

**Faculdade de Ciências e Educação de
Rubiataba**

ELIAS FAUSTINO

**A EMPRESA JÚNIOR NO MEIO ACADÊMICO:
UM ESTUDO DOS SIGNIFICADOS ATRIBUÍDOS NO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO NO INTERIOR DE
GOIÁS**

Rubiataba – GO

2004

ELIAS FAUSTINO

**A EMPRESA JÚNIOR NO MEIO ACADÊMICO:
UM ESTUDO DOS SIGNIFICADOS ATRIBUÍDOS NO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO NO INTERIOR DE
GOIÁS**

Trabalho de conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração com habilitação em Administração Rural.

Orientador: Prof. Serigne Ababacar Cissé BA

**Rubiataba – GO
2004**

*Adm. emp. jr.
Compreensão do assunto*

*25688
2004*

14629

Tombo nº	9351
Classif.:	A-65.012.45
Ex.:	1. ELIAS FAUSTINO 2004
Origem:
Data:	20.12.04

FOLHA DE AVALIAÇÃO

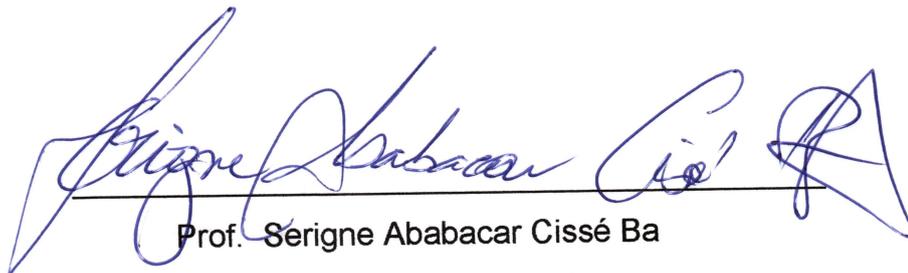
Examinada em 13 / 08 / 2004



Prof. Enoc Barros da Silva
Especialista em Recursos Humanos



Prof. Marco Antonio Pereira de Abreu
Especialista Docência Universitária



Prof. Serigne Ababacar Cissé Ba
Mestre em Administração
Orientador

**RUBIATABA
GOIÁS - BRASIL
2004**

A Minha Esposa Lúcia, meus Filhos
Matheus e Déborah, razão de
todos os meus Esforços.

DEDICO.

**“O ESSENCIAL NÃO É CONQUISTAR A GLÓRIA E DEIXAR UM
NOME NA MEMÓRIA DOS HOMENS;
O ESSENCIAL É DEIXAR O MUNDO MELHOR QUE O
ENCONTRAMOS”**

(H. Lavedan)

Aos meus pais, José Faustino Sobrinho
In Memoriam e Anália Faustino Vieira.
Aos meus Irmãos, Lula, Lia, Zeth, Elizeu
e Jú *In Memoriam* .
Meu Sobrinho Christianno.

OFEREÇO

AGRADECIMENTOS

A Deus, Criador do Céu da Terra e todas as Criaturas que nela habitam e pela certeza que a vida vale a pena.

Ao Professor Serigne Ababacar Cissé BA, pela orientação, o incentivo, pela confiança a mim depositada e pela amizade que se concretizou no decorrer do curso. E ainda por ter me dado uma das maiores lições da minha vida quando me disse: ***“a sua realidade é só sua, só depende de você. Vai que você consegue.”***

A minhas Amigas da Biblioteca da FACER, Célia Romano Biblioteconomista e suas auxiliares Maria Sebastiana, Neuza e Luzia, pelo ótimo tratamento e o carinho recebido.

Ao Professor e amigo João da Rocha Vieira, que com sua sabedoria me ajudou muito e me impulsionou para continuar a minha caminhada acadêmica.

A todos que de uma forma ou de outra sempre torceram por mim, mandando vibrações positivas.

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	07
2. INTRODUÇÃO	08
3. OBJETIVO GERAL	09
3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	09
4. JUSTIFICATIVA	10
5. CONSTRUCTO TEÓRICO	11
5.1. HISTÓRICO DA EMPRESA JÚNIOR NO MUNDO	11
5.2. HISTÓRICO DA EMPRESA JÚNIOR NO BRASIL	11
5.3. EMPRESA JUNIOR NA FACER	11
5.3.1. MISSÃO DA EMPRESA JUNIOR DA FACER	12
5.3.2. CLIENTES	12
5.3.3. ORGANOGRAMA DA EMPRESA JUNIOR	13
6. O EMPREENDEDORISMO COMO ALTERNATIVA	13
6.1. AS OPORTUNIDADES DE CARREIRAS	14
6.2. OS DESAFIOS DA EMPREGABILIDADE	14
7. METODOLOGIA	16
7.1. O ESTUDO DE CASO	16
7.2. PESQUISA	17
7.3. A ANÁLISE DE CONTEÚDOS	17
7.4. TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS	18
7.5. QUESTIONÁRIO SEMI-ESTRUTURADO	18
7.6. ENTREVISTAS	19
7.7. OBSERVAÇÃO <i>IN LOCO</i>	19
7.8. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM	19
8. RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
8.1. CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DA PESQUISA	20
8.1.2. INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A FACER	20
8.1.3. MANTENEDORA	20
8.1.4. CONGREGAÇÃO	20
8.1.5. CONSELHO DEPARTAMENTAL	21

8.1.6. DIRETORIA -----	21
8.1.7. COORDENAÇÃO DE CURSO -----	21
8.1.8. SECRETARIA. -----	21
9. PERFIL DOS ENTREVISTADOS -----	22
10. ANÁLISE DOS DADOS -----	23
10.1. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DOS ALUNOS (INICIANTE) -----	23
10.2. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DOS ALUNOS (CONCLUINTE) -----	27
10.3. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA IES ESTUDADA -----	30
10.4. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA COORD. DOS CURSO DE ADM -----	31
10.5. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DOS MEMBRO DA MANTENEDORA -----	32
10.6. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DAS INSTIUIÇÕES PARCEIRAS -----	33
10.6.1. INSTITUIÇÃO BANCÁRIA (1) -----	33
10.6.2. INSTITUIÇÃO BANCÁRIA (2) -----	34
10.6.3. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA ACIR -----	34
10.6.4. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DIRETORIA EMPRESA JÚNIOR -----	35
11. CONSIDERAÇÕES FINAIS -----	36
12. SUGESTÕES DA PESQUISA -----	37
13. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	39
ANEXOS -----	41

1. APRESENTAÇÃO

O presente trabalho se propõe a mostrar a implementação de uma atividade extra-curricular, "Empresa Júnior", em uma cidade interiorana, numa Instituição de Ensino Superior ainda muito jovem.

Nos remeterá ainda, à reflexão se essa atividade pode ser considerada como uma oportunidade ou não a ser explorada pelos universitários do curso de Administração.

2. INTRODUÇÃO

Este trabalho pretende mostrar, através de suas limitações, a situação atual da IES particulares e alguns fenômenos como a “Globalização”, que através da crescente competitividade pelos mercados consumidores, torna mais vulnerável o capital, gerando uma busca constante de novas tecnologias, exigindo mão-de-obra cada vez mais qualificada e conseqüentemente, exigindo cada vez mais das pessoas uma alta empregabilidade.

Diante desses fatos, apresenta-se a necessidade tanto da Instituição de Ensino Superior, quanto do próprio aluno, que ao sair da faculdade tornar-se empregável.

Com a escassez cada vez maior de empregos, os universitários passam a buscar conhecimento necessário para realizar um plano de negócio, implementá-lo e administrá-lo, seja qual for a área escolhida. Essa demanda por emprego é um fenômeno que pode ser observado em todo o mundo, isso porque o aumento da densidade demográfica, o aumento do consumo, uma vez que os recursos são limitados e as necessidades são cada vez maiores, se faz necessário à busca constante de se estar cada vez mais preparado para enfrentar essa demanda por emprego e sobrevivência.

Os desafios levantados pela globalização vêm se tornando um estímulo em formar um estudante empreendedor através da participação em atividades extracurriculares, sobretudo, das atividades da empresa Júnior. Para tanto, se faz necessário não esperar sua formação acadêmica para iniciar suas atividades profissionais e sim, fazer uma prática constante dos ensinamentos teóricos unido à proposta de inserir-se em um laboratório de pesquisa e desenvolvimento que é o Movimento Empresa Júnior, que possibilitará o aluno de poder ter uma visão ampla e mais detalhada de como poderá enfrentar as barreiras impostas no campo profissional.

Pretende-se estudar neste trabalho de monografia de final de curso, os significados atribuídos à Empresa Júnior, pelos acadêmicos de administração em uma cidade fora dos grandes centros universitários. Neste trabalho, a metodologia utilizada será o Estudo de Caso, como estratégia de pesquisa.

3. OBJETIVO GERAL

Este trabalho de monografia do final do curso de administração rural, visou de uma forma geral:

- Estudar os significados atribuídos pelos acadêmicos do curso de administração à Empresa Júnior numa cidade do interior goiano.

3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Especificamente, pretende-se:

- Detectar os gargalhos encontrados na efetividade do funcionamento da Empresa Júnior;
- Ver o que a Empresa Júnior representa para as lideranças locais (como ACIR, CREDIGOIÁS e outras);
- Trazer subsídios para as autoridades universitárias na elaboração de políticas e/ou diretrizes para a implantação efetiva de uma Empresa Júnior;
- Sugerir novas formas de condução do processo de desenvolvimento da Empresa Júnior na IES, a partir dos dados revelados na pesquisa.

4. JUSTIFICATIVAS

A Empresa Júnior se mostra como uma verdadeira fonte de conhecimento empresarial, onde muitos acadêmicos passam a ter sua primeira experiência “profissional” em gerir um negócio, bem como poder despertar o seu lado empreendedor para uma atividade específica.

É importante lembrar que todos nós temos a nossa responsabilidade social, sendo assim, como administradores, empreendedores, é de suma importância aprofundarmos nesse trabalho de pesquisa, a fim de vislumbrar a atual situação das IES, frente à implantação e o funcionamento da Empresa Júnior.

Tal importância é destacada quando o MEC (Ministério da Educação e Cultura), ao avaliar uma IES, um dos quesitos das atividades com grande ênfase é a implantação e as atividades inerente à Empresa Júnior.

Em princípio, o beneficiário desse trabalho será o próprio elaborador do projeto de pesquisa, pelo fato de ser acadêmico do curso de administração, e estar diretamente envolvido com a Empresa Júnior. Em segundo lugar, os alunos que recém chegados à Faculdade, onde poderão ter um embasamento teórico mais consistente, decorrido do Estudo de Caso por um membro efetivo da Empresa Júnior. Este trabalho, poderá ajudar ou incentivar o aluno a participar dessa atividade extracurricular, sendo um verdadeiro laboratório formal para o mercado de trabalho dos alunos em graduação no curso de Administração. Em terceiro, a própria Instituição, que terá subsídios que permitirão saber o perfil do aluno do curso de administração e também direcionar recursos e atividades que permitam o estímulo e crescimento da Empresa Júnior na IES.

5. CONSTRUCTO TEÓRICO

5.1. HISTÓRICO DA EMPRESA JÚNIOR NO MUNDO

No final da década de 60, estudantes franceses manifestaram interesse em criar em suas faculdades um espaço no qual pudessem colocar em prática a teoria adquirida nas salas de aula. Surgiu durante o período recessivo, como parte de um projeto do governo francês para incrementar a criação de novas empresas e renovar a economia, a Universidade ESSEC de Administração em Paris, foi a primeira. Assim, surgiu o Movimento Empresa Júnior com o objetivo de despertar a ação empreendedora, a partir da formação universitária, propiciando uma melhor formação acadêmica através da atividade prática.

A repercussão positiva em países como Itália, Estados Unidos e Suíça, serviu de impulso para que a Câmara de Comércio e Indústria Franco-Brasileira, sugerisse a implantação de associações semelhantes no Brasil.

5.2. HISTÓRICO DA EMPRESA JÚNIOR NO BRASIL

No Brasil, a primeira Empresa Júnior surgiu em 1989, na Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo.

5.3. EMPRESA JÚNIOR NA FACER

A Empresa Júnior da FACER foi fundada em 08 de novembro de 1991, através da Ata da Assembléia Geral de Fundação, Eleição e Posse da CASSER-JR. – Consultoria e Assessoria Empresarial Rubi Júnior. Conforme Certidão do Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, Títulos, Documentos e Protestos e Tabelionato (2.º) de Notas, datada de 10 de março de 2000.

5.3.1. MISSÃO DA EMPRESA JÚNIOR DA FACER

Segundo Oliveira (1993), a missão da Empresa é a determinação do motivo central do planejamento estratégico, ou seja, a determinação de “onde a empresa quer ir”. Corresponde a um horizonte dentro do qual a empresa atua ou poderá atuar.

Para a CASSER-Jr. a sua missão é:

- Fazer com que seus membros efetivos apliquem na prática os conhecimentos teóricos relativos à formação profissional;
- Colocar seus membros em caráter de treinamento no mercado, com a devida orientação técnica e profissional dos professores orientadores;
- Elaborar estudos e relatórios sobre assuntos específicos da sua área de atuação;
- Assessorar a implantação das soluções indicadas para os problemas diagnosticados;
- Valorizar os alunos e professores da FACER, junto ao meio acadêmico, profissional e social.

