

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
BACHARELADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

JULIANA LIMA SILVA

**O MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR NOS CURSOS DE RELAÇÕES
INTERNACIONAIS: formação complementar, breve panorama nacional e relato de
experiência de intervenção na Líderi Consultoria Internacional**

JOÃO PESSOA-PB

2022

JULIANA LIMA SILVA

**O MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR NOS CURSOS DE RELAÇÕES
INTERNACIONAIS: formação complementar, breve panorama nacional e relato de
experiência de intervenção na Líderi Consultoria Internacional**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Relações Internacionais da Universidade
Federal da Paraíba como requisito parcial
para a obtenção do título de Bacharel em
Relações Internacionais.

Orientadora: Prof. Dr. Elia Elisa Cia Alves

JOÃO PESSOA-PB

2022

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S586m Silva, Juliana Lima.

O movimento Empresa Júnior nos cursos de Relações Internacionais: formação complementar, breve panorama nacional e relato de experiência de intervenção na Líderi Consultoria Internacional / Juliana Lima Silva.
- João Pessoa, 2022.

61 f. : il.

Orientação: Elia Elisa Cia Alves.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Complementaridade em Relações Internacionais. 2. Intervenção empresarial. 3. Líderi Consultoria Internacional. 4. Movimento Empresa Júnior. 5. Empresa Júnior - panorama nacional. 6. Relações Internacionais. I. Alves, Elia Elisa Cia. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 327:658(02)

JULIANA LIMA SILVA

**O MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR NOS CURSOS DE RELAÇÕES
INTERNACIONAIS: formação complementar, breve panorama nacional e relato de
experiência de intervenção na Líderi Consultoria Internacional**

Artigo Tecnológico apresentado ao Curso
de Relações Internacionais da Universidade
Federal da Paraíba como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em Relações
Internacionais.

João Pessoa, 01 de dezembro de 2022

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Elia Elisa Cía Alves – (Orientadora)

Universidade Federal da Paraíba - UFPB



Profa. Dra. Xaman Korai Pinheiro Minillo

Universidade Federal da Paraíba - UFPB

Ma. Mayara Amanda da Costa Lima

Universidade Federal de Pernambuco- UFPE

Para todos aqueles que encontram coragem
em lugares improváveis.

AGRADECIMENTOS

É com grande felicidade que encerro a graduação de Relações Internacionais, a qual me trouxe tantos aprendizados, desafios e amizades para a vida toda.

Só tenho mesmo a agradecer, primeiramente, pela Universidade Federal da Paraíba, por me proporcionar formação em um curso que tanto lutei para estar. Aos professores do departamento de Relações Internacionais que proveram aprendizados e conhecimento excepcionais, em especial a professora e orientadora deste trabalho, Elia Alves, que com seu olhar cuidadoso e perspicaz, e sua enorme bagagem de conhecimento, sempre trouxe sugestões que engrandeceram este trabalho.

Agradeço também, por meio deste, a todos meus colegas da Líderi que, junto comigo, fizeram parte da transformação da empresa durante os anos de 2019 e 2021. A Thaían Moraes que, com toda sua experiência na Ambev, nos orientou e direcionou durante o ano de 2021. A todas as minhas amigas Bea, Carol, Isa, Lara, Maria, Mari, Nanda, Rafa, Soph e Thay que tanto me apoiaram e ensinaram nesses últimos 4 anos. Às minhas avós, que sempre encorajaram a correr atrás dos meus sonhos. A meu namorado Eduardo, que além de meu melhor amigo, foi um grande suporte emocional, ouvinte e aconselhador, principalmente nessa reta final. A meus pais que sempre me incentivaram a ir além das salas de aula. A todos os mais de 60 respondentes dos dois questionários feitos para o artigo, que dispuseram um pouco do seu tempo para contribuir com o trabalho. Aos 4 graduados em Relações Internacionais da UFPB que me ajudaram a contar a história da empresa júnior Líderi e à professora Xaman Minillo, que acreditou e auxiliou nesse projeto extensionista desde o seu início.

Por fim, à Líderi Consultoria Internacional, que foi uma grande divisora de águas durante o meu bacharelado, ao ampliar horizontes e proporcionar experiências que não só contribuíram na complementaridade da minha graduação, como também me tornaram uma profissional mais completa e preparada para o mercado de trabalho.

Muito Obrigada!

RESUMO

O bacharelado de Relações Internacionais é constituído por uma matriz curricular majoritariamente teórica e abrangente, o que abre precedentes para que os alunos procurem e desenvolvam competências e habilidades, por intermédio de atividades complementares. Nesse sentido, este artigo tecnológico busca averiguar de que modo a atividade extensionista, da empresa júnior Líderi Consultoria Internacional, contribuiu na formação complementar dos estudantes de Relações Internacionais da UFPB. Além disso, apresentar a consolidação do Movimento Empresa Júnior no Brasil, especificamente no bacharelado de Relações Internacionais. E, analisar, através de trajetória pessoal, a proposta de intervenção realizada na Líderi Jr., bem como os impactos e resultados nas diferentes instâncias, no ano de 2021. Para tanto, foi empreendido: um panorama de como o Movimento Empresa Júnior se configurou entre os cursos de Relações Internacionais no Brasil; cinco entrevistas semiestruturadas com pessoas relacionadas à história da empresa Líderi Jr.; dois questionários aplicados para mais de 60 membros e ex-membros desta; e a apresentação, mediante relato pessoal e resultados obtidos, das ações intervencionistas desenvolvidas no ano de 2021 na empresa júnior Líderi. A partir da análise das informações coletadas, e das contribuições tecnológicas e sociais da atividade de intervenção, foi constatado a complementaridade da empresa júnior na formação dos bacharéis de Relações Internacionais, por meio do desenvolvimento de habilidades e protagonismo em transformações de impacto.

