

**O PERFIL EMPREENDEDOR E A EMPRESA JÚNIOR:
HÁ CONSONÂNCIA?**

**ENTREPRENEUR PROFILE AND JUNIOR ENTERPRISE:
IS THERE A CONSONANCE?**

Carlos Eduardo Ruschel Anes¹

Shirley Britz Heck²

Raquel Jaíne Hartmann³

Fabício Costa de Oliveira⁴

Resumo: O empreendedorismo é objeto de discussão em inúmeros estudos, congressos e eventos na área da administração. Como é parte expressiva no âmbito administrativo, ele se manifesta em diversas organizações e setores empresariais, sobretudo a partir de características do perfil empreendedor. Nesse sentido, o objetivo deste estudo é analisar aspectos do perfil empreendedor com relação às finalidades do conceito de empresa júnior. Como base teórica para a discussão, utiliza-se os principais conceitos do perfil do empreendedor, assim como as finalidades do conceito de empresa júnior. No que concerne à metodologia, adota-se a pesquisa descritiva, baseada no método bibliográfico e documental. Por esse motivo, a interpretação dos dados baseia-se numa análise de conteúdo, a partir de fontes secundárias coletadas em repositórios e bases de dados acadêmicos disponibilizados em ambiente *web*. Os resultados mostram que a visão, a tomada de decisão, a agregação de valor, o dinamismo, a liderança, a rede de relacionamentos, a organização e o conhecimento, abordados como aspectos do perfil do empreendedor, estão na essência dos propósitos das empresas juniores.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empresa Júnior. Perfil do Empreendedor.

¹ Doutor em Desenvolvimento Regional. Docente do Curso de Administração – Bacharelado, UFFS *Campus* Cerro Largo/RS. Pesquisador vinculado ao grupo de pesquisa “Estudos Organizacionais e Tecnologias de Gestão”. E-mail: carlos.anes@uffs.edu.br

² Discente do Curso de Administração – Bacharelado, UFFS *Campus* Cerro Largo/RS. Estudante participante do grupo de pesquisa “Estudos Organizacionais e Tecnologias de Gestão”. E-mail: shirleybritz@hotmail.com

³ Discente do Curso de Administração – Bacharelado, UFFS *Campus* Cerro Largo/RS. Estudante participante do grupo de pesquisa “Estudos Organizacionais e Tecnologias de Gestão”. E-mail: raquelhartmann4@gmail.com

⁴ Mestre em Engenharia de Produção. Docente do Curso de Administração – Bacharelado, UFFS *Campus* Cerro Largo/RS. Pesquisador vinculado ao grupo de pesquisa “Estudos Organizacionais e Tecnologias de Gestão”. E-mail: fabricio.oliveira@uffs.edu.br

Abstract: Entrepreneurship is object of discussion in several studies, congresses and events in the administration area. Since it is an expressive part in the administrative context, entrepreneurship can be found in multiple organizations and business sectors, especially in characteristics related to the entrepreneur profile. In this sense, the objective of this study is to analyze aspects of the entrepreneur profile in relation to the purposes of the concepts of junior enterprise. As theoretical approach for our discussion, we used the main concepts of the entrepreneur profile, as well as the purposes of junior enterprises. Concerning the methodology, the descriptive research, based on bibliographical and documental methods. For this reason, the data interpretation is based in a content analysis taken from secondary sources collected in repositories and academic database available online. The results show that vision, decision making, the aggregated value, dynamism, leadership, relationship network, organization and knowledge, employed as aspects of the entrepreneur profile, are in the essence of the purposes of junior enterprises.

Key-words: Entrepreneurship. Junior Enterprise. Entrepreneur Profile.

1. Introdução

Quando tomada a evolução humana como objeto de análise, pode-se dizer que o homem primitivo já trazia um espírito empreendedor. Naquela época, para sobreviver era preciso construir diversas ferramentas para agilizar a caça de animais. Hoje, o empreendedorismo é um dos temas mais salientados na sociedade, estando presente nas mais diversas organizações.

