



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II



**Análise da inserção e desempenho de acadêmicos egressos pós-juniores da Tropicós
Empresa Júnior no mercado de trabalho da cidade de Picos-PI**

**Pedro da Silva Ferrão¹, Vinícius Carvalho de Lima¹, Cléverson Vasconcelos da
Nóbrega²**

**PICOS- PI
2019**

¹ Acadêmico de Administração da UFPI;

¹ Acadêmico de Administração da UFPI;

² Docente da Universidade Federal do Piauí, orientador, Doutor.

FICHA CATALOGRÁFICA
Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí
Biblioteca José Albano de Macêdo

F368a Ferrão, Pedro da Silva.

Análise da inserção e desempenho de acadêmicos egressos pós-juniores da Trópicos Empresa Júnior no mercado de trabalho da cidade de Picos-PI. / Pedro da Silva Ferrão; Vinícius Carvalho de Lima. -- Picos,PI, 2019.

17 f.

CD-ROM: 4 ¾ pol.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2019.

“Orientador(A): Prof. Dr. Cléverson Vasconcelos da Nóbrega.”

1. Empresa Júnior. 2. Administração. 3. Universidade - Acadêmicos. I. Lima, Vinícius Carvalho de. II. Título.

CDD 658.91

Elaborada por Rafael Gomes de Sousa CRB 3/1163



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
 Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.
 Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
 DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

PEDRO DA SILVA FERRÃO E VINÍCIUS CARVALHO DE ARAÚJO

**Análise da inserção e desempenho de acadêmicos egressos pós-juniores da
 Trópicos Empresa Júnior no mercado de trabalho da cidade de Picos-PI**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

- Aprovado(a)**
 Aprovado(a) com restrições

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 24 de junho de 20 19.

Cléverson Vasconcelos da Nóbrega

(Orientador – Cléverson Vasconcelos da Nóbrega, Dr.)

Renata Tomaz Cunha de Sousa

(Membro 1 – Renata Tomaz Cunha de Sousa, Esp.)

Itamara Lima Matos

(Membro 2 – Itamara Lima Matos, Esp.)

RESUMO

Empresas Juniores são descritas, conforme a Lei 13.267, como a entidades organizadas 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. O objetivo desta pesquisa foi apresentar a trajetória de vida, em relação ao mercado de trabalho, dos ex-membros da Trópicos Empresa Junior, e compreender a sua importância para a formação acadêmica e profissional do egresso em administração. Para isso, foi utilizada a abordagem qualitativa, levando em consideração o aprofundamento da compreensão de um grupo social ou organização e não a preocupação com a quantidade numérica, consistindo em um método mais apropriado à dinâmica de fenômenos revestidos por aspectos subjetivos e que não seria possível de ser identificados por meio de métodos tradicionais, ou seja, funcionalistas e/ou quantitativos. Esta pesquisa caracteriza-se ainda como descritiva. Para a coleta de dados será utilizado um roteiro de entrevista estruturado e elaborado a partir das indagações acerca da influência da Trópicos na vivência profissional dos seus membros e contribuição para ingresso no mercado de trabalho ocorreu no período de agosto a dezembro de 2014 e março de 2015. Concluiu-se que o empenho observado, é cada vez maior, de estudantes mobilizados na luta para a construção de um ensino de qualidade, seja ele público ou privado, o que reflete uma tendência latente das necessidades dos acadêmicos no Brasil. Nota-se que infelizmente, o ensino hoje é limitado em relação ao que se espera de um estudante recém-formado; o suporte dado pelas Universidades é insuficiente se se quer tornar um profissional completo. O Movimento Empresa Júnior vem ao encontro dessas expectativas de melhoria do ensino, propondo aos acadêmicos uma nova forma de adquirir conhecimento e experiências, aliado à Universidade. Espera-se poder ver com mais veemência nos próximos trabalhos sobre o assunto, a tomada da Lei mais próxima do Movimento Empresa Júnior. Faz-se notável ressaltar, aqui, a importância do suporte jurídico que, além de ser fundamental para a abertura de uma empresa, contribui para a manutenção da mesma, evitando litígios e impasses que podem proporcionar problemas judiciais, os quais causariam sérias dificuldades ao funcionamento e regularização formal da empresa.

Palavras-chave: Administração. Empresa Júnior. Universidade.

ABSTRACT

Junior Enterprises are described, according to Law 13.267, as entities organized in the form of a civil association managed by students enrolled in undergraduate courses of higher education institutions, with the purpose of carrying out projects and services that contribute to academic and professional development of the members, enabling them to enter the labor market. The objective of this research was to present the life trajectory, in relation to the labor market, of the former members of Trópicos Empresa Junior, and to understand its importance for the academic and professional formation of egress in administration. For this, the qualitative approach was used, taking into account the deepening of the understanding of a social group or organization and not the concern with the numerical quantity, consisting of a method more appropriate to the dynamics of phenomena covered by subjective aspects and that it would not be possible to be identified through traditional, functional and / or quantitative methods. This research is still characterized as descriptive. For the collection of data will be used a structured interview script based on the questions about the influence of the Tropics on the professional experience of its members and contribution to entry into the labor market occurred in the period from August to December 2014 and March 2015. It is concluded that there is a growing commitment among students mobilized in the struggle to construct quality education, whether public or private, reflecting a latent tendency of academic needs in Brazil. It is noted that unfortunately, teaching today is limited in relation to what is expected of a newly formed student; the support given by the Universities is insufficient if one wants to become a complete professional. The Junior Business Movement meets these expectations of improving teaching, proposing to academics a new way of acquiring knowledge and experiences, allied to the University. It is hoped to be able to see more vehemently in the next works on the subject, the taking of Law closer to the Junior Company Movement. It is noteworthy here, the importance of legal support that, in addition to being fundamental to the opening of a company, contributes to its maintenance, avoiding litigation and impasses that can cause legal problems, which would cause serious difficulties to the operation and formal regularization of the company.

Keywords: Management. Junior Enterprise. College.

INTRODUÇÃO

A Lei nº 13.267/2016 descreve Empresa Júnior (EJ) como a entidade organizada sob a forma de associação civil gerida por estudantes matriculados em cursos de graduação de Instituições de Ensino Superior (IES), 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 (BRASIL, 2016). É importante ressaltar que uma EJ é considerada, legalmente, como uma associação civil, que de acordo com o Código Civil Brasileiro, refere-se a união de pessoas que se organizam com uma finalidade não econômica, o que não impede, que gere lucro, desde que este não seja o seu fim.