Palavras-chave: Complementaridade em Relações Internacionais; Intervenção; Líderi; Movimento Empresa Júnior; Panorama Nacional; Relações Internacionais.

ABSTRACT

The bachelor degree of International Relations is composed per curriculum mostly theoretical and ample, which makes way for the students to search and develop competencies and abilities through complementary activities. Thereby, this technological article ascertains how the extension activity, of the junior enterprise Líderi Consultoria Internacional, contributed to the complementarity of graduates of International Relations. Furthermore, presents the consolidation process of Junior Enterprise Movement, specifically of the International Relations courses in Brazil. And, analyze, through personal trajectory, the intervention proposition made at Líderi Jr., as well as the impacts and results in the different instances, in the year 2021. Therefore, was undertaken: a panorama of how the Junior Enterprise Movement sets up amid the courses of International Relations in Brazil; five semi structured interviews with people related to the junior enterprise history, Líderi Jr.; two questionnaires applied for more than 60 members and former members of this; and the presentation, via personal report and obtained results, of interventionist actions developed in the year 2021, within Líderi junior enterprise. As a result of analysis of the information collected, and the technological and social contributions of the intervention activity, it was verified the complementarity of junior enterprise on the graduation of college students of the International Relations course, through the development of skills and leadership in impactful transformations.

Keywords: Complementarity in International Relations; Intervention; Junior Enterprise Movement; Líderi; International Relations; National Panorama.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. CONTEXTO E REALIDADE INVESTIGADA	14
2. 1. Estruturação do Movimento Empresa Júnior	14
2. 2. Evolução do Movimento Empresa Júnior	15
2. 3. A Líderi Consultoria Internacional: histórico e atuação	18
2. 4. Análise Comparativa das Habilidades e Competências	21
2. 5. Consolidação do bacharelado de Relações Internacionais no Brasil	24
3. CONTEXTO DA PROPOSTA DE INTERVENÇÃO	26
4. DIAGNÓSTICO E PROPOSTA DE INTERVENÇÃO	31
5. RESULTADOS OBTIDOS	34
5. 1. Habilidades e Competências desenvolvidas na Líderi Jr.	34
5. 2. Configuração do MEJ nos cursos de Relações Internacionais	35
5. 3. Atividade de Intervenção na Líderi Jr.	44
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS	50
APÊNDICE I. Informações de Empresas Juniores do Curso de Relações Internacionais no mês de setembro de 2022, em ordem alfabética.	53
APÊNDICE II. Resultado do Questionário I sobre Habilidades e Competências que os participantes acreditam ter desenvolvido através da empresa júnior Líderi Consultoria Internacional.	63
APÊNDICE III. Resultado do Questionário II sobre inserção do mercado de trabalho a partir da experiência na empresa júnior Líderi Consultoria Internacional.	63

1. INTRODUÇÃO

O curso de Relações Internacionais (RI) surgiu no Brasil em 1974, na Universidade de Brasília (UnB), e foi reconhecido pelo Ministério da Educação em 1976. Neste período, o país passava por um momento de intensas contradições políticas e econômicas — especialmente devido ao choque do petróleo em 1973 — em função disso, precisou rever as ações desenvolvimentistas e, consequentemente, sua política externa. Com a política externa brasileira (PEB) reformulada, ampliou seus parceiros comerciais, possibilitando uma nova expansão na internacionalização da economia nacional. É nesse sentido que surgiu o curso de Relações Internacionais na Capital Federal, com o objetivo de prover profissionais capazes de atuar na arena internacional. A proposta do bacharelado, em seu prenúncio na UnB, é de forte base teórica, a fim de aprimoramento de capacidade analítica, para traduzir a complexidade dos movimentos internacionais, evidenciando os seus desafios e as oportunidades que deles decorrem (LESSA, 2005).

Todavia, ao passar dos anos, o currículo do curso enfrentou alguns desafios. Na década de 1970, segundo Miyamoto (1999), praticamente não havia pessoas ligadas à Universidade com possibilidade de fazer boas análises sobre a maior parte dos assuntos que diziam respeito à PEB e sobre as Relações Internacionais, uma vez que, tanto na prática quanto na teoria, constituíam-se quase um monopólio dos diplomatas. Dessa forma, as RI ainda careciam de pessoas formadas na área.

No início do Século 21, Miyamoto (2003) relatou o início de uma expansão desigual e sem uniformidade do curso no Brasil, observando outros problemas no bacharelado que, devido ao seu pouco tempo de funcionamento e caráter multidisciplinar, não formava profissionais com perfil definido e habilidades específicas. Ao passar do tempo, observou-se, ainda críticas à área, referindo-se ao curso como majoritariamente teórico, fragmentado e subjetivo, o que, segundo Pecequillo (2010) obrigaria os egressos a constantemente se reafirmarem e encontrarem, nesta brecha, um espaço mais específico para atuar.

Em virtude desses e outros fatores, tornou-se comum estudantes de Relações Internacionais de todo o Brasil buscarem atividades extracurriculares, tais como grupos de estudos, intercâmbios, voluntariados, monitorias, iniciações científicas, estágios e projetos de extensão, na tentativa de complementar sua formação e desenvolver habilidades específicas.

É nessa perspectiva que alunos de Relações Internacionais buscam participar do Movimento Empresa Júnior (MEJ), posto que podem desenvolver competências e protagonizar impacto em diversas áreas, dentro e fora da universidade.

Atividades paralelas às salas de aulas, como laboratórios, jornais e empresas júnior podem, certamente, dar contribuição significativa, ajudando a impulsionar ainda mais o desenvolvimento da área de Relações Internacionais [...] Esse tipo de atuação, além de interessante, torna-se necessário porque atinge uma população externa mais ampla, até agora pouco voltada ou informada sobre o curso ou seus problemas, tanto da grade curricular quanto de conteúdo (MIYAMOTO, 2003, p. 111).