O comportamento do empreendedor é objeto de debates e interpretações em diversos eventos e estudos realizados. Para Custódio (2011), as oportunidades percebidas pelo empreendedor dependem da sua visão e percepção dos diversos contextos em que atua. Seu comportamento proativo, não está apenas nas demandas das organizações e de seu ambiente de negócios, mas na sua capacidade de comunicação e coordenação de pessoas, em prol de objetivos a serem alcançados.

Nesse sentido, o objetivo deste estudo é analisar aspectos do perfil empreendedor com relação às finalidades do conceito de empresa júnior. Na seção 2 é apresentada a revisão de literatura sobre os principais conceitos do perfil do empreendedor, assim como as finalidades das empresas juniores a luz de várias interpretações. Na sequência, a seção 3 aborda a estratégia metodológica utilizada para obtenção e análise dos dados pesquisados.

As discussões e os resultados são descritos na seção 4, que mostra a interação dos aspectos do perfil do empreendedor com os propósitos das empresas juniores.

Ao final, são apresentadas as considerações finais e as referências utilizadas neste estudo.

2. Revisão de Literatura

Para Dornelas (2003), os empreendedores, são reconhecidos por apresentarem determinado perfil. Dentro deste perfil destacam-se alguns aspectos, tais como: visão; tomada de decisão; agregação de valor aos serviços e produtos; dinamismo; liderança, rede de relacionamentos; organização e conhecimento.

Segundo Strobel Neto (2003), os empreendedores são indivíduos visionários, ou seja, apresentam visões emergentes e essas levam a novas relações que, por sua vez, contribuem para aprimorar a visão emergente inicial, que corresponde ao produto. Novas relações são estabelecidas em função do novo produto e, assim por diante, até que seja atingida a visão central, que pode ser fruto de uma ou várias visões emergentes.

Martins (2013) destaca que para os empreendedores, as decisões delimitam as ações. Dependem, sobretudo de um planejamento, pois podem gerar boas ou más consequências. Assim, as decisões representam uma das principais ferramentas para lidar com oportunidades, desafios e incertezas presentes no cotidiano.

Ainda, para Strobel Neto (2003) o empreendedor deve ser uma pessoa com autoconfiança, autonomia, otimismo, que acredita ser capaz de mudar as coisas e que convença as pessoas que a sua ideia é ótima e que todos irão beneficiar-se dela, dessa forma, agregando valor às de seu produto ou serviço.

Para os autores, Custódio, Tófoli e Nogueira (2011) o empreendedor dispõe de grandes ideias, pois normalmente é um indivíduo dotado de conhecimentos, assim, não só ao criar uma empresa, mas durante a existência de uma, tem a iniciativa de renová-la sempre. O empreendedor obtém a empresa porque a criou, comprou ou herdou, mas sua atuação delimita-se a administrá-la de maneira condizente a forma como ela está montada.

Assim, é conveniente ressaltar a importância de que o empreendedor seja um líder. Strobel Neto (2003) afirma que o empreendedor deve desempenhar um papel

de liderança, capaz de legitimar ordenamentos e decisões para que o grupo trabalhe sempre seguindo os objetivos traçados pela organização.

Dornelas (2014) afirma que o empreendedor sabe avaliar os riscos do seu empreendimento, admitindo-os e administrando-os, sabendo analisar as reais chances de sucesso que seu negócio pode nutrir e alcançar ao longo do seu desenvolvimento.

O empreendedor precisa ser capaz de enxergar além do seu negócio, deve desenvolver uma visão social. Para Baggio e Baggio (2014) o empreendedorismo ajuda a entender melhor o ambiente institucional que é, em outras palavras, o responsável pelo desenvolvimento e pelo funcionamento econômico das distintas sociedades.