5.3.2. CLIENTES

Os clientes da CASSER-Jr. são as pequenas, médias e grandes empresas, que solicitem a assessoria desta empresa, na área correspondente aos ensino da Faculdade, sendo alguns dos serviços prestados abrangendo:

- Projetos de Produção;
- Viabilidade Econômica;
- Marketing;
- Financeira;
- Recursos Humanos;
- Pesquisa de Mercado.

5.3.3. ORGANOGRAMA DA EMPRESA JÚNIOR DA FACER CASSER-JR.

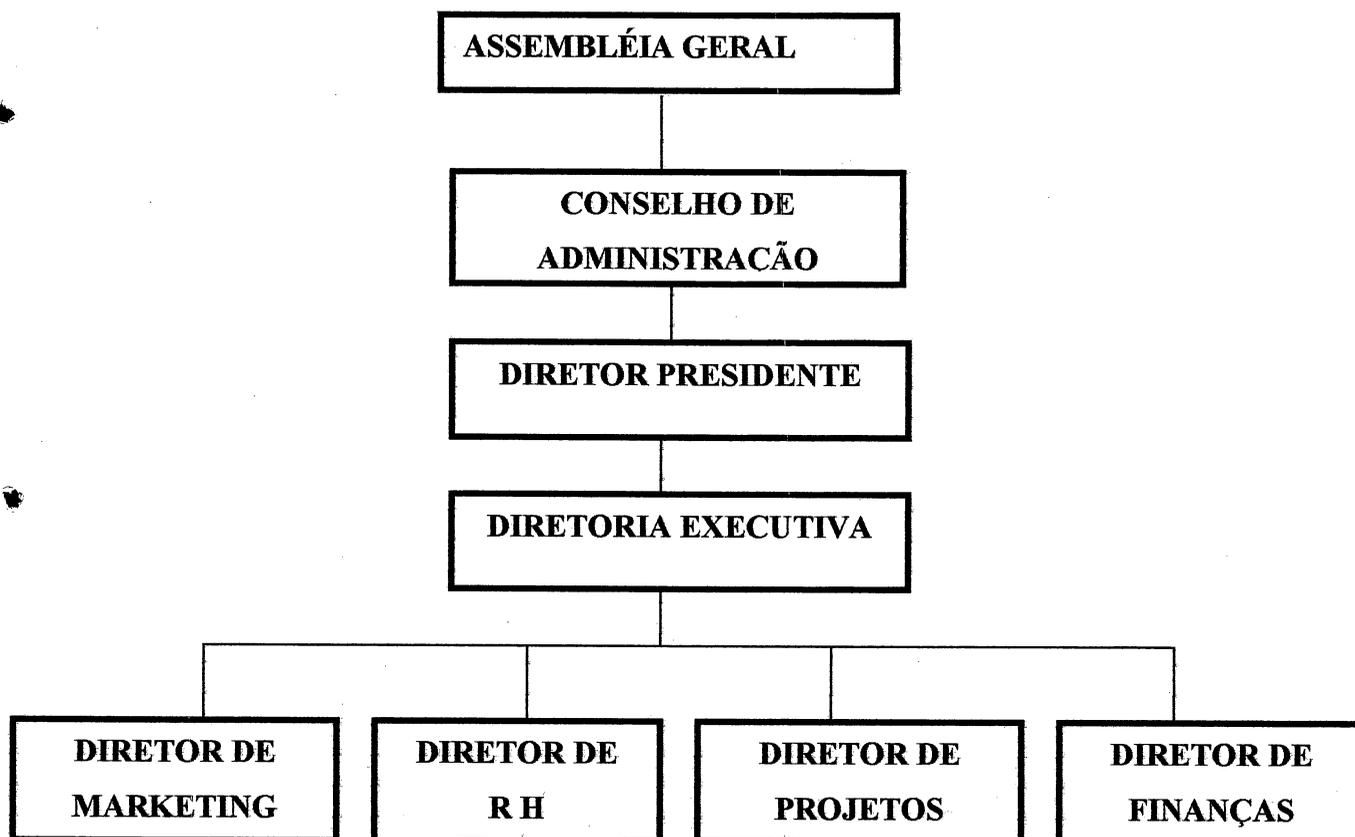


Fig. 1. Elaborado pelo autor (2003).

6. O EMPREENDEDORISMO COMO ALTERNATIVA PARA A EMPREGABILIDADE

No mundo “globalizado”, onde as inovações tecnológicas surgem numa velocidade espetacular, onde mal aprendemos a lidar com certo tipo de sistema e já aparece outro para o substituir, “se o empreendedor não conseguir realizar o sucesso do negócio, por falta de recursos financeiros e gerenciais para sustentar o crescimento, fica vulnerável a concorrentes, que podem roubar o seu negócio” (DEGEN, 1989, p. 73).

Podemos também perceber que com as atuais mudanças na Economia e nas relações trabalhistas, que vêm fazendo com que o emprego, com carteira assinada, torne-se cada vez mais instável e escasso, mais pessoas têm “surfado” na onda empreendedora e estão abrindo seus próprios negócios. (AQUINO, C.T.E de, 2003).

6.1. AS OPORTUNIDADES DE CARREIRAS COMO EMPREENDEDOR

Podemos perceber que um pequeno negócio em formação não pode contratar todos os especialistas necessários para desenvolver suas atividades. Nesse caso, é aconselhável usar consultores para desenvolver estas atividades, em vez de tentar improvisar e correr o risco de errar. Uma boa fonte de consultores a preços acessórios são as Universidades. A grande maioria dos professores em virtude dos baixos salários das nossas Instituições de Ensino, é obrigado a trabalhar como consultor para complementar seus vencimentos. Expostos a uma grande variedade de problemas e situações de pequenos negócios semelhantes, acabam adquirindo grande experiência, que pode ser usada com vantagem pelo futuro empreendedor (DEGEN, 1989, p. 135).

6.2. OS DESAFIOS DA EMPREGABILIDADE NO MEIO ACADÊMICO

Um dos grandes desafios para os acadêmicos é sem dúvida conseguir um emprego referente a sua formação, isso porque a demanda de emprego é muito grande em nosso País, esse fato faz com que inclusive vários graduados migrem para outras atividades profissionais.

Alguns programas Governamentais como o “primeiro emprego” também procuram dar suporte aos jovens nessa constante procura.

Dentro das IES, um caminho alternativo pode ser as atividades extracurriculares, que poderá ser um diferencial no mercado de trabalho, isso porque alguns acadêmicos descobrem que podem ao mesmo tempo em que recebem as informações teóricas, há a possibilidade de executá-las dentro de um ambiente organizacional na própria Instituição de Ensino, sendo orientados por profissionais da área.

Outro ponto que também se faz necessário relatar é que o acadêmico, membro efetivo da Empresa Jr. que estiver envolvido em algum tipo de projeto, de acordo com o Estatuto da empresa, tem o seus serviços remunerados, conforme dispõe o Art. 37, § 1º, §2º

“ - Os participantes de todos os projetos receberão da CASSER-Jr. reembolso referente aos custos incorridos nos mesmos.

- Os participantes de todos os projetos receberão da CASSER-Jr. 50% (cinquenta por cento) do valor líquido recebido na execução dos referidos projetos”.

Conforme salientam Carpintéro e Básic (2003) do Instituto de Economia da UNICAMP, as relações sociais e culturais sustentam, condicionam e ao mesmo tempo se beneficiam do aumento da densidade das relações econômicas, num círculo virtuoso em que sociedade e economia evoluem em conjunto. Este repensar move-se a partir da tomada de consciência das limitações impostas ao mundo periférico pela divisão internacional do trabalho que se estabelece a difusão da civilização industrial. Neste mundo “não desenvolvido” (ou periférico), os obstáculos à passagem da simples modernização ao desenvolvimento estão na esfera social: o avanço na acumulação não produziu transformação nas estruturas sociais capazes de modificar significativamente a distribuição da renda e a destinação do excedente; nas economias “desenvolvidas” (ou centrais) a acumulação levou à escassez de mão-de-obra e criou as condições para que se dessem a elevação dos salários reais e uma maior homogeneização social; nos países de industrialização atrasada, os efeitos foram inverso - subemprego e reforço das estruturas tradicionais de dominação ou sua substituição por outras similares – a acumulação se deu a serviço da mundialização dos mercados e acompanhava a difusão de um dado padrão de civilização industrial.

7. METODOLOGIA

7.1. O ESTUDO DE CASO

O estudo de caso é apenas uma das muitas maneiras de se fazer pesquisa em ciências sociais. Experimentos, levantamentos, pesquisas históricas e análise de informações em arquivos (como em estudos de economia), são alguns exemplos de outras maneiras de se realizar pesquisa. Cada estratégia apresenta vantagens e desvantagens próprias, dependendo basicamente de três condições: a) o tipo de questão da pesquisa; b) o controle que o pesquisador possui sobre os eventos comportamentais efetivos; c) o foco em fenômeno histórico, em oposição, fenômenos contemporâneos.

Como estratégia de pesquisa, utiliza-se o estudo de caso em muitas situações, nas quais incluem:

- Política, ciência política e pesquisa em administração pública;
- Sociologia e psicologia comunitária;
- Estudos organizacionais e gerencias;
- Pesquisa de planejamento regional e municipal, como estudos de plantas, bairros ou instituições públicas;
- Supervisão de dissertações e reses nas ciências sociais, disciplinas acadêmicas e áreas profissionais como administração empresarial, ciências administrativas e trabalho social.

De acordo com YIN (2001, p. 13),

o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que busca examinar um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto. Difere, pois, dos delineamentos experimentais no sentido de que estes deliberadamente divorciam o fenômeno em estudo de seu contexto. Igualmente, estudos de caso diferem do método histórico, por se referem ao presente e não ao passado.

7.2. A PESQUISA

Conforme Staw (1977 apud Roesch, 1977, p. 131),

a pesquisa quantitativa é apropriada para avaliar mudanças em grandes organizações. Quando se trata de programas abrangentes, como reestruturação do trabalho, sistema participativo, programa de incentivos, é interessante introduzir mudanças numa base experimental. A idéia é testar se vale a pena introduzir tal sistema ou programa ; se o momento é oportuno; se as pessoas vão ter condições de operá-lo e, evidentemente se produz bons resultados.

É ainda "neste enfoque, delineamentos qualitativos e quantitativos usados em avaliação formativa e de resultados são formas complementares e não formas antagônicas de avaliação. Dessa forma, a pesquisa qualitativa é apropriada para avaliação formativa, quando se trata de melhora à efetividade de um programa, ou plano ou mesmo quanto é o caso da proposição de planos, ou seja, quando se trata de selecionar as metas de um programa e construir uma intervenção.(STAW, 1977 apud ROESCH, 199, p. 135) .

Nesta monografia, escolheu-se pelas seguintes razões a pesquisa exploratória de cunho qualitativo por estar lidando com entrevistas cujo conteúdo costuma variar de acordo com a percepção de cada respondente.

7.3. A ANÁLISE DE CONTEÚDOS

A análise de conteúdo é uma técnica muito utilizada nas ciências humanas e sociais, particularmente no tratamento de dados quantitativos. Para BARDIN (1979), é uma análise que abrange as iniciativas de explicitação, sistematização e expressão do conteúdo de mensagens, com a finalidade de se efetuarem deduções lógicas e justificadas a respeito da origem dessas mensagens (seus autores, contexto e efeitos pretendem causar por meio delas). Mais especificamente, a análise de conteúdo constitui.

Um conjunto de técnicas de comunicação visando a obter, por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo de mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a interferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens" (BARDIN, 1979, p.42).

No objetivo de atingir um nível de interpretação profundo, a análise de conteúdo relaciona as estruturas semânticas (significantes) com estruturas sociológicas (significados) dos enunciados e articula a superfície dos textos com os fatores que determinam suas características (variáveis psicossociais, contexto cultural e processo de produção da mensagem (MINAYO, 2000 apud BA 2003).

7.4. TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

A obtenção dos dados para a análise deste estudo de caso embasou-se na pesquisa com os acadêmicos do Curso de Administração, que foi dividida em dois grupos, sendo que o primeiro grupo estabelecido foi composto entre os alunos do 3º e 5º períodos do Curso de Administração tidos como “iniciantes” e o segundo grupo estabelecido foi entre os alunos do 7º e 9º períodos do mesmo curso, tidos como “concluintes”.

Entrevistas, observações e uso de diários são as técnicas mais utilizadas na pesquisa de caráter qualitativo. Mas há uma série de outras técnicas que têm sido desenvolvidas ultimamente para suplementá-las, como a entrevista em grupo, a técnica dos incidentes críticos, o uso de diários e as técnicas projetivas, como se descreve EASTERBY-SMITH et al (1991) e OPPENHEIM (1993) apud BA (2003).

7.5 QUESTIONÁRIOS SEMI-ESTRUTURADOS

A utilização de questionários é importante para se ter uma noção mais clara a respeito do que se pretende atingir com o trabalho e também mensurar o nível dos entrevistados e as categorias de repostas.

“O questionário é a forma mais usada para coletar dados, pois possibilita medir com melhor exatidão o que se deseja... Todo questionário deve ter

natureza impessoal para assegurar uniformidade na avaliação de uma situação para outra” (CERVO; BERVIAN 1996, p. 47).