Por consequência, a empresa júnior (EJ) contribui também no distanciamento do desemprego após a formação do estudante, que, segundo pesquisas do Portal Brasil Júnior (2020), é a maior preocupação da comunidade acadêmica brasileira.

Desse modo, a justificativa deste trabalho está em contribuir no registro de relato de atividade extensionista em curso de Relações Internacionais, na qual, segundo a Resolução nº 7 de 18 dezembro de 2018 — referente às diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira — no seu Capítulo I, art. 4º, tornou-a obrigatória na carga horária estudantil, correspondendo a 10% da matriz curricular dos cursos. Ademais, segundo o art. 5º, Item IV da Resolução nº 4 de 4 outubro de 2017 — referente às Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) para o curso de graduação em Relações Internacionais — o bacharelado deverá proporcionar no seu projeto pedagógico formação complementar:

As atividades, a que se refere esse eixo de formação, contemplam os conteúdos de caráter transversal e interdisciplinar, para o enriquecimento do perfil do formando. Seu objetivo é possibilitar ao aluno reconhecer e testar habilidades, conhecimentos e competências, inclusive fora do ambiente acadêmico, incluindo a prática de estudos e atividades independentes. As atividades a que se refere o eixo de formação complementar [...] devem prever acompanhamento, orientação e avaliação de docentes do curso, segundo critérios regulamentados no âmbito de cada Instituição de Educação Superior. (RESOLUÇÃO Nº 4 DE 4 DE OUTUBRO DE 2017).

Outrossim, a experiência em empresas juniores pode contribuir para escalar o desenvolvimento dos universitários em profissionais mais completos, segundo as dez habilidades descritas no relatório de 2018 do *World Economic Forum* (WEF) sobre o futuro do trabalho, o empresário júnior é desafiado a todo momento em aprimorá-las durante seu percurso na empresa júnior (BRASIL JÚNIOR, 2020). Vale destacar que estas habilidades,

também denominadas como *Soft Skills*¹, estão também em consonância com as 16 competências — que o curso de Relações Internacionais deve possibilitar à formação profissional — descritas no art. 4º da Resolução nº 4 de 4 de outubro de 2017.

Ao longo do trabalho, será demonstrado, através da minha experiência e de outros alunos, que na empresa júnior, o estudante não só tem a oportunidade de desenvolver essas *Soft Skills*, como também aumentar suas chances de inserir-se no mercado de trabalho, durante ou após a graduação.

Desse modo, a relevância deste artigo tecnológico está relacionado em dois aspectos: o primeiro, referente ao baixo acervo de bibliografias que relacionam o Movimento Empresa Júnior com o bacharelado de Relações Internacionais; e o segundo, pela ausência de Trabalhos de Conclusão de Curso, no curso de Relações Internacionais da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), na modalidade de Artigo Tecnológico, que desde a Resolução nº 1 de 24 de agosto de 2020², é regulamentado e corresponde a, segundo o art. 2º do Capítulo I, Item III: produção do discente como resultado de sua participação em projeto de extensão ou em atividade de intervenção realizada pela Empresa Jr.

Isto posto, o problema que norteia esta pesquisa é: como a participação em atividade extensionista de empresa júnior pode contribuir na formação complementar dos bacharéis de Relações Internacionais?

À vista disso, este artigo tecnológico compreende três objetivos específicos, o primeiro, averiguar de que modo a atividade extensionista, da empresa júnior Líderi Consultoria Internacional, contribuiu na formação complementar dos alunos de Relações Internacionais da UFPB, segundo, apresentar a consolidação do Movimento Empresa Júnior no Brasil, especialmente no curso de bacharelado em Relações Internacionais e, terceiro, analisar, através de trajetória pessoal, a proposta de intervenção realizada, no ano de 2021, na Líderi Jr., tal qual os impactos e resultados nas diferentes instâncias.

O trabalho é predominantemente qualitativo e os procedimentos metodológicos utilizados foram: levantamento de dados no Portal Brasil Júnior, a fim de obter um panorama nacional de como o Movimento Empresa Júnior configurou-se no Brasil, especificamente nos cursos de Relações Internacionais; entrevistas semiestruturadas feitas com dois fundadores da

¹ De acordo com Phillips e Phillips (2015), as *Soft Skills* promovem organizações ágeis e inovadoras. Não são apenas habilidades de comunicação, mas também atributos pessoais que melhoram as interações de um indivíduo, bem como o desempenho no trabalho e as perspectivas de carreira (CACCIOLATTI; LEE; MOLINERO, 2017).

² Regulamenta a atividade de Trabalho de Conclusão de Curso, fixada no Projeto Político-Pedagógico do Curso de Graduação em Relações Internacionais, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Campus I da Universidade Federal da Paraíba.

empresa júnior Líderi, os egressos Ramon de Figueiredo³ e Mayara Costa⁴, com duas ex-presidentes da EJ, as egressas Ana Beatriz Scherer⁵ e Jaldielle Anjos⁶ e com a professora supervisora de projeto de extensão no período de formação, Xaman Minillo⁷ para apresentar a história da empresa júnior Líderi, as motivações e percursos dos participantes. Também foram realizados dois questionários, na plataforma *Google Forms*, o primeiro com apenas 1 pergunta e 60 respondentes, relacionado a quais habilidades e competências os alunos, que estão atualmente na empresa júnior e que não estão mais atuando na Líderi Jr., acreditam ter adquirido durante seu percurso na EJ. O segundo, com 6 perguntas e 39 respondentes, sobre inserção no mercado de trabalho, direcionadas aos estudantes de RI da Universidade Federal da Paraíba que já participaram da Líderi Consultoria Internacional. Além disso, é apresentado, por meio de trajetória pessoal, ações intervencionistas realizadas na Líderi durante o ano de 2021, bem como contribuições sociais e tecnológicas.