Além dessa interpretação sobre o papel do empreendedor, este estudo, aborda o conceito e as finalidades das empresas juniores. Nesse sentido, Moretto Neto, Junkes, Rosauero e Benko (2004), afirmam que a partir de 1986, com base no modelo francês, empresas juniores passaram a ser constituídas na Itália, na Suíça, na Bélgica, na Espanha e nos Estados Unidos. Com os resultados positivos desses empreendimentos juniores em diferentes países, o Brasil começou a organizar associações juniores a partir de propostas da Câmara de Comércio França-Brasil, que passou a recomendar esses empreendimentos junto as Universidades Brasileiras.

Nos dias de hoje, muito tem se falado da importância da EJ no desenvolvimento acadêmico e profissional dos estudantes. A Brasil Júnior (2007) afirma que as empresas juniores são constituídas pela união de estudantes matriculados em cursos de graduação em instituições de ensino superior, organizados em uma associação civil com o intuito de executar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento do país e de formar profissionais capacitados e comprometidos com esse objetivo.

A empresa júnior é uma organização que presta serviço e a sua gestão é realizada por alunos de graduação. Essas empresas elaboram seus próprios regulamentos e estatutos e possuem personalidade jurídica autônoma, não dependente da instituição de ensino a qual estão ligadas, assumindo responsabilidade legal os alunos que integram suas diretorias executivas. No entanto, o nível de

autonomia dessas empresas juniores pode variar em relação as diferentes regras estabelecidas pelas instituições de ensino (SOUZA, 2002).

As empresas juniores classificam-se como prestadoras de serviços pois assessoram e desenvolvem projetos para diversas organizações, em áreas funcionais específicas, com a orientação dos professores das instituições de ensino. A área de prestação de serviços, segundo Kremer & Richartz (2011), não possui tangibilidade no que produz, diferente dos produtos tangíveis produzidos em uma indústria; este é um dos aspectos que diferenciam as empresas de prestação de serviços das do ramo industrial.

Desse modo, a empresa júnior vem posicionando-se como um fomento em prol do desenvolvimento de alunos vinculados a projetos pedagógicos de cursos de graduação, uma vez que, além de estimular as atividades acadêmicas, proporciona oportunidades profissionais de praticar o que a literatura teórica e científica vem produzindo.

Segundo a Brasil Júnior (2004, p.1), a empresa júnior tem por finalidade:

- I – Desenvolver profissionalmente as pessoas que compõem o quadro social por meio da vivência empresarial, realizando projetos e serviços na área de atuação do(s) curso(s) de graduação ao(s) qual(is) a empresa júnior for vinculada;
- II – Desempenhar projetos e/ou serviços preferencialmente para micro e pequenas empresas, e terceiro setor, nacionais, em funcionamento ou em fase de abertura, ou pessoas físicas, aspirando ao desenvolvimento da sociedade;
- III – Fomentar o empreendedorismo de seus associados.
- IV – Promover o contato dos alunos com o mercado de trabalho,
- V – Promover o desenvolvimento pessoal e profissional dos seus associados.

O presente estudo objetiva analisar aspectos do perfil empreendedor com relação às finalidades do conceito de empresa júnior. Para isso, na próxima seção serão expostos os procedimentos metodológicos realizados para a obtenção e análise dos dados pesquisados. Assim, este objetivo vincula-se a temática da tecnologia e da produção, pois as empresas juniores estão vinculadas à projetos pedagógicos de cursos de graduação, como componente importante para a qualificação da formação dos graduandos.

3. Metodologia

A metodologia adotada neste trabalho pode ser classificada como uma pesquisa descritiva, baseada no método bibliográfico. A interpretação dos dados baseou-se numa análise de dados, a partir de fontes secundárias coletadas em repositórios e bases de dados acadêmicas disponibilizadas em ambiente *web*.

Como estratégia de organização dos dados pesquisados e posterior análise, foi elaborado um instrumento de interação teórica, demonstrado por meio do Quadro 1.