Percebe-se, portanto, a EJ como um mecanismo de fomento ao empreendedorismo inserido no espaço da Academia, onde o conhecimento é adquirido e formado mediante a aplicação prática de conteúdos trabalhados em sala de aula. Mais do que um laboratório de práticas, a EJ deve ser um espaço de transformação destes estudantes, onde exercitam suas capacidades pessoais para, por meio do empreendedorismo, transformar o Brasil em um país melhor (BRESSANT; TIDD, 2009).

A EJ abrange a concorrência, a negociação e atua em um mercado competitivo. Estas características permitem aos acadêmicos desenvolverem sua personalidade e suas experiências, dando-lhes uma nova formação, algumas vezes negligenciada nos cursos superiores. A EJ dá oportunidade aos jovens universitários a chance de colocar em prática os mais modernos ensinamentos divulgados nas universidades, sendo este complemento de formação fundamental para o desenvolvimento prático dos conceitos ensinados (LOPES; LOPES; LIMA, 2007).

A Trópicos - Empresa Júnior do curso de bacharelado em Administração, com sede no *campus* Senador Helvídio Nunes de Barros, na Universidade Federal do Piauí (UFPI), existe há 9 anos e tem por objetivo prestar consultoria, desenvolvendo projetos para empresas, entidades e a sociedade em geral. Desde então, possui fins educacionais e acadêmicos, além de objetivar um impacto positivo e o desenvolvimento do mercado local.

Nesse contexto, o objetivo geral deste trabalho é apresentar a trajetória de vida, em relação ao mercado de trabalho, dos ex-membros da Trópicos Empresa Junior, mostrando a sua importância para a formação acadêmica e profissional do egresso em administração.

Este trabalho está dividido em 5 seções, sendo a introdução a primeira delas. Em seguida, discute-se a Empresa Junior no Brasil, a perspectiva do jovem que vivenciou o movimento Empresa Junior, como também a sua atuação no mercado de trabalho; na seção três, explora-se os procedimentos metodológicos que foram disponibilizados para a realização do estudo, destacando o tipo de pesquisa utilizado, o universo e o público participante; na seção quatro, concentra-se a atenção nas análises e discussões dos dados que foram obtidos na construção e desenvolvimento da pesquisa de campo. Por fim, as considerações finais acerca do estudo.

2 EMPRESA JUNIOR NO BRASIL

A primeira empresa júnior foi fundada em 1967, na França, por iniciativa de estudantes da *L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales* (ESSEC), de Paris. A história das empresas juniores ainda é recente, mas vem ganhando força ao longo do tempo. Criada com o objetivo de aproximar os estudantes à realidade do mercado, pois estes acreditavam que era necessário complementar sua formação acadêmica com experiências práticas, dessa forma, trazendo um acréscimo de conhecimentos por meio da vivência empresarial e para isso criaram uma associação sem fins lucrativos denominada Junior-Entreprise (MATOS, 1997).

Em 1969, já existiam mais de 20 empresas juniores na França, que juntas organizaram a fundação da *Confédération Nationale des Junior-Entreprises* (CNJE). O número só cresceu com o tempo, no início dos anos 80, já se tinham mais de 100 empresas juniores ligadas a CNJE. Essa expansão do modelo chegou aos países mais próximos da França e, em 1986, já podiam ser encontradas empresas juniores na Bélgica, Espanha, Holanda, Portugal, Itália, Suíça, Alemanha, Hungria e outros países. Como consequência da união dessas empresas juniores na Europa, surgiu a *European Confederation of Junior Enterprise* (JADE) (MATOS, 1997).

Segundo Matos (1997), a chegada das empresas juniores no Brasil aconteceu em 1987, por meio do diretor da Câmara de Comercio Franco-Brasileira na época, João Carlos Chaves. Os estudantes da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo foram os primeiros a aderirem à ideia e fundaram a primeira empresa júnior do Brasil, a Júnior GV. Em meados dos anos 90, a próxima a ser fundada foi a Junior FAAP, seguida por outras cinco empresas juniores. Juntas, essas empresas juniores localizadas no estado de São Paulo fundaram a primeira federação estadual de empresas juniores, em 1990, a FEJESP – Federação de Empresas Juniores do Estado de São Paulo, que tinha como um dos objetivos a expansão desse conceito de organização.

Em 1993, a FEJESP organiza o I Encontro Nacional de Empresas Juniores (ENEJ), realizado no estado de São Paulo, contando com a participação de empresários juniores de vários estados, gerando o surgimento de outras federações estaduais. Dez anos depois, é criada a Confederação Brasileira de Empresas Juniores – Brasil Júnior, durante o XI ENEJ, 11ª edição do encontro, realizado em Salvador, na Bahia, que ocorreu em agosto de 2003 (BRASIL JÚNIOR, 2015).

A mais recente conquista das empresas juniores no Brasil foi a aprovação da Lei das Empresas Juniores – Lei Nº 13.267/2016 (BRASIL, 2016), seu principal objetivo é regular a organização e a criação das empresas juniores, assim como o funcionamento das mesmas perante as instituições de ensino superior. Além de dar maior legitimidade as empresas juniores, facilitou o processo de fundação e as formas legais de se registrar, proporcionando mais uniformidade para elas aqui no Brasil. O Conceito Nacional de Empresa Júnior – CNEJ, desenvolvido pela Brasil Júnior, apresenta no seu Artigo 2º que as Empresas Juniores:

São constituídas pela união de alunos matriculados em cursos de graduação em instituições de ensino superior, organizados em uma associação civil com o intuito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento do país e de formar profissionais capacitados e comprometidos com esse objetivo (CNEJ, 2007, p. 1).

O processo de aprendizagem dos membros de uma empresa júnior acontece por meio da prestação de serviços de consultoria para micro e pequenas empresas que, na maioria dos casos é orientado por um professor, e pela gestão organizacional da empresa júnior, realizada exclusivamente pelos estudantes. Desse modo, além de atuarem no mercado de trabalho, os membros têm a oportunidade de se desenvolverem pessoal e profissionalmente, aprimorando habilidades como capacidade de negociação, comunicação, senso crítico, flexibilidade, espírito empreendedor, dentre outras (BATISTA *et al.*, 2010).

Mesmo não tendo fins lucrativos, as empresas juniores executam seus projetos para outras empresas a um valor abaixo do mercado e o dinheiro arrecadado com os serviços prestados são investidos na própria empresa júnior e na capacitação de seus membros. Segundo um estudo realizado por Batista et al (2010), a contrapartida para as empresas contratantes desses projetos são: projetos de qualidade com um bom custo-benefício; melhoria da gestão e resultados da empresa; transmissão de conhecimento aos clientes e etc.