Quanto à estrutura do trabalho, após a introdução, a segunda seção corresponde à estruturação e origem do Movimento Empresa Júnior e como este configurou-se no Brasil, na Paraíba e no curso de Relações Internacionais, concomitantemente, a história da Líderi, os motivos que me levaram a participar do MEJ e as habilidades que podem ser desenvolvidas neste espaço. Nesta seção também é apresentado como o curso de Relações Internacionais se consolidou no Brasil. Dando continuidade, a terceira seção discorre sobre o contexto da proposta de intervenção realizada em 2021, através das minhas experiências vivenciadas nos anos de 2019 e 2020, frente aos problemas encontrados na EJ. A partir disso, na quarta seção, é mostrado o diagnóstico e quais foram as soluções encontradas para estes problemas, no ano de 2021. Na quinta seção encontra-se os resultados obtidos dos objetivos específicos. Por fim, a sexta seção trata das considerações finais.

³ Ramon de Figueiredo Leandro, graduado em Relações Internacionais pela Universidade Federal da Paraíba.

⁴ Mayara Amanda da Costa Lima, graduada em Relações Internacionais pela Universidade Federal da Paraíba e Mestra em Administração pela Universidade Federal de Campina Grande.

⁵ Ana Beatriz Scherer Soares Neves, graduada em Relações Internacionais pela Universidade Federal da Paraíba.

⁶ Jaldielle Anjos de Araújo, graduada em Relações Internacionais pela Universidade Federal da Paraíba.

⁷ Xaman Korai Pinheiro Minillo, professora do curso de Relações Internacionais da Universidade Federal da Paraíba.

2. CONTEXTO E REALIDADE INVESTIGADA

Nas subseções seguintes será apresentado o sistema organizacional do Movimento Empresa Júnior, baseando-se em documentos oficiais da Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Júnior)⁸. Para mais, será demonstrado as motivações do surgimento do MEJ na Europa, como este chegou no Brasil e, consequentemente, nos cursos de Relações Internacionais. Dando prosseguimento, será relatado a história da empresa júnior Líderi Consultoria Internacional, as habilidades do profissional do futuro (2018) e as competências do profissional de RI (2017) e, por último, a consolidação do bacharelado de Relações Internacionais no Brasil.

2. 1. Estruturação do Movimento Empresa Júnior

Segundo o Art. 2º do Conceito Nacional de Empresas Juniores (CNEJ), as empresas juniores são constituídas pela articulação de alunos matriculados em cursos de graduação em instituições de ensino superior, organizados em uma associação civil com o intuito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento do país e de formar profissionais capacitados e comprometidos com esse objetivo. De acordo com o Art. 3º do CNEJ, a EJ tem como 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 – Realizar projetos e/ou serviços preferencialmente para micro e pequenas empresas, e terceiro setor, nacionais, em funcionamento ou em fase de abertura, ou pessoas físicas, visando ao desenvolvimento da sociedade;

III – Fomentar o empreendedorismo de seus associados.

Ainda segundo o documento, no Art. 8º, relacionado aos aspectos jurídicos, a empresa júnior deverá:

I – Constituir-se como associação civil, pessoa jurídica de direito privado, devidamente registrada na forma da Lei;

II – Cadastrar-se regularmente junto ao CNPJ/MF;

⁸ Órgão responsável pela regulamentação, suporte e representação do Movimento Empresa Júnior em âmbito nacional. É estruturada na forma de pessoa jurídica de direito privado, sendo uma associação civil sem fins lucrativos (PEREIRA; SANTOS, 2013).

III – Respeitar, observar e cumprir incondicional e imperativamente as Legislações Federal, Estadual e Municipal.

Dessa forma, a empresa júnior possui finalidades educacionais, na medida em que capacita os acadêmicos para o mercado de trabalho por meio da realização de projetos, inculcando-lhes senso de responsabilidade e desenvolvendo habilidades (BRASIL JÚNIOR, 2020). Além do mais, segundo a Confederação Brasileira de Empresas Juniores:

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) insere jovens no mercado de trabalho enquanto estes ainda estão cursando a universidade. Isso, em si, já é positivo, uma vez que a empresa júnior oferece uma combinação equilibrada entre teoria e prática. A responsabilidade de atender clientes reais amadurece ideias e posturas, pois decisões possuem um potencial transformador efetivo (BRASIL JÚNIOR, 2021).

Percebe-se que o MEJ compreende-se como uma associação civil, sem fins lucrativos, formado exclusivamente por alunos regularmente matriculados em uma instituição de ensino superior, ligada a uma ou mais graduações — ou cursos técnicos — os quais participam de forma voluntária, sob a supervisão de professores, ou de profissionais especializados em uma determinada área. Apesar de vinculadas a uma IES e a pelo menos um curso de graduação, as EJs possuem gestão interna autônoma em relação à direção da faculdade, ao centro acadêmico e a qualquer outra entidade acadêmica (TORRES, 2020, p. 26). Assim, o movimento tem como intento proporcionar experiência de mercado, pois o estudante, ao prestar serviços e projetos para, em sua maioria, micro e pequenas empresas, contribui para o desenvolvimento da economia da região no qual está inserido.

2. 2. Evolução do Movimento Empresa Júnior

O Movimento Empresa Júnior teve seu início em 1967 na cidade de Paris, França, como iniciativa de estudantes da *L'École Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales*⁹ (ESSEC) que identificaram a necessidade de desenvolver competências mesmo durante o ensino superior, visando aprimorar sua atuação como futuro profissional e prover transformações além do campo da universidade. Dessa maneira, criaram a primeira *Junior Enterprise*, ou Empresa Júnior, uma associação que proporcionasse realidade empresarial, antes da conclusão dos cursos que estavam realizando (ANDRADE, 2015, p. 3).