7.6. ENTREVISTAS

Para melhor nos situarmos a respeito do tema proposto, faremos uma entrevista com alunos membros efetivos da Empresa Júnior, desde as diretorias anteriores, até a atual composição da diretoria executiva, a fim de podermos ter parâmetros quanto ao modelo de gestão da organização Empresa Júnior.

Descobrir os problemas que o assunto envolve, identificar as dificuldades que ele sugere, formular perguntas ou levantar hipóteses significa abrir a porta, através da qual o pesquisador penetrará no terreno do conhecimento científico... A entrevista não é simples conversa. É conversa orientada para um objetivo definido: recolher, através do interrogatório do informante, dados para a pesquisa (CERVO; BERVIAN, 1996, p. 49).

7.7. OBSERVAÇÃO *IN LOCO*

Essa observação será no próprio local onde estará sendo desenvolvida a pesquisa, a fim de poder no dia-a-dia da vida acadêmica, observar a integração do conhecimento teórico ao prático.

7.8. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM

Nesta técnica, “a pesquisa procura estabelecer generalizações a partir de observações em grupos ou conjunto de indivíduos chamados de “população” ou “universo” (CERVO; BERVIAN, 1996).

Como a IES, onde será efetuada a pesquisa, não contém um grande número de universitários, tentaremos atingir o máximo dos acadêmicos do curso de administração.

8. RESULTADOS E DISCUSSÃO

8.1. CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DA PESQUISA

O universo em que se realizou a pesquisa é uma Instituição de Ensino Superior de uma cidade do interior do Estado de Goiás, com uma distância de 220 km da capital, Goiânia.

8.1.2. INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A FACER

8.1.3. MANTENEDORA

Entidade responsável pela IES (Instituição de Ensino Superior) perante as autoridades públicas e comunidade em geral, além de estar incumbida de tomar medidas necessárias ao bom funcionamento da FACER – Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba, respeitando os limites da lei e do regimento da faculdade. Coloca também à disposição da IES, os bens móveis e imóveis necessários assegurando-lhe os suficientes recursos financeiros.

8.1.4. CONGREGAÇÃO

É o órgão superior deliberativo em matéria didática, científica e disciplinar. É constituído pelo diretor geral, dois (2) representantes dos professores, um (1) representante dos alunos, um (1) representante da comunidade e um (1) representante da mantenedora.

8.1.5. CONSELHO DEPARTAMENTAL

É o órgão técnico de coordenação, assessoramento e consultivo em matéria científica e administrativa. É constituído pelo diretor geral, chefes de departamento e um representante estudantil.

8.1.6. DIRETORIA

Órgão executivo superior de coordenação, fiscalização e controle das atividades da FACER. É ocupada pelo Diretor Geral indicado pela Mantenedora.

8.1.7. COORDENAÇÃO DE CURSO

A coordenação de cada curso oferecido pela FACER; tem na figura do coordenador, o elemento de articulação entre o corpo docente e o corpo discente da instituição, vem como faz a interlocução com a Direção Geral da Faculdade.

8.1.8. SECRETARIA

A Secretaria Geral é o órgão de apoio da Diretoria ao qual compete todos os encargos relacionados com serviço administrativo da FACER, notadamente aqueles que se exercem sob a supervisão do Diretor através do secretário.

9. PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A pesquisa envolveu um total de 72 (setenta e dois) respondentes compostos por . 69 (sessenta e nove) alunos, 01 (um) .membro da mantenedora CESUR e 02 (duas). Instituições bancárias da cidade de Rubiataba.

A Instituição estudada conta atualmente com 809 (oitocentos e nove alunos), sendo distribuídos nos seguintes cursos:

• Filosofia	86
• Administração.....	424
• <u>Direito.....</u>	<u>299</u>
T o t a l.....	809

A investigação se deu em alguns níveis da comunidade acadêmica do curso de Administração, a fim de se poder aproveitar ao máximo, o conteúdo das respostas dispostas na pesquisa. A qual foi efetuada em salas de aula por amostragem e os entrevistados foram colaboradores da pesquisa, feito de forma espontânea e aleatória para as respostas ao conteúdo da pesquisa.

Sendo assim vamos dividir da seguinte forma:

1. Acadêmicos do Curso de Administração divididos em 2 grupos:
 - 1.1. Alunos do 3º período e do 5º período;
 - 1.2. Alunos do 7º período e do 9º período (graduando).
2. Diretoria da Instituição de Ensino Superior ora estudada;
3. Coordenador do Curso de Administração da IES;
4. Membros da mantenedora da Faculdade estudada;
5. Instituições bancárias da cidade;
6. Associação Comercial e Industrial.

10. ANÁLISE DOS DADOS

Para fins de análise e interpretação dos resultados, optou-se por dividir em categorias (por afinidade) as respostas obtidas. A pergunta feita aos acadêmicos foi a seguinte: **O QUE A EMPRESA JR. DA FACER REPRESENTA PARA VOCÊ?**

A interpretação dos dados revelou as seguintes categorias principais de respostas:

10.1. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DOS ALUNOS 3º e 5º (iniciantes) períodos dos cursos de Administração

NÚMERO DE ALUNOS DO 3º AO 5º PERÍODO DE ADMINISTRAÇÃO SEGUNDO A CATEGORIA DAS RESPOSTAS		
CATEGORIA DA RESPOSTAS	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
1. Falta de conhecimento da Emp. Jr.	15	31%
2. Emp. Jr. Como Oportunidade	27	55%
3. Emp. Jr. Como algo desconhecido	07	14%
TOTAL	49	100 %

Fonte: Dados da pesquisa, 2004

1. FALTA DE CONHECIMENTO DA EMPRESA JR

Esta resposta foi dada por 15 (quinze) respondentes, correspondendo a 31% dos entrevistados. Este fato pode ser devido a pouca divulgação por parte da própria diretoria, conforme a resposta do entrevistado 01, que doravante passaremos a usar a grafia (E-1), e (E-2) para entrevistado 2 e assim, sucessivamente.

Resposta do E-1, ***“Alguma coisa que poderia dar certo, mas nunca foi possível, nunca vi manifestações de ninguém da diretoria”***.

A seguinte afirmação dada pelo E-2 onde ela diz o seguinte: ***“fico vaidosa em dizer que a nossa faculdade tem a Empresa Júnior, nunca que servi dos serviços dela, mas tenho certeza que quando precisar não vou me decepcionar, porque pelo pouco que sei dela, é que seus representantes são muito capazes.”*** Esta resposta reforça a falta de conhecimento sobre a Empresa Júnior, onde a E-2, mostrou claramente o seu desconhecimento.

Outra resposta curiosa foi obtida da E-3, que respondeu ***“ainda não sei nada a respeito, porque as reuniões marcadas não estamos conseguindo reunir com os coordenadores, muitas vezes eles não comparecem por falta de tempo, eles estão sempre ocupados e as pessoas da comissão não sabem agir só. Seria importante se colocasse em atividade para poder aprender mais as teorias ministradas em aula e junto com a prática”***.

Esta resposta nos mostra o interesse do entrevistado, mas que também mostra que a coordenação não consegue engrenar, não consegue reunir, passar a mensagem e os fundamentos da Empresa Jr.

2. A EMPRESA JÚNIOR COMO UMA OPORTUNIDADE

Esta categoria de resposta foi a que apareceu com a maior frequência na categoria das respostas, correspondendo a 55% do total de respostas.

Uma resposta que define bem essa categoria foi a do E-4, que respondeu ***“representa uma oportunidade de aprimorar meus conhecimentos, pondo em prática a teoria que aprendo na sala de aula”***. Esse nível de resposta possibilitou demonstrar o nível de conhecimento e a maturidade do aluno em relação à Empresa Jr., bem como a sua condição acadêmica de aprendizado entre teoria e prática, reforçada pela resposta do E-5 ***“temos a oportunidade de ver na prática toda teoria que estudamos”***.

Essa resposta corrobora com a afirmação de(DEGEN, 1989, p. 135),

podemos perceber que um pequeno negócio em formação não pode contratar todos os especialistas necessários para desenvolver suas atividades. Neste caso, é aconselhável usar consultores para desenvolver estas atividades, em vez de tentar improvisar e correr o risco de errar. Uma fonte de consultores a preços acessórios são as Universidades... expostos a uma grande variedade de problemas e situações de pequenos negócios semelhantes, acabam adquirindo grande experiência, que pode ser usada com vantagem pelo futuro empreendedor.

Uma resposta que também mostrou o nível de entendimento sobre a Empresa Jr. Veio do E-6, ***“É onde eu terei oportunidade de colocar em prática a teoria e inclusive, antecipando alguns conhecimentos que facilitarão meu aprendizado futuro. O convívio com os professores/orientadores, que transmitirão seus conhecimentos/vivência de casos”***.

Conforme Carpintéro e Bacic 2003 do instituto de Economia da UNICAMP. as relações sociais e culturais sustentam, condicionam e ao mesmo tempo se beneficiam do aumento da densidade das relações econômicas, num círculo virtuoso em que sociedade e economia evoluem em conjunto.

Uma resposta que nos remete ao pensamento do novo modelo de se sobressair no mercado de trabalho veio do E7 ***“A Empresa Jr. Pode gerar futuros empreendedores para a nossa região, devido ao convívio com problemas inerentes a qualquer organização”***.

Conforme Zoghlin (1994) você pode encarar suas opções empresariais sob incontáveis ângulos, especialmente quando se trata do tipo de negócio que você quer iniciar... o mundo está repleto de vantagens e então, como fazer para encontrar aquela pérola de negócio?.

O empreendedor para Cantillon apud Guimarães (2002, p. 35),

é alguém que se engaja em trocas para auferir lucros; especificamente, ele ou ela é alguém que exerce julgamentos sobre oportunidades de negócios em face da incerteza. Esta incerteza do futuro dos preços dos bens quando vendidos ao consumidor final, é cuidadosamente avaliada. Como Cantillon descreve, empreendedores compram por determinado preço para vender outra vez por um preço incerto, com a diferença representando lucro ou prejuízo.

A resposta obtida do E-8 "**representa uma preparação, ou seja, nos envolve e nos ensina como trabalhar e motivar**".

Conforme material didático do SEBRAE (2001),

ser um empreendedor é muito mais que ter a vontade de chegar ao topo de uma montanha; é conhecer a montanha e o tamanho do desafio; planejar cada detalhe da subida, saber o que você precisa levar e que ferramentas utilizar; encontrar a melhor trilha, estar comprometido com o resultado, ser persistente, calcular os riscos, preparar-se fisicamente; acreditar na sua própria capacidade e começar a escalada.

3. A EMPRESA DA FACER COMO ALGO AINDA POUCO CONHECIDO (SEM RESULTADOS CONCRETOS), SEM REPRESENTATIVIDADE.

Essa categoria de resposta também apareceu em nossa pesquisa, ocupando 14% dos entrevistados.

Conforme resposta do E-9 "**Nada, eu não sei nem o que é Empresa Jr.**". esta resposta também pode ser observada na resposta do E10, "**Não sei como ela funciona e para que ela serve, para mim não representa nada**".

Através destas respostas, pode se pensar que a Empresa Jr. não está conseguindo passar ou transmitir ou ainda divulgar e fazer com que os seus membros e colaboradores tenham acesso e façam parte da missão da Empresa.

Conforme Oliveira (1993), *a Missão da Empresa é a determinação do motivo central do planejamento estratégico, ou seja, a determinação de "onde a empresa quer ir". Corresponde a um horizonte dentro do qual a empresa atua ou poderá atuar.*

Desta forma podemos perceber que não há um planejamento estratégico, não tem metas definidas, não se sabendo onde se quer chegar. Prova disso é a afirmação do E11, "**Até o momento pouco se foi feito, e não tem**

representado nada em minha vida acadêmica”. Dessa forma podemos entender que não há uma representatividade na vida de alguns acadêmicos, porém dependendo de uma nova postura, poder-se-á reverter o quadro.

10.2. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DOS ALUNOS DOS 7º E 9º PERÍODOS (concluintes) dos cursos de Administração

O intuito dessa divisão veio da idéia de que talvez poderíamos obter resultados mais interessantes com os alunos que já estão na faculdade há mais tempo e que vivenciaram mais o cotidiano da Empresa Júnior.

Dessa forma podemos identificar as seguintes categorias de respostas:

NÚMERO DE ALUNOS DO 7º E 9º PERÍODOS DE ADMINISTRAÇÃO SEGUNDO A CATEGORIA DE RESPOSTAS		
CATEGORIA DE RESPOSTAS	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
1. A Emp. Jr. Como Oportunidade	10	50%
2. Emp. Jr. Sem representatividade	03	15%
3. Emp. Jr. Como algo desconhecido e sem divulgação de resultados	07	35%
TOTAL	20	100 %

Fonte: Dados da pesquisa, 2004.

1. A EMPRESA JÚNIOR COMO UMA OPORTUNIDADE

Esta categoria de resposta foi também encontrada nas respostas dadas pelos alunos iniciantes, que correspondeu a 55% da frequência entre as categorias de respostas dos entrevistados.

Na frequência dos alunos que já estão nas etapas finais do Curso de Administração, ela ocorrem em 50% das respostas, entre as 3 (três) categorias observadas.

De acordo com E-1, ***“Grandes oportunidades para unir a prática aos conhecimentos e teorias que adquirimos em sala e também um ótimo canal para desenvolvimento de projetos, principalmente para estágios”***.