Para Andrade (2009), as EJ destacam-se por possibilitar o desenvolvimento tanto para

o cliente – a organização ou pessoa física que contrata os serviços da EJ (Empresa Júnior) – como para seus membros, que é considerado um cliente interno. Desse modo, ainda segundo esses autores, uma EJ possui como objetivo: prestar serviços de consultoria para micro e pequenas empresas, auxiliando no seu desenvolvimento e procurando solucionar problemas encontrados; proporcionar aos alunos oportunidades de colocarem em prática seu conhecimento adquirido na universidade, estabelecer o relacionamento entre estudantes e o mercado de trabalho, dentre outros.

Pode-se observar que as empresas juniores entregam uma parcela de contribuição para a sociedade, mas segundo Andrade (2009) o principal cliente da EJ é o próprio aluno, pois o grande papel de uma empresa júnior é estreitar os laços entre universidade-mercado, onde estes alunos participantes são favorecidos não só com a sua formação social, cultural e tecnológica, mas também são estimulados a desenvolverem um caráter empreendedor no futuro profissional que serão.

Participar de uma empresa júnior contribui muito para que o estudante que passa por essa experiência, acabe por influenciar na sua empregabilidade durante ou após o seu período de formação.

Como aponta Dornelas (2008) em seu estudo, os próprios empresários contratam os acadêmicos que conheceram durante a realização de algum projeto para a sua empresa, devido a observação de suas habilidades e conhecimentos demonstrados, e/ou por quererem dar continuidade à implementação de técnicas iniciadas pelo projeto.

Existem várias experiências de aprendizagem nas empresas juniores, pois estas organizações atribuem aos estudantes responsabilidades e vivências mais interessantes do que as vistas em programas de estágio comuns, principalmente pela construção e organização do ambiente. As empresas juniores por serem geridas pelos próprios alunos tem um diferencial em comparação com o estágio, onde a atuação do aluno que está estagiando na maioria das vezes é limitada, não tendo a oportunidade de dar opiniões, tomar decisões, ou colocar em prática aquilo que é aprendido em sala de aula. Diferentemente, nas EJ's os membros possuem maior autonomia, flexibilidade, além de estimular o espírito empreendedor (SOUZA, 2002).

Assim, as empresas juniores surgem como uma espécie de laboratório, não só como forma de aplicação da teoria na prática, mas na perspectiva de transformar os universitários em melhores profissionais, através de um forte impacto na sua formação e qualificação. Dessa forma, a empresa júnior é vista como um fator importante no processo de transformação de estudantes em profissionais (OLIVEIRA, 2008).

Portanto, podemos notar como o movimento empresa júnior estabelece uma relação mútua entre as instituições de ensino superior, estudantes, professores e mercado, proporcionando uma troca de benefícios entre todos os atores participantes, sendo uma ferramenta válida para o ensino, qualificação profissional e impacto social (OLIVEIRA, 2008).

2.1 A perspectiva dos jovens que participam da empresa júnior

A EJ é um ambiente de aprendizagem onde acadêmicos dos mais diversos cursos universitários, são proporcionados a uma aproximação com o mercado de trabalho. É uma organização autônoma vinculada a uma instituição de ensino superior, gerida por alunos de graduação, “tanto nos aspectos técnicos de prestação de serviços e projetos, como da gestão da organização” (OLIVEIRA; RIBEIRO, 2013). Os trabalhos técnicos, ou seja, os serviços prestados são orientados e supervisionados por professores universitários, sendo esta supervisão docente essencial para a formação dos alunos, exatamente por subsidiar as intervenções por meio de elementos teóricos e do exercício do planejamento (SOUZA,

2002).

Observando o número de integrantes geralmente presentes nas EJs, é possível compará-las com pequenas empresas configurando-se como um caminho para delimitar seus contornos. No presente artigo, será utilizado o conceito proposto pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que considera como pequenas empresas do ramo do comércio e serviços as que possuem de onze a cinquenta funcionários, e as do ramo industrial as que possuem de vinte e um a cem funcionários (VIAPIANA, 2001).

Tal como as empresas de coerentemente realizada, tendo em vista os fins visados” (VIAPINA, 2001). Ambas podem ser ainda, entendidas como organizações burocráticas, já que utilizam da racionalidade, possuem hierarquia, normas escritas e exaustivas, níveis de autoridade e distribuição de tarefas. Outras semelhanças são a necessidade de registro perante a Receita Federal com Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), bem como Nota Fiscal Própria, confecção de atas, declaração de imposto de renda, prática de planejamento estratégico e código de conduta/ética. Portanto, em ambos os contextos organizacionais, estas normas irão permitir que os membros se orientem a cada mudança que surge no ambiente de trabalho, comportem-se de determinada maneira e ajam de acordo com o objetivo da organização, seja ela qual for (VALADÃO; ALMEIDA; MEDEIROS, 2017). Todavia, é na forma como cada uma destas características se estabelece dentro de cada tipo de empresa (pequena empresa ou júnior) que se localizam algumas diferenças.

Na pequena empresa, por exemplo, as decisões são tomadas essencialmente a fim de que se aumente a produtividade (VALADÃO; ALMEIDA; MEDEIROS, 2017), além de prezar pela eficiência e eficácia, pela vantagem competitiva e por produtos com valor aos olhos dos clientes. Para que essa produtividade aumente e para que mais clientes demandem o serviço da empresa, é preciso que os membros desenvolvam suas habilidades e competências, pois “pessoas preparadas produzem melhor e se sentem mais autoconfiantes” (MORETTO *et al.*, 2014). Enquanto na Empresa Júnior, o maior objetivo é o desenvolvimento profissional e pessoal dos membros. Para que esse desenvolvimento ocorra, é necessário que a empresa desenvolva projetos para os clientes que contratam seus serviços. Ou seja, a empresa precisa crescer, precisa produzir, a fim de que os membros possam desenvolver suas competências.

Dessa maneira, empresas juniores assemelham-se a organizações cuja cultura é orientada para as pessoas, ou seja, que existem para satisfazer as necessidades de seus membros. De acordo com Moretto Neto (2004) “nas outras organizações [cujas culturas são orientadas para o poder, para a tarefa ou para a função], as pessoas são vistas como instrumentos para seus fins. Nesse sentido, o autor observa que, frequentemente, estudantes de graduação tem mais interesse no aprendizado e crescimento ao desenvolver atividades de trabalho do que prosperar simplesmente do ponto de vista financeiro. Eles estão mais interessados nos processos pelos quais passam ao longo do tempo em que estão vinculados à EJ, do que somente nos resultados obtidos.