Quadro 1 – Instrumento de interação teórica e metodológica do estudo.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Desta forma, foi desenvolvida uma análise qualitativa a partir do propósito do estudo em relação ao material coletado. Como recorte metodológico, optou-se pela utilização de referencial teórico publicado com base em estudos sobre empreendedorismo e empresa júnior, utilizando como fontes de investigação, especificamente livros, documentos e artigos publicados nas bases de dados brasileiras.

4. Resultados e discussões

Com base nos dados obtidos por meio do estudo, esta seção aborda os aspectos do perfil do empreendedor e os propósitos das empresas juniores. Diante dessas abordagens, o objetivo do estudo é analisar aspectos do perfil empreendedor com relação às finalidades do conceito de empresa júnior.

A primeira constatação vai ao encontro de que existem certas relações comportamentais entre o empreendedor e o empresário júnior. Os empreendedores são indivíduos capazes de identificar novas oportunidades e possibilidades, e os graduandos que se envolvem em empresas juniores, são discentes que, em tese, inspiram-se para o futuro, a fim de buscar novas chances e espaços no mercado de trabalho.

As empresas juniores são compostas, obrigatoriamente, por graduandos devidamente matriculados na instituição de ensino superior (IES). Sua estrutura é dividida em áreas funcionais, cada uma com seu respectivo diretor, responsável pela coordenação do planejamento, da execução e do controle das atividades da empresa. A autonomia, proporcionada pelas empresas juniores a seus membros, a diferenciam de projetos de extensão, estágios e práticas realizadas nas universidades. Assim, a definição da estrutura organizacional, bem como do planejamento estratégico fica a critério dos graduandos que participam do empreendimento (BRASIL JÚNIOR, 2007). Outro vínculo, facilmente reconhecido entre os empreendedores e empresários juniores, refere-se a facilidade de interação entre grupos e indivíduos. Os empreendedores são formadores de equipe, normalmente bem relacionados e supostamente líderes, dessa forma, as empresas juniores, são compostas por uma diretoria executiva, representando uma estrutura organizacional semelhante às demais empresas, sendo assim, os indivíduos precisam ter um relacionamento de equipe para que as metas e objetivos sejam atingidos.

Dessa forma, outro elo comparativo entre empreendedor e empresa júnior, pode ser considerado a partir de que, com o intuito da criação de novos negócios e empresas, os empreendedores contam com parcerias e necessitam de planejamento para que tudo ocorra da melhor forma possível. É necessário delimitar e buscar

espaço no mercado, criando valor e visibilidade para as pessoas. Deste modo, é preciso criar todo um planejamento levando em conta as etapas de desenvolvimento. A empresa júnior, por sua vez, trabalha na criação dessa programação, auxiliando principalmente micro e pequenas empresas que estão surgindo no mercado.

A importância da empresa júnior se manifesta por meio do desenvolvimento pessoal e profissional dos empresários juniores. Além de desenvolver práticas que auxiliam e incentivam os graduandos a buscarem novos desafios, oportuniza o desenvolvimento de um espírito mais criativo, inovador, responsável e empreendedor. As empresas juniores, segundo Dias, Quixabeira e Scheuer (2015), podem ser consideradas como um centro formador de empreendedores, pois desafios são apresentados como fatores de incentivo, onde obstáculos devem ser superados com coragem e determinação. A cada projeto de prestação de serviços exige dos empresários juniores dedicação e coragem nas tomadas de decisões, desde o planejamento até a execução do serviço ao cliente.

O desenvolvimento profissional das pessoas que compõem o quadro social por meio da vivência empresarial, da realização de projetos e serviços nas diferentes áreas de cursos de graduação, direciona para a primeira finalidade da empresa júnior. Paralelo a esta finalidade, insere-se a interpretação sobre o conceito de visionário, aspecto importante do perfil empreendedor.