A resposta do E-2, ***“Representa uma parte da faculdade que contribui para a vida profissional dos participantes, é uma forma dela estar divulgando e expondo seu nome e profissionais no mercado de trabalhos”***.

Tal perspectiva se mostra de forma muito contundente, principalmente quando transcrevemos a resposta do E-3, ***“Uma oportunidade de praticar e ampliar os conhecimentos tidos em sala de aula, capacitando a ser um profissional de sucesso e mostrando as necessidades de empreendedores da região e empenhando para o sucesso de ambos, do acadêmico e do investidor”***.

De acordo com Zoghlin (1994, p. 15),

as oportunidades empresariais estão se expandindo a uma velocidade espantosa. A sociedade não considera mais os empreendedores como estranhos, mas como novos heróis americanos; livros são escritos por e sobre eles; as revistas exploram os seus feitos; as empresas de capital de risco existem para ajudá-los, e até mesmo para financiar suas realizações.

Sendo assim, faz-se necessário a luta constante para a realização tanto no campo profissional, quanto no campo social, a fim de poder contribuir para o desenvolvimento econômico e financeiro da região e do Estado.

Todos nós de uma certa forma devemos contribuir para essas realizações, pois o mundo é uma escola, todos nós aprendemos e deixamos alguns ensinamentos, as empresas estão cada vez mais apostando no potencial de seus recursos financeiros, estruturais e humanos, mas estes últimos são sem dúvida os mais importantes, devido a sua capacidade de gerir os outros recursos, bem como poder alavancar os mesmos, quando necessário.

Toda criatividade do empreendedor, o seu dinamismo e a sua percepção na leitura de mundo, onde consegue enxergar novas oportunidades,

novas tendências e poder inserir ou sugerir mudanças necessárias e vitais à continuidade de certas organizações.

Nesse sentido, (CASSON apud GUIMARÃES, 2002, p. 14-16), ressalta que empreendedor de Schumpeter “não ajusta simplesmente o mercado, eles o constroem e o destroem. Eles representam simplesmente um mecanismo ou agente, através do qual o sistema de mercado opera, eles são na verdade, seus principais criadores”.

2. ALGO DESCONHECIDO, SEM DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS CONCRETOS

Nesta categoria de respostas, obtivemos 35% da frequência, que pode ser observada na resposta do E-4, ***“Acho muito distante da faculdade, não aproveitei nada do projeto. Não se fala muito sobre a Empresa Júnior na faculdade, pouco divulgada”***.

O que reforça essa falta de divulgação dos resultados concretos também é visto na resposta do E-5, ***“Estou impossibilitado de opinar, haja vista não ter nenhum conhecimento dos trabalhos realizados por esta organização”***.

Diante dessa resposta, podemos perceber que até o momento, mesmo que se houve pouca atividade desenvolvida pela Empresa Jr., não se utilizou do marketing para divulgar os trabalhos da empresa e assim, tentar conquistar novos parceiros e colaboradores.

Nesta competitividade constante em que vimos, onde todos os dias temos que nos inovar, estabelecer nossa marca, dar credibilidade do nosso trabalho e conquistar a confiança do público tanto externo, quanto interno. Deixamos de divulgar as atividades elaboradas pela empresa, deixar de se fazer presente na Instituição é sem dúvida, realmente um passo para o esquecimento, para o descaso e o que é pior, é a perda de espaço.

Sendo que hoje, na atual conjuntura perder espaço constitui sinônimo de desaparecimento. Principalmente, quando temos que fazer parte deste contexto,

pois a Empresa Júnior não só um segmento do “estudo teórico” aprendido na Faculdade, como também para muitos alunos é o começo de uma vida profissional, que sem dúvida será o molde para o administrador e empreendedor do futuro.

3. A EMPRESA JÚNIOR COMO ALGO DE REPRESENTATIVIDADE NULA

Esta categoria de resposta ocorreu em 15% dos entrevistados, onde algumas afirmações como E-6 e E-7 **“Nada”**. Foram extremamente radicais na afirmação de que a Empresa Jr. tem representação nula em sua vida acadêmica.

Esse fator se coloca de maneira muito preocupante, pois demonstra que não está sendo feito o dever de casa, conforme citamos acima, que se perdeu o espaço e se tornou algo inexistente dentro da instituição.

Ora, se dentro de uma Faculdade de Administração, 15% dos entrevistados nunca ouviram falar da Empresa Jr. desta Instituição, pode-se afirmar que dentro desta visão, os objetivos da empresa não estão sendo alcançados e cristaliza a inexistência de qualquer planejamento estratégico, com a finalidade de resgatar ou ainda despertar a motivação desses alunos, que certamente poderiam ser potenciais colaboradores para o desenvolvimento da empresa.

10.3. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA DIRETORIA DA IES ESTUDADA

A diretoria é o órgão executivo superior de coordenação, fiscalização e controle das atividades da FACER. É ocupada pelo diretor geral, indicado pela Mantenedora.

Quando entrevistada ela argumentou o seguinte:

***“Vejo a Empresa Júnior como uma oportunidade para o estudante, de aproximar-se do mundo do trabalho. Oportunidade de enfrentar desafios, mas também, de planejar e empreender a própria vida profissional.*”**

São conquistas que a Empresa Júnior só poderá oferecer com a participação de todos interessados, o que representa diálogo, presença, compromisso”.

Podemos perceber através do comentário da direção da IES, que verdadeiramente a Empresa Júnior tem essa missão de transformar a vida acadêmica do aluno, e através das suas atividades laborais como Empresa constituída, que podemos aqui afirmar que é “um laboratório de aprendizagem profissional”, inserir o aluno no mercado de trabalho, de forma que ele possa conquistar o seu espaço através da experiência adquirida no aprendizado teórico e a prática do cotidiano na Empresa Júnior.

10.4. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO COORDENADOR DOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO.

A coordenação de cada curso oferecido pela FACER tem na figura do coordenador, o elemento de articulação entre o corpo docente e o corpo discente da Instituição, bem como faz a interlocução com a Direção Geral da Faculdade.

Segue abaixo a resposta do coordenador do Curso de Administração

“Uma grande oportunidade de experimentação e aprimoramento de modelos de gestão empresarial. Laboratório dinâmico de aprendizagem dos alunos na qualidade de consultores aprendizes. Ainda, uma organização promissora, mas que ainda não se tornou realidade”.

A resposta do coordenador do Curso de Administração da Faculdade, vai ao encontro do princípio da Empresa Jr. que é de fazer com que os alunos possam se beneficiar dessa oportunidade de gerir uma empresa, bem como poder despertar suas aptidões e o lado empreendedor de cada aluno.

10.5. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DOS MEMBROS DA MANTENEDORA – CESUR

A Mantenedora é a entidade responsável pela IES (Instituição de Ensino Superior) perante as autoridades públicas e comunidade em geral, além de estar incumbida de tomar as medidas necessárias ao bom funcionamento da FACER, respeitando os limites da lei e do regimento da faculdade. Coloca também à disposição da IES os bens móveis e imóveis necessários assegurando-lhe os suficientes recursos financeiros.

Segue os comentários feitos pelo membro da Mantenedora:

“De acordo com os princípios, a Empresa Júnior existe para possibilitar aos acadêmicos um aprimoramento técnico, através de trabalhos práticos, o que contribui sobremaneira com o crescimento individual dos acadêmicos e da própria Instituição”.

Quanto à Empresa Júnior da FACER, acredito que está precisando de uma maior atuação junto à comunidade, a não ser que, por falta de divulgação, eu não tenha tomado conhecimento das realizações”.

A partir desta resposta de um membro da mantenedora (CESUR), pode-se perceber que há uma afirmação clara, segundo os princípios da Empresa Jr., porém não há um conhecimento mais abrangente da própria atuação, da empresa,

Inclusive, na segunda parte da resposta em que o membro da mantenedora sugere *“uma maior atuação junto à comunidade...”* e também que foi realizado alguma atividade *“ por falta de divulgação... não tenha tomado conhecimento das realizações”.*

Dessa forma, pode-se perceber que realmente está faltando uma conexão entre a Extensão da Faculdade “Empresa Jr.” e a mantenedora. Podemos pensar que por parte da Instituição, quais condições são oferecidas para o desenvolvimento dessa Extensão da Faculdade; até que ponto há o envolvimento e o comprometimento na formação e na experimentação profissional dos acadêmicos “consultores juniores”, frente à uma empresa juridicamente estabelecida. Sendo que,

avalia este item da Extensão da Faculdade de Administração, onde conta pontos preciosos para a Instituição.

10.6. REPRESENTAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES PARCEIRAS

Mesmo cientes da ação fundamental do empreendedorismo frente aos desafios constantes de manter e conquistar novos mercados e oportunidades, ouvimos também duas instituições financeiras e a Associação Comercial e Industrial de Rubiataba, quanto à importância da Empresa Júnior da FACER.

10.6.1. REPRESENTAÇÃO DO DIRIGENTE DA INSTITUIÇÃO BANCÁRIA 1

Ao entrevistarmos o Gerente da Instituição financeira aqui denominada como Instituição bancária (I), obtivemos a seguinte resposta:

“Oportunidade para pequenas e médias empresas, reestruturar seus projetos de investimentos. Conhecer o potencial de seus integrantes, nos serviços prestados para os empresários de Rubiataba”.

Diante dessa resposta dessa instituição bancária, podemos perceber que há um interesse e uma valorização da “consultoria júnior” por parte desta instituição, mas demonstra também, mais uma vez, o afastamento da empresa junto à instituição parceira.

Há o espaço para a atuação e o desenvolvimento das atividades, mas há também a falta de conquista desses espaços. Certamente, os gargalos para efetivamente se lançar no mercado de consultoria ainda não foi concretizado.

10.6.2. REPRESENTAÇÃO DO DIRIGENTE DA INSTITUIÇÃO BANCÁRIA 2

Ao entrevistarmos o Gerente da Instituição financeira aqui denominada como Instituição bancária (II), obtivemos a seguinte resposta:

“Representa um grande parceiro no aprendizado dos acadêmicos da FACER, no sentido de estimular o empreendedorismo, incentivar a formação de pessoas capazes de inovar, criar, buscar novas soluções e benefícios que o mercado necessita. Também prepara o jovem administrador para enfrentar o grande mercado empresarial, que hoje necessita de pessoas bastante qualificadas, que trabalham em equipe, delegam responsabilidades, que tenham grande poder de negociação com clientes e criam novas parcerias”.

Percebe-se que há uma certa sincronia entre o ponto de vista das instituições bancárias da cidade de Rubiataba em relação a importância da Empresa Júnior. Porém, da mesma forma podemos verificar que o espaço para se juntar a essas instituições, parcerias ainda não foram ocupados.

10.6.3. REPRESENTAÇÃO DO DIRIGENTE DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE RUBIATABA (ACIR)

Esta associação tem por objetivo promover o desenvolvimento e o crescimento sócio-econômico das empresas.

Sua missão é representar as empresas junto aos órgãos Federal, Estadual e Municipal, às entidades e à sociedade.

Segue a baixo o comentário feito pelo presidente da entidade:

“Tem uma representatividade muito importante, pois através dela, que os acadêmicos podem desenvolver, aplicar os seus

conhecimentos, habilidades e projetos, tornando-se o elo de ligação entre a faculdade, os acadêmicos e as empresas, possibilitando assim através de projeto, consultorias, promover o desenvolvimento e o crescimento das empresas de nossa cidade e região”.

A visão da ACIR, frente à Empresa Júnior assim como as outras instituições investigadas, têm a Empresa Júnior como uma oportunidade não apenas para os seus membros, mas também para as empresas da cidade e região e a sociedade em geral, principalmente como uma peça importante para o desenvolvimento dessas empresas e conseqüentemente o próprio município.

10.6.4. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA DIRETORIA EXECUTIVA DA EMPRESA JÚNIOR.

Segue abaixo o comentário da Presidente da Empresa Júnior:

“Durante este tempo a Empresa Júnior não fez muitos trabalhos, em que pretendia isto foi causado pela pouca participação da equipe, pois quase todos residem em outras cidades e como os alunos não têm tempo para levar em frente esta atividade extracurricular.

Outra dificuldade que nos primeiros períodos nossos conhecimentos são poucos e os alunos mais adiantados não participavam destes acontecimentos. Nossos coordenadores muito atarefados não podiam ir às reuniões marcadas por acúmulos de tarefas. Isto não deixou que engrenasse ficando somente no papel... No meu modo de ver como é importante unir o conteúdo ensinado com a prática deve estar todos os segmentos reunidos”.

Diante dessa forma colocada pela atual presidente da Empresa Júnior, podemos perceber que, um dos pontos principais que certamente prejudica o desempenho da Empresa Júnior, nos parece ser a descentralização de seus

membros, ou seja, como a Faculdade está localizada em uma cidade do interior, seus alunos muitas vezes estão de 30km de distância a mais de 100km, que é o caso dos alunos de Uruaçu.

Esse fator se mostra muito preponderante, isso porque o ramo de consultoria se faz necessário que haja uma certa sincronia entre seus consultores, a fim de poder analisar, opinar e por fim tomar as decisões que serão necessárias aos variados tipos de projetos e clientes que possam ser atendidos pela Empresa Júnior.