2.2 Pós Juniores x Mercado de Trabalho

Composta apenas por alunos, a empresa júnior possui o objetivo de realizar consultorias nas suas áreas de atuação, contribuindo com o desenvolvimento do país e com a formação de profissionais capacitados e comprometidos (BRASIL JÚNIOR, 2013). Moretto Neto *et al.* (2004) afirma que as empresas juniores prestam serviços principalmente às micro, pequenas e médias empresas pois estas geralmente não têm recursos para contratar serviços de consultoria de grandes empresas e acabam optando pelas empresas juniores, que oferecem serviços a um preço viável. As atividades desenvolvidas com essas empresas privilegiam o aperfeiçoamento técnico, o que acarreta uma redução nos seus índices de fracasso.

No entanto, Moretto Neto *et al.* (2004) esclarece que o ponto mais importante ao prestar assessoria às empresas de micro, pequeno e médio portes, é a oportunidade que os estudantes têm de desenvolver uma visão global do funcionamento empresarial, o que não seria possível em uma grande empresa, devido ao seu alto grau de complexidade.

A verificação da necessidade de formação de competências em graduandos e o crescimento acentuado no número de Empresas Juniores estimulam reflexões sobre como essas associações vêm se configurando junto à dinâmica das Instituições de Ensino Superior brasileiras e como essas têm contribuído para a formação profissional de seus membros. (VALADÃO JÚNIOR; ALMEIDA; MEDEIROS, 2014)

As contribuições das EJs para os acadêmicos são diversas, como o desenvolvimento de habilidades profissionais e pessoais, a construção de novos conhecimentos e o desenvolvimento de características de liderança. (LOPES *et al.*, 2007) Além da aproximação do ambiente empresarial, do ingresso no mercado de trabalho e o desenvolvimento de características empreendedoras.

Nesse contexto, a Empresa Júnior pode converter-se em um instrumento de aprendizado, em que auxilia na formação acadêmica, profissional e até mesmo pessoal, através de uma experiência real no mundo dos negócios, funcionando como um laboratório, uma vez que possui uma estrutura organizacional semelhante à de uma empresa. (SILVA, 2014). Onde o aluno poderá vivenciar e praticar atividades pertinentes à sua área formação e desenvolver as competências necessárias para a sua atuação profissional.

Empresa Júnior é um espaço de aprendizagem para acadêmicos dos mais diversos cursos universitários, que proporciona aos estudantes uma aproximação com o mercado de trabalho. É uma organização autônoma vinculada a uma instituição de ensino superior, gerida por alunos de graduação, "tanto nos aspectos técnicos de prestação de serviços e projetos, como da gestão da organização" (OLIVEIRA 2005, p. 5). Os trabalhos técnicos, ou seja, os serviços prestados, são orientados e supervisionados por professores universitários, sendo esta supervisão docente essencial para a formação dos alunos, exatamente por subsidiar as intervenções por meio de elementos teóricos e do exercício do planejamento (PERES *et al.*, 2004; SOUZA, 2002).

Dessa maneira, a empresa júnior possibilita ao acadêmico que vá além da sala de aula e de seus conceitos, colocando em prática o que aprendeu ou está aprendendo em sua graduação. A Brasil Júnior - representante maior das EJs brasileiras - ainda complementa a definição de EJ como "um grande laboratório prático do conhecimento técnico e em gestão empresarial onde o estudante tem um alto grau de liberdade de se pensar em todos os processos da EJ" (Brasil Júnior, 2012a, p. 8). A EJ teria como objetivos: (a) promover o desenvolvimento técnico e acadêmico de seus associados; (b) promover o desenvolvimento econômico e social da comunidade, através de suas atividades; (c) fomentar o espírito empreendedor de seus associados; (d) promover o contato dos alunos com o mercado de trabalho; e (e) promover o desenvolvimento pessoal e profissional de seus associados (BRASIL JÚNIOR, 2003). Ainda, as EJs brasileiras estão associadas ao Movimento Empresa Júnior (MEJ), existente no Brasil há 25 anos. O MEJ tem como objetivo o desenvolvimento pessoal e a capacitação profissional de estudantes para que, a partir de suas experiências nas EJs, possam causar transformações na sociedade, além de complementarem seu ensino na universidade (REZENDE & ROSSI 2013).

Tanto as empresas juniores quanto as pequenas empresas podem ser entendidas como organizações - "sistema social em que a divisão do trabalho é sistemática e coerentemente realizada, tendo em vista os fins visados" (PEREIRA, 2004, p. 8). Ambas podem ser, ainda, entendidas como organizações burocráticas, já que utilizam da racionalidade, possuem hierarquia, normas escritas e exaustivas, níveis de autoridade e distribuição de tarefas. Outras semelhanças são a necessidade de registro perante a Receita Federal com Cadastro Nacional

de Pessoa Jurídica (CNPJ), bem como Nota Fiscal Própria (BRASIL JÚNIOR 2003), confecção de atas, declaração de imposto de renda, prática de planejamento estratégico e código de conduta/ética. Portanto, em ambos os contextos organizacionais, estas normas irão permitir que os membros se orientem a cada mudança que surge no ambiente de trabalho, comportem-se de determinada maneira e ajam de acordo com o objetivo da organização, seja ela qual for (PEREIRA, 2004). Entretanto, é na forma como cada uma destas características se estabelece dentro de cada tipo de empresa (júnior ou pequena empresa) que se encontram as diferenças.

Em uma pequena empresa, por exemplo, as decisões são tomadas essencialmente a fim de que se aumente a produtividade (BRESSER-PEREIRA 2004), além de prezar pela eficiência e eficácia, pela vantagem competitiva e por produtos com valor aos olhos dos clientes. Para que essa produtividade aumente e para que mais clientes demandem o serviço da empresa, é preciso que os membros desenvolvam suas habilidades e competências, pois "pessoas preparadas produzem melhor e se sentem mais autoconfiantes" (FRANÇA, 2011, p. 5).

Já em uma EJ, o objetivo maior é o desenvolvimento pessoal e profissional dos membros. Para que esse desenvolvimento ocorra, é necessário que a empresa desenvolva projetos que impactem o mercado. Ou seja, a empresa precisa crescer, precisa produzir, a fim de que os membros possam desenvolver suas competências. Os próprios objetivos de uma empresa júnior definidos pela Brasil Júnior (2003), descritos anteriormente, mostram quanto o foco das EJs é o aluno membro. Dos cinco objetivos, apenas um - promover o desenvolvimento econômico e social da comunidade através de suas atividades - não se refere diretamente ao desenvolvimento do estudante.