Rapidamente, o conceito do movimento se espalhou por toda a Europa e, juntamente com a expansão, cresceu também a necessidade de uma confederação que representasse esse

⁹ Escola Superior de Ciências Econômicas e Comerciais.

segmento e estimulasse sua conexão e o seu desempenho, surgindo a Confederação Européia de Empresas Juniores (GEIE):

[...] criados pela Espanha (CEJE), Suíça (USJE), França (CNJE), Itália (CIJE), Portugal (JEP), e Holanda (FNJE), no ano de 1990. Em 1992, se amplia o número de países participantes na GEIE, com a inclusão da Alemanha (BDSU) e a Noruega (JEN), constituindo assim, a JADE (Junior Association for Development of Europe), sendo hodiernamente conhecida como Confederação Européia de Empresas Juniores (European Confederation of Junior Entreprises) (MACIEL; BARBOSA; FILHO, 2008, p. 3).

Em 1987, vinte anos após a criação da primeira empresa júnior, João Carlos Chaves, na época diretor da Câmara de Comércio Franco-Brasileira, foi o precursor do movimento em território brasileiro, sendo um dos responsáveis por orientar alunos de Administração da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo a fundarem a primeira EJ do Brasil, a EJFGV (ANDRADE, 2015).

Rogério Chér, que era então um desses alunos de administração da FGV, relatou em entrevista (2017), para a Confederação Brasileira de Empresas Juniores, que independentemente de estudar em uma das mais prestigiadas escola de negócios da América Latina, tanto ele quanto seus colegas não tinham acesso a boas oportunidades de estágios que os ajudassem no seu futuro profissional, seja devido a crise econômica que o país passava, seja pelas regras limitantes da universidade. Em junho de 1988, ele e outros alunos de administração da FGV visitaram a Câmara de Comércio Franco-Brasileira, onde João Carlos Chaves mostrou para eles que a empresa júnior era uma organização formada e gerida por estudantes, com o objetivo de proporcionar um complemento prático à formação teórica, ou seja, uma oportunidade de aprendizado ainda mais amplo do que um estágio (VEIGA, 2019). Após ouvirem mais detalhes sobre o projeto e entenderem sua relevância para a faculdade e para o Brasil, fundaram a EJFGV.

Chér conta também em entrevista para a Brasil Júnior (2017) que, inicialmente, os estudantes tiveram alguns obstáculos, principalmente com a direção da faculdade que os acusava de uso indevido do nome da instituição, todavia, isso lhes deu impulso para prosseguir e realizar a primeira consultoria para a Fundação SOS Mata Atlântica, com o apoio financeiro da Federação de Comércio de São Paulo e midiático da Folha de São Paulo. Consequentemente a faculdade não interviu mais negativamente e o movimento se tornou mais conhecido no país.

À vista disso, estudantes, de todas as regiões do país, compreenderam o valor daquela iniciativa e recorreram a eles para levar adiante o mesmo tipo de experiência em outras instituições de ensino, tornando o movimento popular em todo território brasileiro¹⁰.

Após quatro anos desde a divulgação das ações realizadas pela EJFGV, juntamente com outras demais empresas juniores que foram se formando ao longo desse período, estudantes do estado da Paraíba, inspirados pelo conceito do MEJ, e das possíveis transformações que ele pode trazer dentro e fora do campo universitário, formam a primeira empresa júnior paraibana, a EJA, do curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba, em 1991, com o intuito de aproximar a formação acadêmica das demandas do mercado de trabalho, dando início a expansão do movimento no estado paraibano (LUCENA; SILVA, 2021).

Em 2001, ocorreu na cidade de Curitiba o Encontro Nacional de Empresas Juniores (ENEJ), que contou com a presença de empresários juniores de todo o Brasil. Contudo, durante o evento, foi percebido ainda limitada atuação no estado paraibano, visto que diversos estados brasileiros presentes no evento possuíam uma Federação de Empresas Juniores¹¹ — órgão responsável pela representação das Empresas Juniores do Estado — enquanto que a Paraíba, até aquele momento, não dispunha desse tipo de representatividade. Desse modo, ao observarem a relevância da existência de uma associação, que fosse capaz de conectar e promover a integração e o desenvolvimento das empresas juniores paraibanas, os alunos participantes do evento decidiram criar a Federação Paraibana de Empresas Juniores, a PB Júnior¹².

No decorrer dos anos, o Movimento Empresa Júnior foi disseminando-se por todos os estados do país, em diferentes instituições de ensino superior e cursos. Em 1994, surgiu a primeira empresa júnior do curso de Relações Internacionais no Brasil, a Domani, na Universidade de Brasília. Segundo relato dado pelas estudantes Marielle e Christiane, disponível no site oficial da EJ¹³, estas estavam inseguras em relação ao futuro profissional após o término da graduação, pois procuravam outras áreas fora a diplomacia. Então, com

¹⁰ Segundo dados mais recentes da Confederação Brasileira de Empresas Juniores, as empresas juniores brasileiras já movimentaram mais de R\$ 32 milhões em 2020, com mais de 24 mil projetos. São mais de 1.250 empresas em cerca de 225 instituições de ensino superior (SARINGER, 2020).

¹¹ Segundo o Art.14. da Seção III do Código de Ética do Movimento Empresa Júnior, as Federações devem ser o elo entre as Empresas Juniores e o órgão de representação nacional, agindo na regulamentação das atividades.

¹² Segundo dados mais recentes, do Censo da Brasil Júnior de 2022, conta com 33 empresas juniores, presentes em 5 instituições de ensino do estado.

¹³Disponível em:
https://www.domaniconsultoria.com/?gclid=Cj0KCQiA4aacBhCUARIsAI55maHXLIMNq8spusRFkxkJEBYRtS0EBVh8XC2Vy3ZjLlj0jjHjFa5mcaYaApbTEALw_wcB.

uma carta de recomendação do professor, ambas as alunas viajaram para São Paulo a fim de entender melhor o mercado e sondar oportunidades profissionais. Na ocasião, conheceram o Movimento Empresa Júnior e, com base nos conhecimentos adquiridos durante a viagem, fundaram a primeira empresa júnior do curso de Relações Internacionais no Brasil.