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se no final deste trabalho que há uma certa distância entre a Instituição e a Empresa Júnior enquanto uma “extensão da Faculdade. Não obstante entre os próprios acadêmicos, pois no universo estudado, tanto os alunos pesquisados do 3º ao 5º períodos do Curso de Administração tidos como “iniciantes”, e ainda, os alunos do 7º e 9º períodos do mesmo curso, tidos como “concluintes”, tiveram um desempenho muito preocupante, segundo a categoria de respostas, em que 31% dos entrevistados têm em relação a Empresa Júnior como “Uma falta de conhecimento”. Sendo que para os alunos que já estão terminando o Curso de Administração (7º e 9º períodos) o percentual de 35% dos entrevistados, tem a Empresa Júnior como “algo desconhecido”.

Esse índice nos chama a atenção porque nos mostra uma certa fragilidade, onde não estamos conseguindo concatenar o estudo teórico com a prática do trabalho em uma empresa constituída, pois é sabido que as Empresas Juniores, tem se mostrado muito capazes bem como um verdadeiro laboratório de aprendizado e uma vitrine para contratação de seus Consultores Juniores”, por grandes empresas já estabelecidas, como é o caso da CAMPE Consultoria Júnior da Universidade Federal de Juiz de Fora, que presta serviços para empresas como DaimlerChrysler do Brasil, unidade Juiz de Fora, Cia. Paraibuna de Metais, Lear do Brasil entre outras, que passaram a dar mais credibilidade ao trabalho dos jovens empreendedores, que se tornaram os primeiros empresários juniores do mundo a oferecer serviços com o respaldo do certificado internacional de qualidade ISO 9001.

Vários fatores podem estar interferindo nesta falta de compasso, uma delas que nós podemos observar é que no Brasil os estudantes, têm além dessa disponibilidade essencial para se manter e conquistar novos mercados de trabalho, bem como a necessidade de trabalhar para poder sustentar os seus estudos. Às vezes, resumindo-se em ater-se em apenas algumas informações “necessárias de imediato”, estando alheio às outras oportunidades, inclusive pelo pouco tempo restante para atividades extracurriculares.

Particularmente, um outro fator preponderante que podemos citar é o fato das aulas serem ministradas somente no período noturno, aliada à distância que os alunos enfrentam para virem estudar e ainda a falta de tempo disponível, pois nesse caso resta apenas o horário do intervalo, que corresponde a uns 15 minutos no máximo, o que dificulta ainda mais o entrosamento entre os membros da Empresa Jr.

12. SUGESTÕES DA PESQUISA

De acordo com a análise dos dados podemos sugerir no final deste trabalho algumas ações:

Faz-se necessário que a Mantenedora – CESUR, possa destinar recursos estratégicos a fim de estruturar a Empresa Júnior da IES, uma vez que a mesma se encontra atualmente sem a estrutura mínima necessária para o funcionamento de uma Empresa.

Que a direção da FACER, através da coordenação do Curso de Administração, possa valorizar mais essa atividade extracurricular, por ser uma “Extensão da Faculdade”, sendo assim, qualquer dos alunos graduando em administração, onde quer que estejam nos degraus galgados tanto na vida pessoal quanto na vida profissional, sempre carregarão o nome da Instituição em que estudaram, como primeiro segmento à sua atividade profissional. Dessa forma, sugere-se um olhar mais atencioso, principalmente aos alunos iniciantes, para que logo nas primeiras semanas de aula, tenham acesso às atividades e oportunidades que possam ser oferecidas pela Empresa Júnior que poderá funcionar como uma mola propulsora para o ingresso dos mesmos nas atividades oferecidas.

À diretoria executiva da Empresa Júnior, que mesmo diante das dificuldades, não percam o ânimo, pois com certeza vale a pena lutar, apesar da maior dificuldade ser a falta de Capital Humano, que são os "Membros Efetivos" da Empresa Júnior.

É preciso encontrar uma forma de despertar a motivação que já existe em cada um de nós, a fim de poder desenvolver os projetos captados pela Empresa Júnior e poder contribuir para o desenvolvimento tanto social, quanto comercial, na região em que atuamos. E ainda, no nosso crescimento pessoal, em saber que passamos, contribuímos e deixamos a nossa marca.

Além da motivação e a participação de todos, os recursos financeiros também são necessários para buscar orientação de outras Instituições já com suas bases estabelecidas e funcionando ativamente no mercado para a troca de informações e experiências entre os membros da Empresa Júnior.

Também se faz necessário a busca dessas novas parcerias, como SEBRAE, ACIR, entre outros órgãos de classe que poderão ajudar, inclusive nos cursos de capacitação, treinamento e aperfeiçoamento e atualização dos conhecimentos teóricos adquiridos na sala de aula.

Para o funcionamento da Empresa Júnior da FACER – CASSER-Jr. Consultoria e Assessoria Empresarial Júnior é importantíssimo uma união entre a Mantenedora, a Diretoria da FACER, e a Diretoria Executiva da Empresa Júnior e, principalmente, nesse momento disponibilizar recursos financeiros, a fim de que se possa estruturar a empresa e poder motivar os alunos a participarem, onde os alunos possam ter um local determinado para o trabalho.

Dessa forma, os frutos com certeza virão, principalmente pelo fato da IES estudada ser uma faculdade muito jovem, com apenas 6 (seis) anos de existência, uma vez que foi autorizada pelo MEC a funcionar a partir de 1998.

Por fim, este estudo nos mostrou que é importante ter uma visão periférica das atividades acadêmicas, principalmente, porque às vezes estamos tão inseridos no processo que não percebemos muito o que está acontecendo ao nosso redor e deixamos de fazer aquilo que é necessário para o funcionamento das atividades extracurriculares da IES em que estudamos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AQUINO, C. T. E. de. *Empreendedorismo o sexto sentido*. Disponível em: < <http://www.USP.br/portugues/uspfacilbuscausp=Fea> >. Acesso em: 13 jun. 2003.

BA, S. A. C. *Isomorfismo verde e cultura organizacional: análise interpretativa do processo de certificação ISO 14001*. 2003. 152 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, MG.

BENNETT, S. J. *Eco-empendedor: oportunidades de negócios decorrentes da revolução ambiental*. São Paulo: McGraw-Hill, 1992. 310 p. ISBN 0-07-460-5321

CARPINTÉRO, J. N. C.; BACIC, M. J. *Empreendedorismo e desenvolvimento*. Disponível em: < <http://www.USP.br/br/portugues/uspfacilbuscausp=Fea> >. Acesso em: 14 jun. 2003.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. *Metodologia científica*. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996. 209 p. ISBN 85-346-0521-1.

DEGEN, R. J. *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: McGraw-Hill, 1989. 368 p. ISBN 0-07-450374-X.

GERBER, M. E. *O mito do empreendedor revisitado: como fazer de seu empreendedorismo um negócio bem-sucedido*. São Paulo: Saraiva, 1996, 213 p. ISBN 85-01989-9.

GUIMARÃES, L. de O. *A experiência norte-americana na formação de empreendedores*. 2002. 127 p. Tese (Doutorado em Recursos Humanos e Planejamento) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. *Planejamento estratégico: conceito, metodologia e praticas*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 1993. 286 p. ISBN 85-224-0989-7.

REVISTA SEBRAE. *Aprender a empreender: Programa Brasil Empreendedor*. Manaus, 2001.

ROESCH, S. M. A. *Projetos de estagio em administração: guia para estágios, trabalho de conclusão, dissertação e estudo de caso.* São Paulo: Atlas, 1999. 301 p. ISBN 85-224-2338-5.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos.* 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 205 p. ISBN 85-7307-852-9.

ZOGHLIN, G. G. *De executivo a empreendedor.* São Paulo: Makron Books, 1994. 207 p. ISBN 85-346-0172-0.

Revisado por

Célia Romano de Amaral Mariano
-Bibliotecária - FACER-
CRB-1/1528

ANEXOS



EMPRESA JÚNIOR RECEBE CERTIFICAÇÃO ISO 9001

Adm. Ailton Divino Fernandes

Variedades

Porta de entrada para um mercado de trabalho cada vez mais exigente, a Empresa Júnior é um dos caminhos mais adequados para a união de dois preceitos básicos para a formação de um bom profissional: prática e teoria. Quanto mais experiência o estudante adquirir, mais chances terá de ser absorvido pelo mercado.

Empreendedorismo, trabalho em equipe, motivação e cumprimento das metas pré-estabelecidas são alguns dos requisitos exigidos. Além de motivar o espírito empreendedor e abrir espaço para novas lideranças empresariais, a Empresa Júnior também contribui para o desenvolvimento regional, dando apoio ao micro, pequeno e médio empresariado. Exemplo disso é a CAMPE Consultoria Júnior, instalada na Universidade Federal de Juiz de Fora.

Criada em 1992 por alunos de Administração e Economia da UFJF, a empresa aposta na experiência, e no ano passado a Empresa Júnior recebeu o certificado ISO 9001. O acadêmico do 6º período de Administração e diretor-presidente da CAMPE, Davi Riani Gotardelo, conta que o processo de certificação começou quando

eles viram a necessidade de expor no mercado a qualidade de seus produtos, que envolvem projetos nas áreas de marketing, finanças, recursos humanos, organização e métodos e gestão. "Decidimos procurar o SEBRAE e participar do treinamento do programa Rumo a ISO. A partir do treinamento, todas as adaptações necessárias aos processos foram implementadas, várias auditorias foram feitas e ao final de julho a empresa recebeu a certificação", diz.

Uma experiência gratificante para todos os membros da CAMPE. "Não só pela intensa melhoria dos processos, mas principalmente pelo pioneirismo da atitude, uma vez que o mercado reagiu muito bem à iniciativa", afirma Davi Gotardelo. Para eles o processo de certificação gerou uma série de registros e documentos que resguardam a qualidade dos serviços prestados, garantindo a retenção das informações geradas no decorrer de projetos e outras atividades. De acordo com o vice-presidente da CAMPE e aluno do 6º período de Administração, Bráulio Salles C. D. Borges, o preenchimento de registros resguarda tanto o cli-

ente quanto a CAMPE Consultoria Júnior, o que permite a satisfação de ambos. Outra mudança, segundo ele, foi a presença de auditorias internas do Sistema de Garantia de Qualidade, que visam avaliar o desempenho do sistema e melhorar a qualidade dos serviços prestados.

"Somos conscientes da necessidade de retribuir o investimento da sociedade na universidade pública, por isso prestamos serviços a um custo bem menor, o que possibilita acesso mais amplo da sociedade e do empresariado a serviços de consultoria com qualidade", diz o vice-presidente.

Na carteira de clientes da CAMPE estão empresas como a DaimlerChrysler do Brasil, unidade Juiz de Fora, Cia. Paraibuna de Metais, Lear do Brasil, a UFJF, além de outras.

Com o certificado ISO 9001 os clientes passaram a dar mais credibilidade ao trabalho dos jovens empreendedores, que se tornaram os primeiros empresários juniores do mundo a oferecer serviços com o respaldo do certificado internacional de qualidade ISO 9001.

ESTATUTO

CASSER Jr - Consultoria e Assessoria Empresarial de Rubiataba Júnior

CAPÍTULO I

DENOMINAÇÃO, SEDE, FINALIDADE E DURAÇÃO

Art. 1º. - A CASSER - Jr. Consultoria e Assessoria Empresarial de Rubiataba Júnior é uma associação civil sem fins lucrativos e com prazo indeterminado, com sede na Faculdade de Ciência e Educação de Rubiataba, Praça Mutum nº 186 e foro nesta cidade de Rubiataba, Estado de Goiás, que se regerá pelo presente estatuto e pelas disposições legais aplicáveis. De cunho educacional, social, cultural, tecnológico e científico de caráter acadêmico, é gerida por alunos de graduação de estabelecimentos de ensino superior.

Art.2º. - A CASSER - Jr. Consultoria e Assessoria Empresarial de Rubiataba Júnior tem por finalidade:

- a) Proporcionar a seus membros as condições necessárias à aplicação prática de seus conhecimentos teóricos relativos à sua área de formação profissional;
- b) Desenvolver estudos, analisar questões propondo alternativas e soluções para empresas, entidades e sociedade em geral dentro das suas respectivas áreas de atuação, sob orientação dos professores e profissionais especializados;
- c) Incentivar a capacidade empreendedora do aluno, dando a ele uma visão profissional dinâmica já no âmbito acadêmico;
- d) Assessorar a implantação de soluções indicadas para problemas diagnosticados;
- e) Valorizar alunos professores e profissionais da FACER - Faculdade de Ciência e Educação de Rubiataba/GO no mercado de trabalho e no âmbito acadêmico, bem como a referida instituição;
- f) Realizar convênios com Órgãos Públicos Municipais, Estaduais e Federais, Associações, Cooperativas, Empresas e outros que tenham interesse nos serviços da CASSER - Jr.

CAPÍTULO II

DO QUADRO SOCIAL, DOS DIREITOS E DEVERES

Art. 3º. - Os membros da CASSER Jr., serão admitidos por eleição, nomeação ou votação.

Art. 4º. - Os membros da CASSER Jr. estão divididos em 03 (três) categorias:

A) **MEMBRO HONORÁRIO**: toda pessoa física ou jurídica que tenha prestado ou venha prestando relevantes serviços para o desenvolvimento dos objetivos da CASSER Jr. , dispensada de pagamento e de contribuição social.

B) **MEMBRO ASSOCIADO**: todos os estudantes devidamente matriculados e cursando a Faculdade de Ciência e Educação de Rubiataba, membro efetivo ou não, que trabalha na administração da CASSER Jr.