3 METODOLOGIA

Este estudo de natureza exploratória e descritiva, tem como objetivo apresentar a trajetória de vida, em relação ao mercado de trabalho, dos pós juniores da Trópicos Empresa Junior. Para alcançá-lo, optou-se pela abordagem qualitativa por acreditar que suas características valorizam as opiniões, crenças, atitudes, pensamentos e experiências em relação ao fenômeno específico e, assim, aprofundam a compreensão de um grupo social ou organização, em detrimento dos métodos tradicionais, ou seja, funcionalistas e/ou quantitativos (SILVA, 2006).

A coleta de dados ocorreu entre os meses de maio e junho de 2019 e envolveu a técnica de entrevista com um roteiro semiestruturado. Para fins de critério de inclusão dos participantes, estabeleceu-se o período de 2015 a 2018, sendo detectados quarenta e sete sujeitos, discriminados da seguinte forma:

Tabela 1: Distribuição da população da pesquisa

Ano	Quant. Membros
2015	11
2016	12
2017	11
2018	13
Total	47

Fonte: Trópicos Empresa Júnior, 2019

A seleção dos participantes ocorreu por acessibilidade e conveniência, porém não foram definidas a priori sua quantidade, tendo em vista as próprias características da pesquisa

qualitativa escolhida para a investigação. As entrevistas ocorreram por meio da rede social *Whatsapp*, devido à indisponibilidade dos mesmos em participar de uma entrevista presencial, sendo esta uma limitação da pesquisa. Apesar disso, a ferramenta utilizada permitiu aos pesquisadores o envio do roteiro de entrevista e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), contendo os objetivos da investigação e a solicitação de autorização para divulgação dos resultados, obtendo-se o retorno esperado dos participantes. Na ocasião, observou-se que após a oitava entrevista alcançou-se a saturação dos dados, razão pela qual as entrevistas foram finalizadas, dando-se seguimento a etapa de tratamento dos dados.

Essa etapa fundamentou-se na composição do material empírico, na leitura e releitura do *corpus* e na elaboração de categorias que surgiram com a transcrição das entrevistas ao seguir os procedimentos estabelecidos na análise de conteúdo (BARDIN, 2011). Ao final desta etapa obteve-se 13 páginas transcritas e cinco categorias, classificadas pelos depoimentos após a consolidação dos depoimentos.

Finalmente, os autores realizaram uma análise qualitativa dos relatos buscando inconsistências e similaridades entre os trechos selecionados a partir da experiência dos pesquisados no MEJ e do resgate da literatura. Procurou-se verificar, por exemplo as experiências dos pós juniores em suas gestões, a história da EJ, a cultura da empresa, a expectativa do mercado sobre o pós júnior e sua vivência prática.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 A Trópicos Empresa Júnior

A Trópicos Empresa Júnior foi fundada em três de dezembro de dois mil e nove, com o principal objetivo de desenvolver os acadêmicos do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Piauí – Campus Senador Helvídio Nunes de Barros através da prática.

A primeira e única empresa júnior do curso administração da referida instituição teve nome definido através da sigla Trópicos que significa Tecnologia de Resolutividade Organizacional de Picos e nos primeiros anos de formação cumpria seu propósito através de consultoria e eventos.

Por não ter *know how* completo, a Trópicos em seus cinco primeiros anos teve dificuldades de desenvolver projetos para empresas privadas. Durante esse período a Trópicos desenvolveu dois projetos. Um para a UFPI-PI com o objetivo de identificar o inventário da universidade e outro para a Casa Aliança, onde foi observado a organização de modo geral.

Além desses projetos a Trópicos participou e desenvolveu outros eventos, principalmente com o Conselho Regional de Administração, o que serviu para o crescimento dos membros. Porém, mesmo esses eventos auxiliando no desenvolvimento dos colaboradores não é a principal forma de alcançar o conhecimento máximo de uma empresa júnior.

Em dois mil e dezesseis a Trópicos filiou-se a Confederação Brasileira de Empresas Juniores inovou e passou a seguir o padrão do movimento, que é a realização de projetos.

Drucker (2008) alega que a mudança é o que proporciona a oportunidade para o novo e o diferente. A inovação consiste na busca deliberada e organizada da mudança, e na análise sistemática das oportunidades que estas podem oferecer para a inovação econômica ou social. Sendo assim, a inovação é uma disciplina de diagnóstico, obtida através de um exame sistemático das áreas de mudança, que geralmente oferecem oportunidades empreendedoras.

A divisão de tarefas faz parte do funcionamento social da humanidade desde as primeiras civilizações, apresentando-se em aspectos cotidianos, como a família, até às estruturas organizacionais mais complexas. Em uma empresa, essa distribuição de funções se

materializa em setores, que podem apresentar os mais diversos formatos e funcionamentos de acordo com o tamanho do negócio e os recursos disponíveis.

Na Trópicos essa divisão se dá atualmente através de cinco setores: Presidência, Administrativo Financeiro, Gestão de Pessoas, Marketing e Projetos. Mas as diretorias não trabalham de forma isolada. A EJ possui uma cultura denominada por eles de Trabalho de Formiguinha, enfatizando o trabalho sistemático e em equipe.

A EJ possui grande relevância para o curso e a universidade, visto que o curso de administração possui pouca prática. A maioria dos alunos só terão experiências práticas no estágio, o que na maioria das vezes é marcado por atividades de rotina. Na Trópicos os alunos podem conciliar aquilo que aprendem desde o início do curso com a prática, através do relacionamento interno e com o mercado.

Além da importância para os alunos e instituição, a Trópicos gera impacto positivo na sociedade através de projetos para as empresas do comércio local, na qual a maioria é composta por familiares que nem sempre possui formação técnica na área.

É nesse contexto que a empresa júnior atua com os projetos abaixo do mercado e com conhecimento técnico, o que gera resultado propício para o crescimento das organizações. Como é o caso de um posto de gasolina da cidade que após beneficiar-se de um plano de marketing desenvolvido pela EJ teve seu faturamento aumentado em cerca de 40%.