Ser visionário, segundo Filion (1991), é a forma como o indivíduo se vê, e a imagem que projeta sobre a realidade, ou seja, a visão de mundo está vinculada a sua autoimagem. Nesse sentido, o desenvolvimento pessoal e as experiências são fundamentais para a ampliação da visão do Ser Humano. Dessa forma, pode-se identificar uma relação estreita com a primeira finalidade da empresa júnior, que preconiza o desenvolvimento das pessoas por meio de vivências empresariais. Nessas vivências empresariais e no envolvimento em projetos e serviços, proporcionados pelos empreendimentos juniores, a necessidade de tomada de decisões se faz presente. Nesse momento, o segundo aspecto do perfil empreendedor torna-se importante.

Para Martins (2013), a tomada de decisões está ligada ao planejamento, a organização, a direção e ao controle das atividades em ambientes empresariais. Há uma relação de interdependência entre as decisões que são tomadas, com as ações

materializadas no dia a dia das empresas. Dessa forma, a tomada de decisão está contemplada na realização de projetos e serviços, preferencialmente, para micro e pequenas empresas, abarcando as finalidades I e II da empresa júnior.

A agregação de valor aos serviços e produtos é outro aspecto, segundo Dornellas (2003), que compõem o perfil do empreendedor. Esse aspecto está ligado aos resultados alcançados por meio das ações realizadas pelos empresários juniores. Nesse sentido, a finalidade II da empresa júnior, que aborda o desempenho nos projetos e/ou serviços visando o desenvolvimento da sociedade, confirma a importância da agregação de valor em todas as etapas dos serviços prestados aos clientes.

As finalidades da empresa júnior, que fomentam o empreendedorismo dos seus associados; promovem o contato dos graduandos com o mercado de trabalho e, o desenvolvimento pessoal e profissional se relaciona com o dinamismo, liderança, rede de relacionamentos, organização e conhecimento, aspectos do perfil do empreendedor, abordados na interpretação de Dornellas (2003). A natureza das atividades da empresa júnior exige do empresário júnior utilizar desses aspectos para conseguir alcançar os objetivos e metas, estabelecidos nos planos e projetos de prestação de serviços aos clientes.

A natureza das atividades realizadas pela empresa júnior são, em essência, de caráter educacional. Dessa forma, o aspecto “liderança” torna-se um dos mais importantes componentes de formação, pois para o desenvolvimento dos empresários juniores, esse aspecto torna-se pré-requisito para que as redes de relacionamento sejam produtivas e, os riscos sejam minimizados, nos projetos voltados ao desenvolvimento da sociedade. Assim, ressalta-se a interpretação de Strobel Neto (2003), que coloca o empreendedor no papel de liderança, coordenando os talentos das pessoas e tomando decisões, em direção aos objetivos traçados pela empresa.

Na interpretação de Dolabela (1999), a liderança manifesta-se no comportamento empreendedor por meio da sua visão e capacidade de realização. E, essa capacidade, somente é possível se houver profundo conhecimento sobre o negócio e as condições do micro e macro ambientes que o envolvem. Nesse sentido, a maneira como irá conduzir as articulações entre as áreas funcionais da organização com seu ambiente micro e macro, trará impacto direto nos resultados alcançados pelo

empreendimento. Assim, as finalidades da empresa júnior ligadas ao contato dos graduandos com o mercado de trabalho e a formação pessoal e profissional, sugerem cursos de capacitação e vivências empresariais, que permitem a ampliação dos conhecimentos dos empresários juniores em diversos setores de comércio, indústria e prestação de serviços.

A capacidade de se relacionar é outro aspecto importante no perfil do empreendedor. Para Minarelli (2001), as pessoas que se relacionam de maneira eficaz, trocam experiências e se ajudam em momentos difíceis, em que decisões complexas devem ser tomadas. O empreendedor que cultiva uma rede de relacionamentos no ambiente de trabalho e fora dele, pode contar com o apoio de muitas pessoas em diferentes momentos e contextos. E isso é importante, na medida em que os desafios ou situações de emergência surgem ao longo do tempo.