C) **MEMBRO EFETIVO**: todos estudantes devidamente matriculados e cursando a Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba, cadastrados e em dia com suas obrigações junto a CASSER Jr. .

Art. 5º. - São direitos dos Membros Efetivos :

- A) Comparecer e votar nas Assembléias Gerais;
- B) Solicitar a qualquer tempo, informações relativas às atividades da CASSER Jr. ;
- C) Utilizar todos os serviços colocados a disposição pela CASSER Jr.;
- D) Candidatar-se a membros do Conselho de Administração e Diretoria Executiva;
- E) Requerer a convocação da Assembléia Geral, na forma prevista neste estatuto.

Art.6º. - São direitos dos Membros Honorários e Associados:

- A) Comparecer nas Assembléias Gerais sem direito de voz e voto;
- B) Contratar os serviços prestados pela CASSER Jr. .

Art. 7º. - São deveres de todos os membros da CASSER Jr. :

- A) Respeitar os estatutos, bem como as deliberações da Assembléia Geral, do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva ;
- B) Exercer diligentemente os cargos para os quais tenham sido eleitos, ou nomeados;
- C) Pagar as contribuições sociais e as taxas cobradas pela CASSER Jr. pelos serviços por ela promovidos;
- D) Zelar pelo bom nome, procurando difundir a entidade.

Art. 8º. - Perde-se a condição de Membro Efetivo da CASSER Jr. :

- A) Pela renúncia;
- B) Pela conclusão, abandono ou transferência do curso da FACER, em se tratando de membro efetivo;
- C) Em caso de morte, no caso de pessoas físicas ou pela a cessação de suas atividades no caso de pessoas jurídicas;
- D) Por decisão de 2/3 (dois terços) dos membros do Conselho de Administração, fundada na violação de qualquer das disposições do presente estatuto.

Parágrafo Único - Caso um Membro Efetivo conclua o curso no meio de um projeto, ele terá o direito de continuar como tal, até a conclusão do mesmo.

CAPÍTULO III

DAS PENALIDADES

Art. 9º. - Ao membro que deixar de cumprir o estatuto, não contribuir de forma regular ou denegrir a imagem da entidade, serão aplicadas as seguintes penalidades:

- A) Advertência por escrito;
- B) Suspensão de até 15 (quinze) dias;
- C) Exclusão do quadro da entidade.

Parágrafo Primeiro - Caberá a penalidade na modalidade de advertência por escrito sempre que o membro descumprir o estatuto.

Parágrafo Segundo - Caberá a pena de suspensão:

- A) No caso de reincidência no descumprimento do estatuto;
- B) No caso de agressão física ou moral a qualquer membro da entidade ou da FACER;

Parágrafo Terceiro - Caberá a penalidade de exclusão do quadro da entidade qualquer membro que reincidir por 02 (duas) vezes no caso de suspensão.

Art. 10 - Caberá ao Conselho de Administração determinar a pena a ser aplicada aos membros infratores e ao Presidente da Diretoria Executiva a sua aplicação .

CAPÍTULO IV

DO PATRIMÔNIO

Art. 11 - O patrimônio da CASSER Jr. é formado:

- A) Pelas contribuições regulares dos Membros Efetivos, a serem fixadas pela Diretoria Executiva e aprovadas pelo Conselho de Administração;
- B) Pela produto de contribuições recebidas por serviços prestados a terceiros;
- C) Pelas contribuições voluntárias e doações recebidas;
- D) Por subvenções e legados oferecidos e aceitos pelo conselho de administração.

Parágrafo Único - Em caso de extinção da CASSER Jr. o seu patrimônio será destinado 50% a Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba/GO e 50% a uma instituição de caridade.

CAPÍTULO V

DA ASSEMBLÉIA GERAL

Art. 12 - A Assembléia Geral é o órgão de deliberação soberano da CASSER Jr. – Consultoria e Assessoria Empresarial Rubi Júnior - que poderá ser Ordinária e Extraordinária.

Art. 13 - Somente os Membros Efetivos terão direito a voto nas Assembléias Gerais, correspondendo 01 (um) voto para cada Membro Efetivo, vedada representação, nas assembléias gerais por procuração.

Art. 14 - As Assembléias Gerais serão convocadas pelo Presidente do Conselho de Administração, com um mínimo de 05 (cinco) dias de antecedência da sua realização, mediante divulgação dirigida a todos os membros .

Parágrafo Único - As Assembléias Gerais serão ainda convocadas pela Diretoria Executiva ou por requerimento de Membros Efetivos, representando no mínimo 2/3 (dois terços) dos Membros Efetivos da CASSER Jr.

Art. 15 - A Assembléia Geral Ordinária reunir-se - a 02 (duas) vezes ao ano, com intervalo de 06 (seis) em 06 (seis) meses, sendo uma no mínimo 01 (um) mês antes do encerramento do ano civil.

Art.16 - A Assembléia Geral Ordinária destina-se a analisar os pareceres do Conselho de Administração a respeito das demonstrações financeiras, e o relatório de atividades elaborado pela Diretoria Executiva e eleger os membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva.

Art.17 - A Assembléia Geral Extraordinária reunir-se-á a qualquer tempo, por convocação da Diretoria Executiva ou do Conselho de Administração e sempre que exigirem os interesses sociais.

Art. 18 - Serão nulas as decisões da Assembléia Geral sobre assuntos não incluídos na Ordem do Dia , a não ser que na Assembléia Geral se encontre um mínimo de 2/3 (dois terços) dos Membros Efetivos presentes e não haja oposição de qualquer deles.

Art.19 - A instalação da Assembléia Geral requer a presença de no mínimo, a metade mais um dos Membros Efetivos e suas decisões serão sempre tomadas por maioria simples de votos dos presentes.

Parágrafo Único - Se à hora para a Assembléia Geral não houver “quorum” para a sua instalação, esta instalar-se-á com pelo menos um terço do número de Membros Efetivos presentes, decorridos, no mínimo 30 (trinta) minutos do horário previsto para a sua instalação, sendo válidas as decisões que por ela venham a adotar.

Art. 20 - A Assembléia Geral será presidida pelo presidente do Conselho de Administração e as funções de Secretário da Assembléia Geral serão desempenhadas por pessoa escolhida e designada pelo respectivo presidente .

Art. 21 - A Assembléia Geral caberá aprovar as emendas para o estatuto a serem encaminhados pela Diretoria Executiva.

CAPÍTULO VI

DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Art. 22 - O Conselho de Administração é o órgão de deliberação da CASSER Jr. , composto por 05 (Cinco) Membros Efetivos, eleitos numa Assembléia Geral para um mandato de 01(um) ano, com direito a uma recondução.

Art. 23 - O Presidente do Conselho de Administração será escolhido pelos membros que o integram.

Art. 24 - As reuniões do Conselho de Administração somente serão instauradas com a presença mínima de 2/3 (dois terços) dos seus membros e as decisões serão tomadas por maioria simples do total de votos dos membros presentes.

Art. 25 - O Conselho de Administração reunir-se-á pelo menos 04 (quatro) vezes durante o ano civil, mediante convocação do presidente do mesmo, com uma antecedência mínima de 05 (cinco) dias.

Parágrafo Único - As reuniões do Conselho de Administração poderão ainda, ser convocadas por requerimento de maioria simples de seus membros ou por requerimento da Diretoria Executiva .

Art. 26 - Compete ao Conselho de Administração:

- A) Regulamentar as deliberações da Assembléia Geral;
- B) Examinar e emitir parecer sobre as demonstrações financeiras, relatórios de atividades e orçamentos apresentados pela Diretoria Executiva, a cada reunião ordinária do Conselho de Administração;
- C) Estabelecer diretrizes fundamentais da CASSER Jr. ;
- D) Manifestar-se sobre propostas e matérias que lhe sejam submetidas pela Diretoria Executiva;
- E) Aprovar a admissão de membros da CASSER Jr. e a perda da condição de membro, em caso de violação das disposições do presente estatuto;
- F) Aceitar subvenções e legados;
- G) Aprovar as contribuições regulares fixadas pela Diretoria Executiva;
- H) Em caso de ocorrer vacância na Diretoria Executiva ou no Conselho de Administração indicar o nome de substituto, fundamentado de parecer;
- I) Deliberar sobre casos omissos neste estatuto, por solicitação encaminhada pela Diretoria Executiva.

CAPÍTULO VII

DA DIRETORIA EXECUTIVA

Art. 27 - A Diretoria Executiva é investida dos poderes de administração e representação da CASSER Jr. de forma a assegurar a consecução de seus objetivos, observando e fazendo observar o presente estatuto e as deliberações da Assembléia Geral .

Art. 28 - A Diretoria Executiva será composta por 05 (cinco) membros (Diretor (a) Presidente, Diretor (a) de Marketing, Diretor (a) de Recursos Humanos, Diretor (a) Administrativo/Financeiro e Diretor (a) de Projetos), eleitos entre os Membros Efetivos da CASSER Jr. para mandato de 01 (um) ano, podendo ser reconduzido por apenas mais uma vez.

Parágrafo Único - As funções de cada Diretoria serão definidas pelo regimento interno da Diretoria Executiva.

Art. 29 - Compete à Diretoria Executiva:

- A) Executar as deliberações da Assembléia Geral e do Conselho de Administração;
- B) Fixar as contribuições regulares dos membros efetivos bem como a sua periodicidade e encaminhá-las ao Conselho de Administração para aprovação;
- C) Elaborar as demonstrações financeiras, relatórios de atividades e orçamento anual, apresentando-os ao Conselho de Administração para exame e parecer;
- D) Receber pedidos de prestação de serviços a terceiros, sempre levando em conta a capacidade da CASSER Jr. para assumi-los, bem como seus interesses e objetivos fundamentais;
- E) Elaborar e aprovar as propostas de prestação de serviços e respectivos contratos;
- F) Requerer e providenciar todas as formalidades necessárias à obtenção de imunidade e isenções fiscais;
- G) Indicar os substitutos de Diretores no caso de impedimentos temporários dos mesmos. No caso do Diretor Presidente, o seu substituto temporário será necessariamente um outro Diretor Executivo
- H) Aprovar a admissão de novos Membros Efetivos.

Art.30 - Em quaisquer atos que envolvam obrigações sociais , inclusive a assinatura de contratos , emissão de cheques e outros, a CASSER Jr. será representada por 02 (dois) diretores, em conjunto, sendo um da área específica e o outro o Presidente ou o seu substituto, no caso de impedimento.

Parágrafo Único – A CASSER Jr. é representada por procuração desde que a procuração especifique os poderes e tenha prazo de validade limitado ao ano civil, excetuadas as procurações administrativas jurídicas.

CAPÍTULO VIII

DAS ELEIÇÕES

Art. 31- Os membros da Diretoria Executiva e Conselho de Administração são eleitos por Membros Efetivos da CASSER Jr. em Assembléia Geral convocada para este fim.

Art. 32 - O Edital de convocação da Assembléia Geral de Eleições deve ser publicado com no mínimo 15 (quinze) dias de antecedência à data da eleição.

Parágrafo Primeiro – Para a Diretoria Executiva, os candidatos deverão se registrar em chapas, especificando-se os cargos de cada candidato.

Parágrafo Segundo – A reeleição para um mesmo cargo da Diretoria Executiva ou Conselho de Administração é permitido uma única vez.

Art. 33 - Todo Membro Efetivo pode candidatar-se a um cargo na Diretoria Executiva ou no Conselho de Administração, sendo a eleição realizada por voto secreto.

Art. 34 - A posse dos membros da Diretoria Executiva e do Conselho de Administração eleitos será de até 30 (trinta) dias após as eleições, devendo ter o acompanhamento do seu antecessor durante os primeiros 30 (trinta) dias.

CAPÍTULO IX

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 35 - O exercício social coincidirá com o ano civil.

Art. 36 - Os resultados da CASSER Jr. que se verificarem ao final de cada exercício social serão compulsoriamente reinvestidos nas atividades por ela conduzida.

Art.37 - É vedada a remuneração aos integrantes do Conselho de Administração e Diretoria Executiva pelo exercício de tais funções, bem como a distribuição de bonificações ou vantagens a qualquer membro da CASSER Jr.

Parágrafo Primeiro - Os participantes de todos os projetos receberão da CASSER Jr. reembolso referente aos custos incorridos nos mesmos.

Parágrafo Segundo – Os participantes de todos os projetos receberão da CASSER Jr, 50% (cinquenta por cento) do valor líquido recebido na execução dos referidos projetos.

Art. 38 - Os Membros Efetivos que se formarem no exercício de seus mandatos serão substituídos da seguinte forma:

A) Sendo Diretor, caberá a Diretoria Executiva indicar o substituto e encaminhar ao Conselho de Administração para a sua aprovação;

B) Sendo Conselheiro, caberá ao Conselho de Administração indicar o substituto por aprovação de 2/3 (dois terços) de seus membros.

Art. 39 - Os Membros da CASSER Jr. não respondem, mesmo que subsidiariamente, pelas obrigações sociais.

Art.40 - A CASSER Jr. será extinta a qualquer tempo por deliberação de no mínimo 2/3 (dois terços) dos Membros Efetivos em Assembléia Geral convocada para esta finalidade .

Art. 41 - O presente estatuto poderá ser modificado a qualquer tempo, em Assembléia Geral, pela aprovação de 2/3 (dois terços) dos Membros Efetivos.