4.2 O que aprende um empresário júnior

No sentido estrito, a empresa júnior proporciona a aplicação prática do conhecimento teórico relativo à área de formação que esse aluno tem dentro da universidade. Contudo, esse objetivo se amplia consideravelmente em função dos múltiplos desafios que fazem parte dessa experiência. Antes de prosseguir é importante marcar que o conceito de aprendizagem que norteia o presente trabalho considera o processo como uma trama dialética de contatos com o mundo, com a realidade, a partir da interação com as estruturas epistêmicas e desejanças daquele que aprende (GROSSI, 1992). Atentando para essa premissa, a análise visa identificar quais as atividades desenvolvidas na Trópicos e percebeu-se, conforme comentário de um dos entrevistados descrito abaixo, que elas foram marcantes para formação dos pós juniores.

Foi um período bastante enriquecedor como pessoa, como profissional, como líder e também como liderado. Por momentos, coordenei uma pasta da diretoria, ocupando o cargo de Diretor. Isso me trouxe experiências que levarei para toda minha vida. A liderança que me foi exercida demonstrou grande empatia, conhecimento dos assuntos inerentes à organização e sabedorias sobre decisões importantes para a continuidade da empresa. Outros pontos que podem ser exaltados e valorizados são: trabalho em equipe; visão a médio e longo prazo; exercício de continuidade; desenvolvimento de atividades de qualidade com recursos limitados; e habilidades de empreendedorismo (Entrevistado 6).

Afim de identificar a relevância das experiências desenvolvidas na EJ para formação de integrantes capazes de enfrentar situações práticas, questionamos os entrevistados acerca das atividades desenvolvidas e percebemos que a Trópicos tem grande papel na formação de líderes. O que segundo Chiavenato (2000), não é desenvolvido somente por indivíduos em cargos gerenciais, desse modo, pessoas de um mesmo grupo, setor ou empresa, podem exercê-la. Liderar, para este autor é a capacidade de dirigir pessoas levando-as a realizar o que deve ser feito, influenciando e mantendo a equipe produtiva e motivada na busca e obtenção de objetivos propostos, que essencial para o mercado dinâmico e acelerado em que vivemos.

Particpei na gestão de 2017, entrei como Vice-Diretora de Gestão de Pessoas e Secretária, depois me tornei Diretora de Gestão de Pessoas. Foi um período de muito aprendizado e descobertas. Pude desenvolver minha criatividade e liderança, além de aprender muitas coisas novas que somente em sala de aula não poderia aprender. O ambiente de trabalho era muito prazeroso e as pessoas eram fáceis de lidar, então não obtive muitas dificuldades para exercer minhas funções (Entrevistado 2).

É perceptível que a propensão na construção de líderes acontece também pelo excelente clima organizacional da empresa e a facilidade que os integrantes têm em trabalhar em grupo. Isto é confirmado através dos relatos dos entrevistados conforme demonstrado abaixo:

[...] o contato e a troca de experiência entre os membros me fez melhorar a forma de me relacionar e trabalhar em equipe. Sem contar que pude entender de perto como funciona um ambiente organizacional tanto dentro da Trópicos como através do contato com as empresas e parceiros (Entrevistado 5).

Essa facilidade em se relacionar com os companheiros de trabalho, que é imprescindível para a saúde das organizações, não é algo meramente romantizado, mas isso acontece através de uma forte cultura organizacional, baseada no trabalho das formigas, focalizado no trabalho coordenado e em equipe.

Além disso a EJ possui uma clara política de feedback, o que para Fishbach e Finkelstein (2012) o feedback é essencial na busca de metas, pois habilita os indivíduos a ajustarem seus esforços e decidir quais metas perseguir e quais abandonar, pelo menos temporariamente. Da mesma forma foi confirmada a importância dessa estratégia para a Trópicos, conforme fala do entrevistado:

[...] na segunda diretoria, a busca pela harmonização da empresa foi o principal foco desenvolvido. Organizar atividades, roteiros, cronogramas, reuniões, relatórios e *feedbacks* sobre o pessoal foram a tônica e desenvolve bastante as percepções sobre o papel do ser humano nas organizações, em sua prática cotidiana.

É notório que as experiências na empresa júnior foram essenciais para formação profissional dos pós juniores, o que acarreta não só em um impacto positivo na EJ, mais também em todo o contexto de vivência dos antigos integrantes, contribuindo para o desenvolvimento do mercado e sociedade:

O período que participei da Trópicos foi muito importante para meu desenvolvimento profissional e para um maior conhecimento das minhas áreas de atuação. Nela tive acesso a experiências que não seriam possíveis em sala de aula, como por exemplo, contato com o mercado e oportunidade de resolver problemas reais que influenciaria não só na organização da qual eu fazia parte, mas de outras organizações também (Entrevistado 7).

4.3 A expectativa do mercado sobre a capacidade do pós júnior

A Empresa Júnior é tida como um laboratório e vai muito além de estágios e a própria sala de aula. Nela os membros lidam com situações que serão enfrentadas no mercado de trabalho. O mercado está cada vez mais buscando profissionais qualificados e com certa experiência.

Espera que tenhamos conhecimento e experiência superiores a um aluno que não passou pela mesma experiência. O fato de ter no currículo uma informação como essa transmite a impressão de um aluno aplicado e conseqüente um bom profissional (Entrevistado 1).

Acredito que o mercado espera profissionais com capacidade de resolução de problemas, boa comunicação e que sabe trabalhar em equipe. Além de competências técnicas de cada área de atuação, desenvolvidas na execução dos projetos que a empresa júnior realizava (Entrevistado 7).

Com base nas respostas dadas, se confirma que o mercado tem sim, uma expectativa maior em relação a jovens com experiência em Empresa Junior. Como citado pelos entrevistados 1 e 7, se espera alguém mais empenhado e com maior desenvoltura por já ter tido alguma experiência acadêmica próxima ao que se espera no mercado. Nesse contexto, a Empresa Júnior pode converter-se em um instrumento de aprendizado, em que auxilia na formação acadêmica, profissional e até mesmo pessoal, através de uma experiência real no mundo dos negócios, funcionando como um laboratório, uma vez que possui uma estrutura organizacional semelhante à de uma empresa (SILVA, 2014).

Como supracitado, uma empresa do porte das Lojas Americanas valoriza profissionais com esse histórico. Porém, o mercado de trabalho em si não demonstra esse mesmo perfil. Talvez por não ter o conhecimento apropriado sobre o desenvolvimento de atividades em empresas deste porte e com essa característica. As empresas que valorizam isso esperam que o pós-júnior seja, acima de tudo, proativo. Esse certamente é o perfil esperado pelas empresas visionárias e que abrem oportunidades para pessoas assim. Além da proatividade mencionada, a organização, o profissionalismo e o “vestir a camisa” são determinantes na hora de contratar (Entrevistado 6).