O relacionamento se materializa em rede. A interpretação de Minarelli (2001) conduz para a compreensão de que essa rede é o canal de comunicação, por onde são captadas, integradas e distribuídas as informações, tanto em relação às operações de negócios como em relação às pessoas. Nessa lógica interpretativa, as finalidades da empresa júnior que visam desenvolver os projetos e prestarem serviços, bem como promover contatos dos graduandos com o mercado de trabalho, dependem da capacidade destes em estabelecer rede de relacionamento que, segundo Dornellas (2003), é um dos componentes do perfil do empreendedor.

A organização é outro aspecto do perfil do empreendedor, segundo interpretação de Dornellas (2003). A organização está ligada ao processo de trabalho, a maneira como os recursos são disponibilizados e utilizados. Para Stoner e Freeman (1994), organização está ligada a capacidade de alocação de recursos e de estruturação de funções entre pessoas, para que possam alcançar, de maneira eficiente e eficaz, os objetivos e metas traçadas.

O empreendedor, nesse sentido, deve conhecer o conceito de organização e saber que, para alcançar objetivos diferentes, é preciso organizar estruturas funcionais e recursos de maneira diferente. E essa habilidade, a empresa júnior oportuniza quando promove o desenvolvimento pessoal e profissional dos seus associados. A capacidade de organização é constantemente testada no empresário

júnior, nos diferentes projetos de prestação de serviços que desenvolve para diferentes negócios.

Diante as mais diversas obrigações que são desempenhadas no cotidiano tanto de empreendedores como de acadêmicos que participam de atividades relacionadas à empresa júnior, podem ocorrer adversidades e impedimentos. Ao colocar-se a disposição de tais funções, se está sujeito a correr riscos e ameaças. No entanto, é justamente nesse contexto desafiador que se fazem grandes profissionais, já que, são responsáveis por traçar os rumos que são decisivos para se chegar a resultados positivos.

5. Considerações finais

A partir do desenvolvimento do presente estudo, pode-se concluir que o conceito de empresa júnior apresenta finalidades que, se aplicadas, tornam-se um mecanismo essencial na formação de novos empreendedores, oportunizando importantes progressos, tanto na esfera pessoal como na profissional dos empresários juniores.

A empresa júnior tem sido um instrumento em prol da formação de novos empreendedores, pois desenvolve continuamente projetos que buscam incentivar o graduando a envolver-se no mundo dos negócios. Com o desenvolvimento de uma postura profissional, o acadêmico adquire competências e cria oportunidades para integrar-se ao mercado de trabalho, por meio do desempenho e envolvimento prático em funções administrativas da empresa. E isso ocorre durante o seu processo de formação superior.

Diante disso, a empresa júnior tem a capacidade de estimular o crescimento pessoal dos indivíduos, oferecendo a oportunidade para que se tornem pessoas mais comunicativas, com maior facilidade de expressão, criativas, capazes de criar projetos que sejam importantes para a sociedade e desenvolver uma postura de acordo com o perfil de um administrador e empreendedor. Nesse sentido, é importante ressaltar a interpretação de Oliveira e Ribeiro (2011, p.12), de que “[...] o que os jovens que ingressam no Movimento Empresa Júnior buscam, vale muito mais do que qualquer remuneração, e nunca estaria limitada a um fator financeiro”.

Nessa lógica, a empresa júnior auxilia na promoção do instinto de liderança, fazendo com que os acadêmicos tenham maior facilidade de coordenar atividades e de desempenhá-las em equipe, tendo a capacidade para que ocorram de forma organizada. Igualmente, os empreendedores demonstram apresentar-se como líderes diante dos seus negócios, visando sempre a agregação de valor ao trabalho e ao relacionamento produtivo entre as pessoas, para alcançarem os resultados almejados.

Com a colaboração visível da empresa júnior, para o desenvolvimento do espírito empreendedor nos acadêmicos vinculados a ela, cabe ressaltar que, através dos conhecimentos adquiridos, podem trazer ideias inovadoras e soluções para a sociedade. Um empreendedor que pensa além de si próprio, provavelmente há de promover o progresso de uma sociedade.