2. 3. A Líderi Consultoria Internacional: histórico e atuação

Em 2012, estudantes do bacharelado de Relações Internacionais da Universidade Federal da Paraíba decidiram fundar a Líderi Consultoria Internacional, ou Líderi Jr. Na ocasião, vislumbrou-se uma empresa júnior focada em ações de captação de recursos, projetos vinculados a programas sociais e treinamentos nas diversas áreas do bacharelado.

Conforme resultados de entrevistas, realizadas entre os meses de setembro e novembro de 2022, observou-se que a Líderi Jr. — com o suporte da Federação Paraibana, da empresa júnior EJA e da professora Xaman Minillo — teve seu início no ano de 2012, após 3 tentativas. Os alunos contam em entrevista que, ao passarem por alguns períodos tendo disciplinas predominantemente teóricas, pouco conseguiam vislumbrar sua aplicação, durante ou após a graduação. Com isso, estavam insatisfeitos e com vontade de mudar esse quadro, por não terem clareza das possibilidades de atuação profissional e para prepararem-se para o mercado de trabalho.

Portanto, instigados a ter experiências práticas, além da sala de aula, decidiram que era necessário inserir-se no Movimento Empresa Júnior, pois, por meio dele, seriam capazes de contornar essa situação, uma vez que havendo capacitação profissional, poderiam ter mais facilidade na inserção do mercado de trabalho, ainda durante a universidade, outrossim, ampliar da rede de *networking* e ter aprendizados, para além da academia.

Nesse contexto, surgiu a Líderi Jr, nome dado por Ramon Figueiredo, referente à junção das palavras Líder e a sigla de Relações Internacionais, RI. O graduado explica em entrevista que os alunos, nesse período, estavam bastante motivados para realizar atividades extraclasse. A partir das primeiras experiências promovidas pelo MEJ, conceberam o quanto este contribuía para exercerem liderança, não apenas nos projetos em que estavam inseridos, mas também na sua própria jornada enquanto estudantes, profissionais e seres humanos. Afinal, não só estavam impactando positivamente alunos e organizações de caráter social, como também a imagem do curso de RI da UFPB, por meio da promoção de feiras, eventos, treinamentos e prospecção de estágios na cidade de João Pessoa.

Posteriormente, em 2017¹⁴, novos ingressantes faziam parte da Líderi¹⁵ e, segundo as pós juniores¹⁶ Beatriz Scherer e Jaldielle Anjos, estes tinham o sonho de executar projetos relacionados à área de comércio exterior¹⁷, também denominado como comex, pois queriam que a empresa júnior fosse capaz de antecipar a experiência do mercado de trabalho e se tornasse um espaço que complementasse a graduação, desenvolvesse os membros e aumentasse a chance de empregabilidade dos alunos, o que segue com o Item I do Art. 2º do Conceito Nacional da Empresas Juniores (CNEJ)¹⁸. Ainda, em 2017, Jaldielle conta em entrevista que alguns membros da empresa participaram do ENEJ e, devido a conversas com outras empresas juniores de Relações Internacionais, perceberam que o que mais gerava lucro para essas outras EJs eram serviços de comércio exterior, o que é essencial para uma EJ, visto que por meio do faturamento alcançado, podem proporcionar ainda mais complementaridade na formação dos participantes, através de capacitações, participação em eventos do MEJ, transporte, aprimoramento de ferramentas, entre outros.

Ademais, as formandas relatam que, inicialmente, buscaram, temporariamente, vender projetos de tradução, para que a empresa tivesse fluxo de caixa em curto prazo e, desse modo, poderiam ter as documentações necessárias para que enfim a EJ pudesse ser federada à PB Júnior¹⁹.

Além disso, Ana Beatriz conta em entrevista que, em 2018, ocorreu outra virada de chave quando, a empresa júnior, aproximou-se do projeto de extensão da Universidade

¹⁴ A empresa prosseguiu com diferentes gestões durante os anos de 2013 a 2016, contudo, não foram obtidas respostas de egressos desse período.

¹⁵ Segundo o questionário II, realizado em novembro de 2022, com 39 pós juniores da Líderi Consultoria Internacional, a rotatividade na EJ é alta, em sua maioria, os estudantes ficam no mínimo 6 meses, no máximo 2 anos.

¹⁶ Aqueles ou aquelas que já fizeram parte do Movimento Empresa Júnior.

¹⁷ Segundo Mayara Costa, os alunos já haviam executado projetos e treinamentos relacionados à área de comércio exterior, mas esse nunca havia sido o único foco da empresa até então.

¹⁸ 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.

¹⁹ A federação de uma EJ abre um leque de novas possibilidades. Por meio do contato com outras EJs e clientes consolidados, a empresa se torna parte de um movimento muito maior e é inserida em uma coletividade pautada pelo apoio e crescimento mútuo. Além disso, a empresa se coloca em evidência no mercado de trabalho através das participações em eventos e indicações entre as empresas federadas (FEDERAÇÃO DE EMPRESAS JUNIORES DE SÃO PAULO, 2021).

Federal da Paraíba, o PROBEX COMEX²⁰, coordenado pela professora Márcia Paixão²¹, pois a partir dessa colaboração, os membros da EJ desfrutaram da oportunidade para aprofundar-se no tema e prospectar novas parcerias, como a Federação das Indústrias (FIEP) e o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX). Foi quando, naquele ano, conseguiram vender dois projetos relacionados à área de comex, consultorias internacionais para exportação de madeira e temperos alimentícios.

