



A INFLUÊNCIA DA EMPRESA JÚNIOR NO MERCADO EMPREENDEDOR.

Alef Amiel de Moraes França(1); Henrique Borges de Moraes Juviniانو (1); André Luiz Teixeira Nunes (2); Álelf Uchôa Buriti (3); Marcos Allyson Felipe Rodrigues (1)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, alef.amiel@outlook.com

É Fato que as universidades não conseguem preparar os jovens para o mercado, de ensina-los realmente como as coisas são depois que se consegue um diploma. Quando um recém-formado consegue um emprego em uma empresa, é tudo muito novo e diferente, é nesse momento que ele percebe que tudo que ele aprendeu na universidade não o preparou para a vivência empresarial que ele está tendo. Foi com esse sentimento que os estudantes criaram o Movimento Empresa Júnior (MEJ), movimento esse que cresce a cada vez mais a cada ano que passa.

O MEJ visa criar empresas formada apenas por pessoas que ainda estão na vida acadêmica, de forma que eles possam estar em uma empresa, obter experiência em gestão, realização de serviços, prospecção, relação com clientes e pessoas. Também como aprendendo a serem líderes empreendedores que irão posterior a universidade, criar as suas próprias empresas e influenciar ainda mais no desenvolvimento do seu país. O movimento visa através da empresa júnior (EJ), oferecer serviços da área correspondente a EJ de forma que estes entrem no mercado com a premissa de serem com preços competitivos (abaixo do mercado), apesar de serem realizado por estudantes, apresentarem qualidade no que fazem, e de serem em um curto prazo.

O foco das EJ's são empresas pequenas e médias, pois como as empresas juniores não conseguem ganhar confiança e ter uma boa imagem de um dia para o outro, elas têm que começar oferecendo seus serviços a pequenas e médias empresas que precisam de serviços que sejam abaixo do mercado, mas que consigam suprir a necessidade da empresa. Dessa forma é criado uma relação de crescimento mutuo, em que a empresa júnior realiza ajuda uma empresa menor do mercado, a se desenvolver e crescer mesmo diante a crise e vários outros problemas, enquanto que vão ganhando experiência realizando serviços e de gestão empresarial.

As micro e pequenas empresas (MPEs) são as principais geradoras de riquezas no comercio brasileiro atual, com cerca de 53% do PIB do setor, referente a elas. No setor industrial, a participação das MPEs chega a 22,5%, e em 2011, 2.242.276 empregos de carteira assinada foram gerados pelos pequenos negócios (SEBRAE, 2011).

Neste trabalho iremos mostrar dados que o órgão máximo que gere as empresas juniores do Brasil disponibiliza e os resultado de uma pesquisa feita em um grupo de EJ's, para mostrar o impacto que as EJ's tem gerado nas empresas que ainda não tem uma grande visibilidade e imagem no mercado e mostrar toda a sua influência no mercado empreendedor.

Segundo dados da BJI, em 2015 o faturamento das empresas juniores foi de mais de cinco milhões, onde 171 EJ's fizeram contribuíram para esse faturamento realizando mais de 1800 projetos (serviços). Já no ano de 2016 houve um aumento gigantesco em relação ao ano de 2015, pois foram mais de 4.800 projetos realizados, e faturando mais de 10 milhões de reais, mostrando que estão conseguindo influenciar o mercado brasileiro (Brasil Júnior, 2016).

Para esse ano de 2017, a meta é executar 10.000 projetos, e faturar 18 milhões de reais, mostrando o quanto jovens dentro de uma empresa júnior em universidades conseguem impactar na economia do país. Através dos mais variados serviços ofertados no portfólio de cada uma eles conseguem melhorar as empresas, otimizar serviços, e solucionar problemas dos mais variados tipos. Dessa forma, a partir



dos dados do portal da Brasil Júnior, todo o movimento já faturou cerca de 10.407.356,90 milhões de reais, e já realizou 5083 projetos, o que corresponde a 58% e 51% das metas que foram definidas para o ano.

