gerenciar suas despesas e buscando capacitar seus membros juniores. Desta forma, foi possível atender os empreendedores que estavam passando por dificuldades, garantindo o custo benefício. Assim, os objetivos dos projetos desenvolvidos pelos colaboradores das Empresas Juniores têm a responsabilidade e capacidade de proporcionar seus serviços melhorias por meio de projetos para as empresas necessitadas. O Movimento Empresa Júnior conseguiu auxiliar milhões de empreendedores no ano pandêmico, contribuindo indiretamente na manutenção e controle da taxa de desemprego no país.

Dessa forma, é possível concluir que a Empresa Júnior possibilita muitos benefícios para todos a que ela compõe ou com ela interage, uma vez que, para o estudante melhora seu conhecimento e preparo para o mercado de trabalho aliado ao desenvolvimento social; para as instituições de ensino que as empresas juniores pertencem proporcionam reconhecimento e destaque, melhorando as áreas de pesquisa e o conhecimento que os alunos levam da Universidade; e para os clientes o desenvolvimento empresarial, ótimos resultados e ideias atualizadas e inovadoras.

É possível concluir que o estudo comprova que o Movimento Empresa Júnior apresenta um grande impacto direto e indireto na economia brasileira. Este propicia um número considerável de faturamento (R\$90 milhões), desenvolve novas tecnologias e ideias inovadoras, auxilia desde micro e pequenas empresas até grandes empresas e multinacionais a se manterem no mercado, propicia a geração empregos e a renda de milhares de famílias brasileiras. A partir da sua expansão, conta-se com a valorização e

reconhecimento do Movimento Empresa Júnior, em conjunto com a sensibilização para maiores pesquisas voltadas ao tema.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. DADOS Brasil Júnior. Site Brasil Júnior, 2021. Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br/>>. Acesso em: 1 dez. 2021.
2. EMPRESA Júnior – o que é? E como funciona? SEBRAE, São Paulo, 10 jun. 2017. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/empresa-junior-o-que-e-e-como-funciona,e3a048ae422fe510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>
3. COM 1,2 mil empresas juniores, Brasil é líder no segmento. O Globo, Site o Globo, p. 1-5, 7 ago. 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/com-12-mil-empresas-juniores-brasil-lider-mundial-no-segundo-19869385>>. Acesso em: 04/12/2021
4. DADOS sobre empreendedorismo. Empreendedorismo no Brasil dispara; é hora de abrir o próprio negócio? Exame, p. 1-5, 8 out. 2021. Disponível em: <<https://exame.com/pme/empreendedorismo-no-brasil-dispara-e-hora-de-abrir-o-proprio-negocio/>>. Acesso em: 1 dez. 2021
5. DADOS sobre empreendedorismo. A Importância do Empreendedorismo na Economia do Brasil, Site Ignição digital, p. 1-8, 6 fev. 2017. Disponível em: <<https://www.ignicaodigital.com.br/importancia-do-empreendedorismo/>>. Acesso em: 3 dez. 2021.
6. DIFICULDADES de empreender. Os 7 desafios do empreendedorismo no Brasil, Blog FoxManager, p. 1-13, 8 set. 2021. Disponível em: <<https://blog.foxmanager.com.br/desafios-do-empreendedorismo-no-brasil/#:~:text=Quem%20iniciou%20no%20empreendedorismo%20no,pode%20n%C3%A3o%20ser%20muito%20f%C3%A1cil>>. Acesso em: 6 dez. 2021.
7. PANDEMIA faz Brasil ter recorde de novos empreendedores. [S. l.], 5 out. 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-10/pandemia-faz-brasil-ter-recorde-de-novos-empreendedores#:~:text=Crise%20levou%20milh%C3%B5es%20a%20abrirem%20os%20pr%C3%B3prios%20neg%C3%B3cios&text=O%20Brasil%20caminha%20e%20de%20empreendedores%20de%20sua%20hist%C3%B3ria.&text=Impulsos%20pela%20crise%20gerada%20pela,empreendedora%20ou%20alternativa%20de%20renda>>. Acesso em: 28 set. 2021.
8. SIMÃO, Edna. Micro e Pequenas criam 22% mais vagas formais em 2019. Valor, Brasília, 28 jan. 2020. <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2020/01/28/micro-e-pequenas->

criam-22-mais-vagas-formais-em-2019.ghtml. Acesso em: 28 set. 2021.

9. Fernandes DMM., Ritter NC. Empresa Júnior: Contribuições para formação do administrador empreendedor. Revista Conexão UEPG, vol. 14, núm. 2, pp. 272-282, 2018; doi: <https://doi.org/10.5212/Rev.Conexao.v.14.i2.0016>