Seguidamente, em julho de 2018, ingressei no curso de Relações Internacionais da UFPB e, nos primeiros períodos, pude cursar diversas disciplinas basilares e teóricas do bacharelado, como Introdução às Relações Internacionais, Introdução à Ciência Política, História Econômica Geral, Teoria Política Moderna, Teoria das Relações Internacionais, entre outras. Porém, apesar da pertinência desses conteúdos para a minha formação, eu percebia que apenas assistir àquelas aulas, realizar as avaliações e aprender variados conteúdos e conceitos teóricos, não seria suficiente para meu êxito fora da universidade.

Desse modo, procurei conhecer as diferentes atividades extensionistas que meu curso ofertava para os discentes, a fim de complementar a graduação. Perpassei por alguns grupos de estudo, projetos de extensão, até que enfim tive conhecimento da empresa júnior, por meio de algumas colegas que já faziam parte, as quais comentavam o quão gratificante era ter experiências que fossem capazes de ampliar sua visão de mundo e que oferecessem prática de mercado de trabalho ainda durante a graduação.

Aquilo me chamou atenção, porque mesmo que o curso de RI seja multidisciplinar, ele é predominantemente teórico e, em 2019, eu não tinha conhecimento de projetos que proporcionassem a oportunidade de desempenhar vivências práticas e complementares voltadas ao mercado profissional. Ademais, era muito comentado por nossos veteranos o quão difícil era encontrar estágios relacionados ao nosso curso — seja por causa da pouca oferta direcionada a alunos de Relações Internacionais na cidade de João Pessoa, seja devido ao pouco preparo que os mesmos tinham em relação ao mercado de trabalho — e que pudessem agregar e contribuir enquanto futuro internacionalista.

²⁰ Segundo o site oficial da UFPB, o PROBEX COMEX tem por objetivos proporcionar e democratizar conhecimentos de Comércio Exterior no estado da Paraíba, desenvolver visão estratégica para atuação profissional e empreendedora na área e fomentar o comércio exterior no Estado. Seu público-alvo são graduandos de cursos das Ciências Sociais Aplicadas e correlatos, empresários juniores, técnicos e novos profissionais na área de comércio exterior, pequenas empresas, instituições de fomento ao comércio exterior e demais interessados em negócios internacionais.

²¹ Márcia Cristina Silva Paixão é professora do departamento de economia da Universidade Federal da Paraíba e fundadora-coordenadora do Projeto de Extensão PROBEX COMEX, o primeiro projeto de extensão acadêmico em comércio exterior da Paraíba.

Assim, em virtude de todos esses fatores, decidi realizar minha inscrição e participar do Processo Seletivo da Líderi Jr. do segundo semestre de 2019. Cada um dos inscritos precisou passar por entrevistas, testes, dinâmicas, atividades de projetos e marketing, desafios de vendas, entre outros. Todas essas etapas tinham como intuito conhecer cada um dos participantes e filtrar aqueles que possuíam *Soft Skills* atreladas, e com potencial de serem desenvolvidas, à cultura da empresa júnior, como liderança, resiliência, espírito colaborativo e organização. Pois, como a maioria estava iniciando seus primeiros passos na carreira, não seria possível mensurar ainda suas *Hard Skills*²², sendo esperado que as mesmas fossem obtidas ao longo do desenvolvimento de suas atividades na Líderi.

2. 4. Análise Comparativa das Habilidades e Competências

Essas e outras *Soft Skills*, desenvolvidas na empresa júnior, estão diretamente relacionadas, segundo o Portal Brasil Júnior (2020), às dez habilidades²³ descritas no relatório (2018) do *World Economic Forum* sobre o futuro do trabalho, pois o empresário júnior é desafiado a todo momento em aprimorá-las durante seu percurso. Vale destacar que estas habilidades estão também em consonância com as 16 competências²⁴ — que o curso de Relações Internacionais deve possibilitar à formação profissional — descritas no art. 4º da Resolução nº 4 de outubro de 2017, conforme demonstrado no Quadro 1.

²² *Hard Skills* são específicas, facilmente justificáveis e mensuráveis, podem ser aprendidas e aperfeiçoadas no decorrer dos anos (ROBLES, 2012).

²³ Resolução de problemas complexos; Pensamento crítico; Criatividade; Gestão de pessoas; Coordenação; Inteligência emocional; Capacidade de julgamento e tomada de decisão; Orientação para servir; Negociação; Flexibilidade cognitiva.

²⁴ Capacidade de compreensão de questões internacionais no seu contexto político, econômico, histórico, geográfico, estratégico, jurídico, cultural, ambiental e social, orientada por uma formação geral, humanística e ética; Capacidade de solução de problemas numa realidade diversificada e em transformação; Capacidade de utilização de novas tecnologias de pesquisa e comunicação; Habilidades interpessoais (consciência social, responsabilidade social e empatia); Capacidade de planejar, propor, executar e avaliar ações de promoção do desenvolvimento na escala local, a partir da coerente integração entre teoria e prática; Capacidade de planejar e executar estrategicamente a internacionalização de organizações de diferentes tipos; Domínio na elaboração, avaliação e aplicação de instrumentos normativos internacionais; Utilização dos métodos quantitativos e qualitativos para análise de fenômenos históricos e contemporâneos de política internacional; Raciocínio lógico e expressão adequada de ideias complexas; Utilização adequada de teorias e conceitos próprios do campo de Relações Internacionais e seu uso na análise de situações concretas; Postura crítica com relação a argumentos, evidências, discursos e interpretações, com relação tanto a eventos e processos internacionais, quanto a abordagens, teorias e perspectivas em Relações Internacionais; Domínio das habilidades relativas à efetiva comunicação e expressão oral e escrita em língua portuguesa; Capacidade de compreensão em língua estrangeira, em especial em língua inglesa; Capacidade de pesquisa, análise, avaliação e formulação de cenários para atuação na esfera internacional; Capacidade de tomada de decisões; planejamento, condução, análise e avaliação de negociações e de resolução de problemas numa realidade diversificada e em constante transformação; Capacidade de formular, negociar e executar projetos de cooperação internacional.