Art. 42 - Os casos omissos serão submetidos a deliberação do Conselho de Administração, para que em conjunto com a Diretoria Executiva sejam tomadas as decisões cabíveis.

REGIMENTO INTERNO CASSER JR.

CAPÍTULO I – DAS ASSEMBLÉIAS GERAIS

ART. 1º- A CASSER JR. Consultoria e Assessoria Empresarial Rubi Júnior, legalmente constituída, regula suas atividades e o processo de eleição e posse dos membros da sua diretoria e Conselho administrativo, pelo presente regimento interno, observado as determinações do Estatuto social.

ART. 2º- A assembléia Geral, legalmente convocada, dos associados quites com suas obrigações, é a instância máxima de deliberação e administração da CASSER JR.

ART. 3º- São motivos que justificam a convocação da assembléia geral Extraordinária, conforme dispõe o art. 17 do capítulo V do estatuto.

- a. recusa de convocação da assembléia geral pela diretoria diante da solicitação de no mínimo 2/3 (dois terços) dos membros efetivos da CASSER JR.
- b. suspeita de fraude administrativa ou desvio de verbas da CASSER JR.
- c. malversação de recursos da CASSER JR, não satisfazendo os interesses dos associados.
- d. qualquer assunto que necessite de urgente apreciação pelos associados da CASSER JR.

ART. 4º- Fica vedada a alienação de qualquer bem móvel ou imóvel do patrimônio da CASSERJR.

CAPÍTULO II – DO PROCESSO ELEITORAL

ART. 5º- Os membros da Diretoria, e conselho de administração serão eleitos em Assembléia Geral Ordinária, em processo eleitoral único, anualmente de acordo com as determinações estatutárias e regulamentação estabelecida em regimento.

ART. 6º- A CASSER JR. fará assembléia Geral, entre 60 e 70 dias do término do mandato da Diretoria e Conselho de Administração, para definir a data da Assembléia Geral Eletiva, e a formação de uma comissão eleitoral.

§ 1º. A comissão eleitoral será composta por 05 (cinco) membros, escolhidos na assembléia geral, e que não venha a concorrer a algum cargo eletivo.

§ 2º. Composta a comissão eleitoral, passará ela a conduzir o processo eleitoral.

ART. 7º- Compete a comissão eleitoral:

- a. convocar os associados para a Assembléia Geral eletiva, através de edital, publicado com no mínimo 25 (Vinte e cinco) dias de antecedência à data da eleição, fixando data, horário, locais de votação, prazo de registro de chapas e de impugnação de candidaturas;
- b. proceder ao registro de chapas num prazo de 10 (dez) dias da publicação do edital, numerando-as por ordem de chegada e nominando-as conforme nome escolhido pela chapa, e recebendo também a documentação exigida para a candidatura.
- c. publicar as chapas no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas após o encerramento do prazo de inscrição;

- d. garantir a participação de 1 (um) representante de cada chapa, por esta indicado para a fiscalização das eleições e apuração dos votos.
- e. indicar o(s) nome(s) do(s) presidente(s) e mesários que formarão a(s) mesa(s) coletora(s), garantindo a participação igualitária das chapas;
- f. indicar os nomes da mesa apuradora da eleição;
- g. responsabilizar-se pela guarda e garantia das urnas;
- h. receber e processar eventuais recursos às eleições;
- i. esclarecer dúvidas e situações não previstas no estatuto e no presente regimento.

ART. 8º- Candidatos serão registrados através de chapas que conterão os nomes de todos os concorrentes;

ART. 9º- Não poderá ser candidato o associado que:

- a. não tiver em dia com a tesouraria;
- b. contar com menos de 70 dias de inscrição no quadro de associados da data de eleições;
- c. não tiver no gozo dos direitos sociais conferidos pelo estatuto.

ART. 10º- O requerimento do registro de chapa, deverá ser acompanhado dos seguintes documentos:

- a. cópia da carteira de identidade, cópia do CPF, comprovante de que está quites com a tesouraria, documento comprovando data de inscrição na CASSER JR.

ART. 11º- Compete a comissão eleitoral averiguar a veracidade de todos os documentos apresentados pelos concorrentes e se necessário for, impugnar a candidatura do candidato que não estiver em ordem com os documentos.

ART. 12º- O candidato impugnado poderá recorrer da impugnação, apresentando a documentação em ordem dentro de dois dias úteis.

ART. 13º- Se o candidato impugnado não recorrer, a chapa do qual este pertence poderá nomear um substituto para o mesmo.

CAPÍTULO III – DO ELEITOR E DO VOTO

ART. 14º- Para exercer o direito do voto, o eleitor deverá Ter quitado as mensalidades até 7 (sete) dias antes da eleição, também deverá o eleitor estar em dia com toda a sua documentação junto a CASSER JR.

ART. 15º- A cédula, única contendo todas as chapas registradas, deverá ser confeccionada em papel brancos, em tintas pretas e tipos uniformes.

ART. 16º- A(s) mesa(s) coletora(s) de votos será(o) constituída(s) de um presidente, dois mesários, e um suplente, designados pela comissão eleitoral.

§ 1º- As mesas coletoras serão instaladas em locais a serem escolhidos pela comissão eleitoral.

ART.17º- Não poderão ser nomeados membros das mesas coletoras os candidatos, seus cônjuges e parentes e os membros da diretoria e o conselho de administração.

ART.18º- Em caso de ausência do presidente da mesa os mesários substituirão o presidente da mesa coletora, de maneira que haja sempre quem responda pessoalmente pela ordem e regularidade do processo eleitoral.

§ 1º- Todos os membros da mesa coletora, indicados antes do dia da eleição, deverão estar presentes as atas da abertura e encerramento da votação, salvo motivo de força maior.

§ 2º- Não comparecendo o presidente da mesa coletora até 15 (quinze) minutos antes da hora determinada para o início da votação, assumirá a presidência o primeiro mesário, na sua falta ou impedimento, o segundo mesário.

§ 3º- Poderá o mesário que assumir a presidência, nomear substituto dentre as pessoas presentes desde que sejam observados os impedimentos do Art. 17º, os membros que forem necessários para completar a mesa.

CAPITULO IV - DA VOTAÇÃO

ART.19º- No dia e local designados, 15 (quinze) minutos antes da hora do início da votação, os membros da mesa coletora verificarão se está em ordem o material eleitoral e a urna destinada a recolher os votos, providenciando o Presidente para que sejam supridas eventuais deficiências.

ART.20º- Os trabalhos eleitorais da mesa coletora terão duração pre-determinada pela comissão eleitoral, observada a hora de início e término das eleições.

ART.21º- Somente poderão permanecer junto a mesa coletora seus membros, os fiscais designados e o eleitor.

Parágrafo único: nenhuma pessoa estranha poderá intervir junto a mesa coletora, salvo os membros da comissão eleitoral.

ART.22º- Iniciada a votação, cada eleitor, pela ordem de apresentação à mesa, depois de identificado, assinará a folha de votantes, receberá a cédula, irá se dirigir a cabina, assinalar a cédula e após deposita-la na urna, isto sem que nenhuma pessoa tome conhecimento do conteúdo da cédula.

ART.23º- Os associados que não constam na lista de votantes poderão ser incluídos a mesma desde que comprovem estar em condições de voto conforme o Art. 14º do presente regimento.

ART.24º- São documentos válidos para a identificação do eleitor no momento das eleições: Carteira de identidade, Carteira de associado da CASSER JR.

ART.25º- A hora determinada para o término da votação, havendo eleitores no recinto, serão convidados em voz alta a fazerem a entrega ao presidente da mesa coletora do documento de identificação, prosseguindo os trabalhos até que vote o último eleitor.

§ 1º- Encerrados os trabalhos de votação, a urna será lacrada com papel branco, e rubricada por todos os membros da mesa coletora, e pelos fiscais.

§ 2º- Em seguida o presidente fará lavrar a ata, que será assinada pelos mesários e fiscais, registrando-se a data e horas de início e término dos trabalhos, total de votantes e dos associados em condições de votar, bem como todo o acontecido durante a votação.

CAPÍTULO V - DA APURAÇÃO

ART.26º- Após o término da eleição a urna se dirigirá para local determinado pela comissão eleitoral, onde se fará a apuração dos votos pela comissão eleitoral, sendo fiscalizados por representantes das chapas conforme o Art. 21º. do presente regimento.

ART.27º- Havendo duas ou mais chapas a que obtiver maioria simples dos votos será a chapa eleita.

§ 1º. Caso haja empate entre as duas chapas mais votadas fazer nova eleição após 15 (quinze) dias.

§ 2º. Caso haja protesto por algumas das chapas, caberá a comissão eleitoral julgar válido ou não o protesto.

§ 3º. Todo o protesto deverá ser feito por escrito.

§ 4º. Havendo ou não protesto quanto a apuração as cédulas deverão ser conservadas sob guarda do presidente da comissão eleitoral, até a proclamação do final do resultado, a fim de assegurar eventual recontagem de votos.

ART.28º- Finda a apuração será lavrada a ata, contendo dia e hora do início e término da apuração, o local, número total de votos apurados, total geral da apuração, resumo de cada protesto, não havendo protesto também deverá constar, a ata será assinado pelo presidente da mesa apuradora, pelos fiscais, e demais membros da mesa, esclarecendo eventual falta de alguma assinatura.

CAPITULO VI - DAS NULIDADES

ART.29º- Será nula a eleição quando:

- a. realizada em dia, hora e local diversos dos previstos pelo edital, ou encerrada antes da hora determinada;
- b. realizada ou apurada perante mesa não constituída de acordo com as determinações do presente regimento;
- c. for desrespeitada qualquer formalidade essencial;

ART.30º- Será anulável a eleição quando ocorrer vício que comprometa a sua legitimidade, importando prejuízo a qualquer candidato ou chapa concorrente.

ART.31º- Caso haja impugnação das eleições a comissão eleitoral terá 30(trinta) dias para realizar novas eleições

ART.32º- Caso as eleições não sejam convocadas pela comissão eleitoral qualquer sócio poderá convocar assembléia geral para eleger nova comissão eleitoral, que conduzirá novo processo de eleições.

ART.33º- Os eleitos tomarão posse na data do término do mandato da administração anterior.

CAPÍTULO VII - DO PATRIMÔNIO

ART.34º- O Capital Social será formado conforme o Art. 11 do estatuto da CASSER JR.

§ 1º. As receitas serão obtidas através do pagamento de uma taxa de adesão, no valor de R\$20,00(vinte reais) que será paga no ato de adesão a empresa. A atualização desta taxa será anualmente a cargo da Assembléia Geral.

§ 2º. Remuneração através dos projetos, após a retirada de todas as despesas decorrentes sobre o mesmo.

§ 3º. Através de contribuições, sejam por pecúnia, material físico, doações, ou por prestação de serviços por sócios que estejam impossibilitados de pagar as taxas citadas nos parágrafos 1º, 2º do Art. 34 do presente regimento.

ART.35º- As despesas operacionais da CASSER JR. tais como material de escritório, energia elétrica, transporte, mão de obra, telefone, Internet, funcionários, consultores júnior e senior e outras demais, serão quitadas com recursos incorporados através das receitas mencionadas no Art.34º, mediante apresentação de nota, para comprovação de pagamento e para possíveis averiguações.

Parágrafo único - caso seja extinta a CASSER JR. o seu patrimônio será destinado conforme o parágrafo único do Art. 11 do estatuto da CASSER JR.

CAPÍTULO VIII - DA PARTICIPAÇÃO NOS PROJETOS

ART.36º- Poderão participar dos projetos como consultor júnior, todos os membros efetivos desde que não tenham violado o presente regimento e/ou estatuto da CASSER JR. também sendo necessário preencher pré-requisitos tais como:

- a. O candidato deverá ter disponibilidade de tempo, para desenvolver o projeto a qual está concorrendo;
- b. Conhecimento na área específica do projeto;
- c. Seja aluno da FACER;
- d. Tenha espírito empreendedor;
- e. Ser classificado no processo seletivo elaborado e aplicado pela diretoria executiva.

ART.37º- Poderá participar do projeto como consultor senior o professor que atender os pré-requisitos:

- a. Ser professor da área do projeto ou com conhecimento a priori
- b. Professor liberado pela FACER para prestar serviço a empresa júnior, no período de 1 (uma) hora semanal e horas extras quando necessário.

ART.38º- A elaboração e efetivação do projeto se dará com:

- a. apoio Administrativo, através de uma secretária, office boy, ou outro funcionário se necessário for;

- b. Orientação por um professor sobre custos operacionais, ou mesmo com pesquisa de mercado para o mesmo fim;
- c. Troca de experiência com empresas já consolidadas no mercado;
- d. Correção ortográfica (professor) e estruturação dentro das normas da ABNT.

CAPÍTULO IX - DA REMUNERAÇÃO DOS CONSULTORES

ART.39º- A forma de remuneração e cobertura das despesas dar-se-á:

- a. As despesas operacionais terão o seu valor quitado pela empresa contratante do serviço em sua totalidade;
- b. Será destinado ao investimento de capital o valor de 20% (vinte por cento) do valor de cada projeto desenvolvido pela empresa;
- c. Será destinado às despesas administrativas o valor de 20% (vinte por cento) do valor de cada projeto desenvolvido pela empresa;
- d. O consultor júnior receberá 45% (quarenta e cinco por cento) do valor do projeto que está desenvolvendo;
- e. Consultor senior receberá 15% (quinze por cento) do valor de cada projeto que auxiliar.