Assim, os resultados alcançados mostram que a visão, a tomada de decisão, a agregação de valor, o dinamismo, a liderança, a rede de relacionamentos, a organização e o conhecimento, abordados como aspectos do perfil do empreendedor, estão na essência dos propósitos das empresas juniores.

Referências

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: conceito e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, V.1, N.1, 2014.

BRASIL JÚNIOR, **Conceito Nacional de Empresa Júnior**. 2007. Disponível em: <<https://www.brasiljunior.org.br/uploads/cms/institucional/file/file/5/CNEJ.pdf>>. Acesso em: 22 de março de 2018.

BRASIL JÚNIOR. **Conceito Nacional de Empresa Júnior**. 2004. Disponível em: <http://www.fundasul.br/download/ConceitoNacionaldeEmpresaJunior.pdf>>. Acesso em: 22 de março de 2018.

CUSTÓDIO, Telma Padilha. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. UNISALESIANO- SP, 2011. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/53972.pdf>>. Acesso em 22 de março de 2018.

CUSTÓDIO, Telma Padilha; TÓFOLI, Eduardo Teraoka; NOGUEIRA, Ana Beatriz. Empreendedorismo: um estudo sobre a importância do empreendedorismo como estratégia de negócios na empresa fenôx locações e eventos. **Revista Científica do Unisalesiano**- Lins-SP, ano 2, n.4, jul/dez de 2011.

DIAS, Nilson dos Santos; QUIXABEIRA, Eliane Dias dos Santos; SHEUER, Lúcio. Análise do comportamento empreendedor dos empresários juniores do estado do Paraná. **Gestão estratégica: tecnologia e o impacto nas organizações**, Ponta Grossa/PR, 2015.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**: A metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo Corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2003.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 5. ed. - Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014.

FILION, Louis J. O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, julho/setembro 1991, Vol. 31, n.3, p 63-71.

KREMER, Aline Willemann; RICHARTZ, Fernando. **Desenvolvimento de um modelo de custeio híbrido para empresas prestadoras de serviço por encomenda**. XVIII Congresso Brasileiro de Custos – Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2011.

MARTINS, Daiana Ransan. **Processo de decisão e empreendedorismo**: um estudo com empreendedores da região oeste de Santa Catarina. Pedro Leopoldo-MG, 2013. Disponível em: <http://www.fpl.edu.br/2013/media/pdfs/mestrado/dissertacoes_2013/dissertacao_daiana_ransan_martins_2013.pdf>. Acesso em: 22 de março de 2018.

MINARELLI, José Augusto. **Networking**: como utilizar a rede de relacionamentos na sua vida e na sua carreira. São Paulo: Editora Gente, 2001.

MORETTO NETO, L., JUNKES, P. N., ROSAURO, D. Z., & BENKO, F. **Empresa Júnior**: Espaço de aprendizagem. Florianópolis: Gráfica Editora Pallotti, 2004.

OLIVEIRA, Janaina Mendes de; RIBEIRO, Fabio de Simoni. **A empresa júnior e a formação de empreendedores**. ANPROTEC, 2011. Disponível em: <[http://anprotec.org.br/anprotec2014/files/artigos/artigo%20\(49\).pdf](http://anprotec.org.br/anprotec2014/files/artigos/artigo%20(49).pdf)>. Acesso em: 22 de março de 2018.

SOUZA, Gustavo Costa de. Empresa Júnior: uma ferramenta facilitadora do processo de aprendizagem através da aplicação imediata de conceitos e teorias à realidade empresarial no ensino de administração no Brasil. **Revista ANGRAD**, Rio

de Janeiro: Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração, 2002. v. 3, n. 4, p. 98-111

STONER, James A. F. FREEMAN, R. Edward. **Administração**. 5 Ed. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1994.

STROBEL NETO, Helmuth. **Empreendedorismo, o processo visionário**: inovação e criatividade. Salvador, 2003. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/10651/1/HELMUTH%20STROBEL%20NETOseg.pdf>>. Acesso em: 22 de março de 2018.