As EJ's ainda são pouco conhecidas no mercado local, mas é perceptível que o mercado espera um profissional capacitado, capaz de trabalhar bem em equipe, executar projetos com maestria, e pôr em prática o conhecimento técnico que lhe pertence (Entrevistado 3).

Os entrevistados 6 e 3, apesar de também confirmarem que existe sim uma importância em se ter no currículo uma passagem por Empresa Junior, fazem ressalvas importantes para o fato de que nem todas as empresas do mercado estão a par do que realmente são as EJ e sua importância. Muitas vezes pelo desconhecimento ou por não entender o real significado. O Entrevistado 6 cita uma grande empresa que tem como perfil valorizar Pós Juniores. Algo normal a nível nacional, mas uma realidade muito distante no mercado picoense.

4.4 O pós júnior no trabalho

As contribuições das EJs para os acadêmicos são diversas, como o desenvolvimento de habilidades profissionais e pessoais, a construção de novos conhecimentos e o desenvolvimento de características de liderança. (LOPES et al., 2007). Ser membro de uma Empresa Junior faz com que o mercado espere alguém muito capacitado para desempenhar funções mais desafiadoras dentro de uma organização e com isso venha agregado recompensa financeira condizente.

Empresas como as Lojas Americanas são a representação do reconhecimento e do enriquecimento que a experiência em empresas juniores pode trazer para o profissional. A mentalidade, a proatividade, trabalho em equipe, valorização do trabalho ante ao dinheiro, dentre outras coisas. Todas essas são práticas e características comumente encontradas em pós-juniores (Entrevistado 6).

Se você tem qualidades específicas para um determinado cargo você não vai fazer algo inferior. Fazer parte de um EJ faz com que desenvolvamos qualidades e especialidades que nem imaginaríamos ter e o mercado te trata diferente, de uma

maneira positiva, reconhecendo que você tem algo a mais para oferecer (Entrevistado 2).

O reconhecimento não é explícito, porém isso agrega muito ao currículo da pessoa e consequentemente tem relação com a expectativa do mercado, mesmo que de forma indireta (Entrevistado 5).

Acredito que há reconhecimento, isso se reflete nos postos de trabalhos ocupados, que, muitas vezes, são cargos com grandes desafios e responsabilidades para aqueles que estão iniciando sua carreira de trabalho (Entrevistado 7).

Com base nas respostas obtidas foi possível evidenciar que as organizações oferecem tarefas mais desafiadoras para os pós juniores, pois esse muitas vezes tem mais capacidade do que os próprios gestores do mercado de Picos, que não tem o embasamento científico. Mas o fato de nenhum entrevistado ter citado o reconhecimento financeiro, deixa implícito que devido a cultura da cidade, apesar de desempenharem muitas vezes funções importantes para a organização, o reconhecimento financeiro não é dado. O Entrevistado 5 cita o fato de o reconhecimento não ser explícito o que mostra que além do reconhecimento financeiro não ser dado, nem mesmo os cargos são ofertados. O Entrevistado 6 com sua vivência em uma Empresa com mentalidade diferente das demais evidencia a importância que um Pós Junior tem dentro de uma grande organização. Assim, as empresas juniores surgem como uma espécie de laboratório, não só como forma de aplicação da teoria na prática, mas na perspectiva de transformar os universitários em melhores profissionais, através de um forte impacto na sua formação e qualificação. Dessa forma, a empresa júnior é vista como um fator importante no processo de transformação de estudantes em profissionais (OLIVEIRA, 2008).

4.5 Conselho para as EJ

Rossi (2014) declara que a maior parte dos executivos brasileiros em algum momento para de progredir na carreira. Apesar de começarem a carreira de forma preparada, com o passar do tempo, boa parte dos profissionais para de evoluir. O autor então afirma que para evitar uma queda profissional ou para retomar o caminho de crescimento, estes precisam se esforçar para obter qualificação. Um dos principais erros cometidos daqueles que acabam ficando estagnados profissionalmente é a falta de vontade de aprender. Muitos têm medo e não aceitam novos aprendizados e acabam sofrendo as consequências por não se permitirem aprender novos caminhos e tarefas.

Uma carreira de sucesso é pautada por constantes mudanças, e profissionais bem-sucedidos sabem que para ter movimentações na carreira precisam investir em conhecimento e ter um nível de eficiência acima do que a empresa espera deles. (ROSSI, 2014, p. 61).

Diante deste cenário é necessário que os empresários juniores, que estão no início de suas carreiras, não se acomodem, buscando um crescimento de suas habilidades para que tenha facilidade e destaque na área que almeja.

Os pós juniores entrevistados, já estão inseridos no mercado de trabalho e possuem uma visão mais madura e aconselharam que os atuais e futuros membros:

É uma experiência enriquecedora que, com certeza, todo acadêmico que busca a primazia profissional deve vivenciar o máximo possível. Desenvolver uma empresa integralmente formada por discentes é mais valioso do que pode parecer em um primeiro momento... fazer parte disso é inestimável. Investir no seu papel profissional deve ser a prioridade de qualquer um que vestir uma camisa de EJ.

Investir no comprometimento consigo próprio terá um retorno extraordinário por toda a vida profissional (Entrevistado 6).

Aproveitar ao máximo a oportunidade de estar em uma EJ, principalmente em um curso de administração que geralmente não proporciona muitas experiências práticas sobre os assuntos. Entender a EJ como um laboratório, onde é o momento de aprender e de errar, já que o mercado tolera poucos erros. Desenvolver e otimizar o trabalho em equipe como ferramenta imprescindível ao desenvolvimento (Entrevistado 3).

Eu indicaria participar do máximo de atividades possíveis, conhecer diferentes áreas e ter acesso a diversas experiências, isso faz com você tenha uma visão mais ampla e saiba analisar melhor o contexto no qual está inserido, melhorando sua tomada de decisões e tomada de consciência sobre habilidades que precisa desenvolver. Também investiria tempo no desenvolvimento de habilidades como comunicação, trabalho em equipe, planejamento, inteligência-emocional, além do conhecimento de um segundo idioma (Entrevistado 7).

É unânime a importância da EJ para os entrevistados. Eles destacam que a Trópicos foi um laboratório, onde podem aplicar os conhecimentos técnicos adquiridos no curso.