Foi realizado uma pesquisa para saber como as empresas júniores influenciaram no mercado, afim de mostrar que os dados que a Brasil Junior disponibiliza são verdadeiros e que jovens conseguem mesmo gerir uma empresa e impactar o mercado. Foram feitas apenas duas perguntas, a primeira era de que estado a EJ era, e a segunda pergunta foi como ela influenciou positivamente uma empresa e o mercado. Dessa forma, será possível perceber o que elas ofertam como serviços e como impactam os seus clientes, movimentando diretamente na economia.

Uma das EJ's que respondeu nosso questionário é a Agrocon Jr. da Paraíba e disse que um serviço que realizaram para um cliente foi desenvolver um novo produto, que consistia em uma nova receita de cerveja artesanal que representasse o diferencial do cliente para que ele conseguisse se inserir mercado. Dessa forma a empresa júnior ajudou uma pessoa a empreender, oferecendo um serviço que o ajudou a poder entrar no mercado de cervejas artesanais. Também teve a Alimsete Empresa Júnior, de Minas Gerais que impactou um cliente trazendo melhorias para no tempo de vida dos produtos de prateleira, dessa forma, os produtos podiam ficar mais tempo nas prateleiras sem correr o risco de estragar. Isto trouxe um bem significativo para o cliente que teve suas vendas otimizadas e menos desperdício da parte de produtos que deixavam de ser vendidos por terem estragado.

Algo comum em todas as empresas juniores é a experiência de gestão empresarial, as metodologias em gestão que os jovens ganham e que pode ser aplicado em qualquer empresa e oferecido como uma consultoria. É o caso da Masci, empresa júnior de Minas Gerais que trouxe benefícios para um cliente aplicando na empresa dele mapeamento de todos os processos que a empresa faz, para que não haja dúvidas na hora da execução, reduzindo os custos dos processos, e assessoria financeira. Três serviços que os são muito necessários para qualquer empresa e que todo empresário júnior ganha experiência dentro da sua EJ, trazendo ao cliente grandes benefícios, como ocorreu com a Masci, fez com que a empresa tivesse um aumento do retorno financeiro e também com os processos alinhados trouxe uma melhor organização empresarial.

A partir desses exemplos pode-se perceber, que há empresas juniores de todos os tipos, oferecendo variados serviços para qualquer empresa sênior. Não só empresas, mas também pessoas físicas que querem começar a empreender, e por garantirem qualidade, preço abaixo do mercado e prazo de realização dos serviços, eles ajudam não só a sua EJ a crescer, como dá a oportunidade as empresas menores, e as pessoas que querem ter o seu negócio, mas que as vezes ficam com medo devido a situação econômica do país e as altas taxas.

Assim, com todos esses dados, e resultados obtidos sobre como algumas empresas conseguiram impactar os clientes, mostra que o MEJ está só crescendo ao passar dos anos e que cada vez mais, ele vem movimentando a economia, ajudando empresas a se desenvolverem e nessa mesma linha, dando experiência aos jovens, para que ao se formarem, não entrem no mercado sem nenhuma experiência. Desta forma, o movimento oferece uma competitividade saudável, capacitando jovens e os incentivando a empreender, enquanto que impactam as empresas, e influenciam mais pessoas a empreender, movimenta a economia, rodando milhões e mostrando que é possível empreender mesmo em tempos de crise. Vai ser só uma questão de tempo até o MEJ estar impactando todo o país e todas os tipos de empresas e empresários.



Referências:

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Participação das micro e pequenas empresas. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf> Acesso em: 22 Julho de 2017.

Brasil Junior, Confederação Brasileira de Empresas Juniores. Disponível em:

<https://www.brasiljunior.org.br/> Acesso em: 10 de Agosto de 2017

SUELY, S. R. e Oliveira, L. R. Empresa Júnior: uma Cultura Empreendedora Capaz de Fortalecer o Elo Entre Universidade e Comunidade. Disponível em:

<http://editorauss.uss.br/index.php/RFEU/article/view/443/pdf>

FERNANDES, N. e Cantele, M. Empresa júnior: uma opção na prestação de serviços à comunidade. IN: <http://www.pp.ufu.br/trabalhos/32.pdf>.

O GLOBO, Com 1,2 mil empresas juniores, Brasil é líder mundial no segmento. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/com-12-mil-empresas-juniores-brasil-lider-mundial-no-segmento-19869385>.