CAPÍTULO X - DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

ART.40º- Em conformidade com o Art. 26 do estatuto, também compete ao conselho de administração:

- a. regulamentar as deliberações da assembléia geral;
- b. examinar, fiscalizar, emitir parecer e orientar a diretoria executiva sobre as demonstrações financeiras;
- c. deliberar sobre casos omissos no estatuto,;
- d. aprovar ou não relatórios emitidos pela diretoria executiva, em caso da não aprovação demonstrar quais as falhas e as possíveis soluções.

CAPÍTULO XI - DISPOSIÇÕES GERAIS

ART.41º- O presente Regimento Interno entrará em vigor na data de sua aprovação pela Assembléia Geral da Consultoria e Assessorai Empresarial Rubi Jr. - CASSER JR., podendo ser reformado, no todo ou em parte por Assembléia Geral, especialmente convocada por este fim.

Regimento Interno

CASSER Jr.

CÓDIGO DE ÉTICA DO MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR

O papel das Empresas Juniores é possibilitar aos estudantes a oportunidade de aprimoramento técnico através de trabalhos realizados e que dêem uma visão real, possibilitando a resolução de problemas práticos e aprimoramento pessoal/humano através do engajamento numa organização que esteja preocupada com o desenvolvimento como indivíduo.

Também, enquanto empresa de consultoria, possui o papel de auxiliar e assistir aos clientes na melhoria de seu desempenho, nos aspectos de eficiência, tecnologia e no aprimoramento das relações interpessoais.

Em função desse papel inovador, a EMPRESA JÚNIOR, adquire uma grande influência sobre o cliente e sobre os alunos e as demais pessoas com as quais interage, tendo portanto uma correspondente responsabilidade profissional e social.

A fim de identificar claramente estas responsabilidades, elaborou-se o presente CÓDIGO DE ÉTICA, o qual representa uma garantia aos usuários dos serviços das EMPRESAS JUNIORES e um guia para os empresários Juniores.

Este CÓDIGO foi elaborado pela FEDERAÇÃO DAS EMPRESAS JUNIORES DO ESTADO DE GOIÁS, para que este conjunto de valores seja compartilhado por todo o movimento e sirva como instrumento de monitoramento e acompanhamento da conduta dos empresários Juniores. A FEJEGO constituiu-se, desta forma, num órgão apropriado para o julgamento de quaisquer deslizes éticos que porventura venham a ser cometidos por seus associados.

A necessidade de um CÓDIGO DE ÉTICA existe à medida que surgem interesses a serem compartilhados. Assim, o presente documento procura contabilizar os interesses da comunidade em geral, dos clientes, das empresas juniores dos alunos e das faculdades nas suas mais diversas relações.

FUNDAMENTOS DO CÓDIGO

Este Código de Ética dos empresários juniores está baseado nos fundamentos éticos da consultoria em geral, nos princípios de convivência humana que devem ser compartilhados entre clientes, estudantes e empresários juniores enquanto indivíduos e nos propósitos e filosofia do movimento EMPRESA JÚNIOR de acordo com as normas e ESTATUTOS padrões prescritos pela FEJEGO.

Vale a pena ressaltar que um dos principais objetivos da EMPRESA JÚNIOR é incrementar a formação dos estudantes universitários, seja através da prática, de seus conhecimentos teóricos, seja através da oportunidade de vivenciar a realidade empresarial. Os empresários Juniores devem estar conscientes que este objetivo é prioritário à finalidade de receber honorários e demais benefícios e vantagens particulares.

Enfim, por se tratar de um movimento envolvendo várias empresas juniores com as mesmas particularidades, propósitos, finalidades e procedimentos, a adoção de um CÓDIGO DE ÉTICA surge com a preocupação de garantir a imagem do movimento perante as instituições de ensino e a sociedade em geral.

RELAÇÕES COM O CLIENTE

- I O cliente tem o direito de saber como a EJ poderá atendê-lo. Assim, é essencial que se estabeleça inicialmente com o cliente os objetivos do trabalho previsto, os meios a serem utilizados, as dificuldades e as limitações prováveis e as estimativas de tempo e gastos envolvidos.
- II O principal requisito a ser seguido pelos empresários juniores para a execução dos serviços é a qualidade dos mesmos. As EJS só devem propor a execução dos serviços para os quais estejam plenamente capacitadas a conduzir, evitando assumir tarefas que estejam em campos onde não se encontrem tecnicamente atualizados e capacitadas, além de prazos e orçamentos que viabilizem os projetos.
- III A EJ deve procurar arcar com projetos somente nas áreas dos cursos oferecidos pelo estabelecimento de ensino (faculdade ou universidade) a ela ligada, além de outras áreas para as quais existem professores especializados.
- IV Caso a EJ, no desenvolvimento de um projeto, perceber que não pode dar prosseguimento ao seu serviço, esta deve interromper o projeto segundo as cláusulas contratuais, indicando as melhores alternativas para a resolução do problema.
- V O empresário Júnior deverá ter a responsabilidade de indicar outra EMPRESA JÚNIOR melhor capacitada caso esteja impossibilitado de exercer o serviço proposto.
- VI Nos casos de serviços envolvendo diferentes áreas de atuação, é possível a união e o trabalho conjunto de duas ou mais empresas juniores, com a devida aprovação do cliente. É essencial que as funções de cada uma das EJs envolvidas sejam estabelecidas claramente com o cliente e recomenda-se a assinatura de contratos separados.
- VII Os trabalhos desenvolvidos pelas EJs devem sempre visar o melhor desempenho do cliente, transferindo-lhe todos os conhecimentos necessários ao perfeito andamento dos serviços. Por isso o empresário júnior jamais poderá omitir ou sonegar quaisquer informações pertinentes ao trabalho executado.
- VIII Ao trabalhar para clientes concorrentes, e ainda prestando serviços em áreas de natureza similar, a EJ deve deixar claro esta situação aos seus clientes atuais e potenciais.
- IX No caso de desenvolvimento de projetos de caráter exclusivo, a EJ deve obter a anuência do atual cliente para atuar em empresas concorrentes e potenciais.
- X O cliente tem o direito de requerer o sigilo de informações passadas aos empresários Juniores. Assim, a EJ deve adotar medida necessária e seguras à preservação deste sigilo inclusive na guarda de documentos e na fidelidade dos membros da EJ.
- XI No caso da prestação de um serviço semelhante a outro já realizado, a EJ não deve se aproveitar do resultado final e repassá-lo ao cliente, e sim recrutar novos estudantes para executar o serviço (lembrando que o objetivo de toda EEJ é incrementar a formação de alunos). Entretanto, estes consultores poderão ter acesso às informações do projeto anterior para facilitar a condução dos estudos. Além disso, as cláusulas contratuais que dizem respeito ao sigilo devem ser respeitadas.

XII Caso algum tipo de serviço, no seu desenvolvimento, viole as leis e regulamentações vigentes, os principais éticos da EJ e a consciência profissional dos empresários juniores, a EJ deve interromper o andamento do serviço citado.

XIII A EMPRESA JÚNIOR não deve impor ou tentar impor suas próprias convicções ao cliente, mas sim procurar caminhos para o desenvolvimento dele a partir dos objetivos e da cultura organizacional existentes.

XIV Os empresários Juniores jamais deverão se utilizar dos conhecimentos adquiridos no exercício de suas atividades junto aos clientes para qualquer tipo de negócio em benefício (financeiro/comercial) próprio.

XV O Empresário Júnior que estiver intimamente ligado a execução do serviço para o cliente jamais deverá receber qualquer tipo de gratificação financeira que não esteja devidamente esclarecida em contrato.

XVI Os recursos humanos a serem utilizados pela EMPRESA JÚNIOR nos projetos devem ser somente alunos da graduação da instituição de ensino a ela ligada e o suporte técnico será dado pelos professores desta instituição. Os alunos e/ou professores podem a qualquer momento consultar livremente outras fontes de informação além do âmbito da instituição, mas jamais utilizar e remunerar estas fontes como mão-de-obra e/ou mentores do projeto.

XVII A Empresa Júnior não deve subcontratar outras pessoas físicas ou jurídicas para desenvolver projetos ou partes específicas de projetos, mas sim, propiciar condições para esta prática aos alunos envolvidos no projeto. Contanto que ainda se enquadram nas áreas de atuação da EMPRESA JÚNIOR. Nos casos onde haja necessidade de instrumentação extra aos alunos, a EMPRESA JÚNIOR pode alugá-los de terceiros, mas de preferência da instituição à ela ligada e com o uso dos próprios alunos envolvidos.

XVIII A Empresa Júnior não deve, em momento algum e sob quaisquer circunstâncias, prestar serviços à outras consultorias para desenvolver projetos ou parte de projetos que estes estejam executando para terceiros, e sim, preferir tratar os serviços e cobrar seus honorários diretamente com o cliente original.

RELAÇÃO COM OUTRAS EMPRESA JUNIORES

I As Empresas Juniores não devem se envolver em atividades paralelas ou comportamento público que possam significar conflitos de interesse ou que comprometer a imagem do movimento EMPRESA JÚNIOR. E sempre assumir a responsabilidade pelos seus comportamentos. Em caso de dúvidas, antes de qualquer atitude, a EMPRESA JÚNIOR deve consultar a FEJEGO e as demais empresas associadas.

II Ao utilizar-se de idéias, esquemas e conhecimentos elaborados por terceiros ou outras EMPRESAS JUNIORES a EMPRESA JÚNIOR deve deixar claros a origem e o crédito, evitando passar a imagem de que os mesmos foram por ela elaborados.

III A forma de divulgação de serviços por qualquer EMPRESA JÚNIOR pode afetar o movimento como um todo. Por isso, deve-se evitar qualquer tipo de propaganda que tenha eficácia duvidosa ou benefício pouco aceitável. O principal critério deve ser o respeito à credibilidade do movimento e à credibilidade própria.

IV Os empresários juniores devem saber das suas responsabilidades, conhecer os princípios do movimento JUNIOR e da FEJEGO e divulgá-los entre seus companheiros, pois a divulgação de forma errônea ou deturpada sobre a FEJEGO e seus procedimentos podem comprometer a imagem do movimento como um todo. Além disso, as Empresas Juniores devem sempre divulgar o nome da FEJEGO e das outras EMPRESAS JUNIORES.

V Caso surjam oportunidades de contatos com a imprensa, empresas e instituições que além de beneficiar a EMPRESA JÚNIOR em questão, possam também enriquecer e fortalecer o movimento em geral, a EMPRESA JÚNIOR deve avisar a FEJEGO para que todas as EMPRESAS JUNIORES fiquem cientes.

VI Jamais deverá haver conflito entre as EMPRESAS JUNIORES que estejam prestando serviços para o mesmo clientes. Nenhuma delas deverá interferir no trabalho da outra. No caso de trabalhos conjuntos, cada EMPRESA JÚNIOR deverá cumprir suas funções com responsabilidade.

RELAÇÃO COM A INSTITUIÇÃO DE ENSINO

I A Empresa Júnior, por estar ligada a uma instituição de ensino, deve ter consciência da alta responsabilidade de suas atuação, visto que ela representa esta instituição em todas as atividades.

II A Empresa Júnior tem a obrigação de divulgar as suas atividades a toda comunidade acadêmica, corpo docente e discente, a qual esteja ligada, evitando a formação de grupos fechados ou privilegiando certos alunos em detrimento de outros.

III A Empresa Júnior tem a obrigação de prestar qualquer tipo de esclarecimento, sempre que esteja solicitado pelo instituição à qual esteja ligada, devendo apresentar, ao final de cada gestão, um relatório e balanço das atividades realizadas.

IV A empresa Júnior tem a obrigação de prezar a relação entre a instituição/universidade da qual faz parte.

RELAÇÃO COM OUTROS ESTUDANTES

I O Empresário Júnior deverá prestar a qualquer estudante que lhe peça informações e esclarecimento sobre os princípios que regem as EMPRESAS JUNIORES.

II Cabe a todos os empresários Juniores o devido treinamento e transmissão dos princípios e conceitos a outros estudantes que se interessem em participar da EMPRESA JÚNIOR.

RELAÇÃO COM A COMUNIDADE

I É conduta óbvia para a atuação da EMPRESA JÚNIOR a observância ao cumprimento das leis e das regulamentações legais vigentes.

II O empresário Júnior deve ter a real noção de seu papel como agente de mudanças sociais, visto que tem o poder de direcionar os caminhos e de cumprir suas funções com responsabilidade.



CONSULTORIA & ASSESSORIA EM ADMINISTRAÇÃO

CASSER-JR.

FICHA DE CADASTRO – MEMBROS EFETIVOS

I – DADOS PESSOAIS

NOME:
FILIAÇÃO:
DATA DE NASCIMENTO:
NATURALIDADE:
ESTADO CIVIL:
ENDEREÇO:
TELEFONE:
RG.:
CPF.:

II – CURSOS E SEMINÁRIOS

NOME:
INSTITUIÇÃO:
PERÍODO:
DURAÇÃO:
LOCAL:

III – EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

EMPRESA:
ENDEREÇO:
PRÍODO:
CARGO:
ATIVIDADES:

IV – ÁREAS DE INTERESSE PARA ATUAÇÃO NA CASSER-Jr.

--