Os pós juniores aconselham os atuais e futuros membros a se dedicarem, para que a experiência não seja superficial, pois como relatado o a empresa júnior é um laboratório e lá os membros podem se capacitar e obter a experiência que é tão exigida no mercado de trabalho. Além disso eles destacam a importância de se capacitarem, buscando melhor sua comunicação, trabalho em equipe e outro idioma.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas juniores são uma importante ferramenta de aprendizagem onde se tem como objetivo a total imersão dos estudantes na realidade do mercado, através de práticas reais que contribuem para o seu desenvolvimento. A partir disso, o trabalho em questão teve como objetivo analisar as experiências dos pós juniores na EJ e como isso influenciou na sua entrada e adaptação no mercado.

Em termos metodológicos, a pesquisa foi baseada no método histórico de cunho qualitativo, apresentando características de natureza descritiva. O estudo foi composto por uma entrevista com os pós juniores e os alguns integrantes da EJ, utilizando como análise dos dados o método de análise de conteúdo.

A partir da pesquisa de campo pudemos observar que a Trópicos, empresa júnior de administração da Universidade Federal do Piauí – Campus Senador Helvídio Nunes de Barros, tem grande relevância para a sociedade. A empresa júnior que surgiu em 2009 impacta o mercado em que atua através de projetos de baixo custo e alta análise técnica. Com isso, empresário juniores são um dos grandes beneficiados, pois tem na EJ a oportunidade de aplicar o conhecimento teórico adquirido em aula com a prática através dos projetos.

Observamos também que os pós juniores destacaram a importância da EJ em sua formação profissional. Foi bastante enfatizado o bom ambiente de trabalho na EJ e isso proporcionou o desenvolvimento de pós juniores que tem facilidade conviver e desenvolver trabalho em grupo. Além disso, foi destacado essa experiência os ajudou a ingressar no mercado de trabalho, pois eles estavam mais preparados para os desafios e exigências que surgiriam.

Porém, mesmo com uma maior facilidade e entrada no mercado, os pós juniores relataram que o reconhecimento é intrínseco, ou seja, não é associado pelo mercado à experiência na EJ. Isso se deu pelo pouco conhecimento do mercado sobre as práticas da Trópicos.

Como contribuições para pesquisas futuras, sugerimos um estudo sobre as exigências do mercado a um recém-formado, analisando se essas exigências estão relacionadas às práticas desenvolvidas na EJ.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, A. R. **O curso de administração, a empresa júnior e a formação de consultores de organização**. Rio de Janeiro, 2009.
- BATISTA, M. K.; BITENCOURT, B. M.; SILVA, F. M.; RUAS, R. L. **Empresa Júnior: Onde a Moeda de Troca é o Conhecimento**. Rio de Janeiro, 2010.
Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/gpr1604.pdf>>. Acesso em: 25 out 2018.
- BARDIN, L. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.
- BRASIL, Junior. **Confederação Brasileira de Empresas Juniores**. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br/>>. Acesso em: 08 nov. 2018.
- BRASIL, Junior. **Conceito Nacional de Empresas Juniores**. Brasília, 2007.
Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br/category/8-arquivos-gerais?download=2%3Acnej>>. Acessado em: 05/10/2018.
- BRASIL. Lei nº 13.267 de 06 de abril de 2016. Art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, **institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências**. Diário Oficial da União, Brasília, 06 jul. 2016 Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13267.htm>. Acesso em: 20 nov. 2018.
- BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo: administração**. Bookman Editora, 2009.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Elsever, 3. ed. Rio de Janeiro 2008.
- FISHBACH, A.; FINKELSTEIN, S. R. How Feedback Influences Persistence, Disengagement, and Change in Goal Pursuit. In: AARTS, Henk, ELLIOT, Andrew J. **Goal-direct behavior**, New York: Psychology Press, 2012, p. 203- 230.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GROSSI, Esther Pillar. Só ensina quem aprende. In: GROSSI, E. P., BORDIN, J. (Org.) **Paixão de Aprender**. Petrópolis: Vozes, 1992, p. 69-75.
- LOPES, M. C.; LOPES, P. C.; LIMA, Z. A. A Contribuição da empresa júnior de administração no Brasil. **Revista ANGRAD**, v. 8, n. 1, p. 33-52, 2007.
- MATOS, F. **A Empresa Júnior no Brasil e no Mundo**. São Paulo, 1997.
- MORETTO, L. *et al.* **Empresa Júnior: espaço de aprendizagem**. Florianópolis, 2004.
- OLIVEIRA, J. M. **A Aplicação dos Mecanismos de Fomento ao Empreendedorismo no Âmbito das Instituições de Ensino: um estudo em duas IES no Rio Grande do Sul**. In: XVIII Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas – ANPROTEC-, Aracaju -SE, setembro de 2008.
- OLIVEIRA, J. M.; RIBEIRO, F. S. **A empresa júnior e a formação de empreendedores**. Recife, 2013.
- ROSSI, L. O perigo da estagnação. **Você S/A**. São Paulo, Abril, ed. 176, jan, p. 56- 61, 2014.
- SILVA, A. C. R. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, relatórios, monografias, dissertações, teses**. São Paulo: Atlas, 2006.
- SOUZA, G. C. Empresa Júnior: Uma ferramenta facilitadora do processo de aprendizagem através da aplicação imediata de conceitos e teorias à realidade empresarial no ensino de administração no Brasil. **Revista ANGRAD**, Rio de Janeiro, v.3, n.4, p98-111, out/dez,

2002. Disponível em: <http://old.angrad.org.br/_resources/_circuits/article/article_1083.pdf>. Acesso em: 24 nov.2018.

VALADÃO, V. M. V.; ALMEIDA, R. C.; MEDEIROS, C. R. O. Empresa Júnior: Espaço para construção de competências. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 15, n. 4, p. 665-695, 2014. Disponível em: <<https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/1>>. Acesso em: 22 nov. 2017.

VIAPINA, C. Fatores de sucesso e fracasso da micro e pequena empresa. **Anais da II EGEPE**. p. 505-525, Londrina, 2001.



**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
"JOSÉ ALBANO DE MACEDO"**

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
 () Dissertação
 () Monografia
 (X) Artigo

Eu, VINÍCIUS CARVALHO DE LIMA e PEDRO DA SILVA FERREIRA, autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação ANÁLISE DA INSERÇÃO E DESEMPENHO DE ACADEMICOS EGRESSOS PÓS-GRADUADOS DA TROPICUS EMPRESA JUNIOR NO MERCADO DE TRABALHO DE PICO-PI de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 09 de agosto de 2019.

Pedro da Silva Ferreira
Assinatura

Vinicius Carvalho de Lima
Assinatura