Quadro 1. Relação das Habilidades do Profissional do Futuro com as Competências do Profissional de RI.

Habilidades do Profissional do Futuro	Competências do Profissional de RI
1. Resolução de Problemas Complexos.	II - Capacidade de solução de problemas numa realidade diversificada e em transformação; VIII - Utilização dos métodos quantitativos e qualitativos para análise de fenômenos históricos e contemporâneos de política internacional; IX - Raciocínio lógico e expressão adequada de ideias complexas.
2. Pensamento Crítico.	I - Capacidade de compreensão de questões internacionais no seu contexto político, econômico, histórico, geográfico, estratégico, jurídico, cultural, ambiental e social, orientada por uma formação geral, humanística e ética; XI - Postura crítica com relação a argumentos, evidências, discursos e interpretações, com relação tanto a eventos e processos internacionais, quanto a abordagens, teorias e perspectivas em Relações Internacionais.
3. Criatividade.	II - Capacidade de solução de problemas numa realidade diversificada e em transformação.
4. Gestão de Pessoas.	IV - Habilidades interpessoais (consciência social, responsabilidade social e empatia).
5. Coordenação.	V - Capacidade de planejar, propor, executar e avaliar ações de promoção do desenvolvimento na escala local, a partir da coerente integração entre teoria e prática; VI - Capacidade de planejar e executar estrategicamente a internacionalização de organizações de diferentes tipos; VII - Domínio na elaboração, avaliação e aplicação de instrumentos normativos internacionais; XVI - Capacidade de formular, negociar e executar projetos de cooperação internacional.
6. Inteligência Emocional.	IV - Habilidades interpessoais (consciência social, responsabilidade social e empatia).
7. Capacidade de Julgamento e Tomada de Decisão.	XV - Capacidade de tomada de decisões; planejamento, condução, análise e avaliação de negociações e de resolução de problemas numa realidade diversificada e em constante transformação.
8. Orientação Para Servir.	IV - Habilidades interpessoais (consciência social, responsabilidade social e empatia).
9. Negociação.	IX - Raciocínio lógico e expressão adequada de ideias complexas; XII - Domínio das habilidades relativas à efetiva comunicação e expressão oral e escrita em língua portuguesa;

	XIII - Capacidade de compreensão em língua estrangeira, em especial em língua inglesa; XV - Capacidade de tomada de decisões; planejamento, condução, análise e avaliação de negociações e de resolução de problemas numa realidade diversificada e em constante transformação XVI - Capacidade de formular, negociar e executar projetos de cooperação internacional.
10. Flexibilidade Cognitiva.	I - Capacidade de compreensão de questões internacionais no seu contexto político, econômico, histórico, geográfico, estratégico, jurídico, cultural, ambiental e social, orientada por uma formação geral, humanística e ética; II - Capacidade de solução de problemas numa realidade diversificada e em transformação; III - Capacidade de utilização de novas tecnologias de pesquisa e comunicação; IV - Habilidades interpessoais (consciência social, responsabilidade social e empatia); XII - Domínio das habilidades relativas à efetiva comunicação e expressão oral e escrita em língua portuguesa; XIII - Capacidade de compreensão em língua estrangeira, em especial em língua inglesa XVI - Capacidade de formular, negociar e executar projetos de cooperação internacional.

Fonte: Elaboração própria a partir das informações encontradas no relatório da WEF de 2018 e das DCNs da Resolução nº 4 de outubro de 2017 (2022).

Em novembro de 2022 foi realizado um questionário com 60 respondentes, pós juniores e atuais empresários juniores da Líderi Jr., em que poderiam selecionar habilidades²⁵ que acreditassem ter desenvolvido durante a trajetória na empresa júnior. A pesquisa foi feita com o propósito de identificar se, através da Líderi Consultoria Internacional, o bacharel adquiriu formação complementar, no desenvolvimento de competências descritas nas Diretrizes Curriculares Nacionais da Resolução nº 4 de 4 de outubro de 2017, as quais estão alinhadas com as habilidades com as habilidades do futuro, redigidas no relatório do *World Economic Forum* (2018).

²⁵ No questionário havia 35 opções de habilidades e competências que o aluno poderia marcar, sem número mínimo ou máximo de marcações: Agilidade; Capacidade de Análise de Cenários; Capacidade de Compreensão de Questões Internacionais; Capacidade de Execução de Projetos; Capacidade de Julgamento e Tomada de Decisão; Capacidade de Planejamento; Capacidade de Utilização de Novas Tecnologias; Competitividade; Comunicação; Coordenação; Criatividade; Economia; Empreendedorismo; Escuta Ativa; Flexibilidade Cognitiva; Gestão de Negócios; Gestão de Pessoas; Habilidades Interpessoais; Inovação; Inteligência Emocional; Liderança; Línguas Estrangeiras; Marketing; Negociação; Organização; Orientação a Resultados; Orientação para servir; Pensamento Crítico; Proatividade; Raciocínio Lógico; Resiliência; Resolução de Conflitos; Resolução de Problemas Complexos; Trabalho em Equipe e Vendas. O respondente poderia também adicionar outras opções que acreditasse ter desenvolvido.

2. 5. Consolidação do bacharelado de Relações Internacionais no Brasil

O curso de Relações Internacionais surgiu no Brasil quando, no país, atravessavam-se intensas contradições na política externa, como explicitados pelo professor titular da UnB, Antônio Lessa:

Esse período foi especialmente marcado pela transformação da conjuntura econômica internacional que se iniciou com o choque do petróleo, de 1973, e que forçou o Estado brasileiro a rever as metas de crescimento espetaculares que caracterizam o que se denomina de “milagre brasileiro”. Uma das respostas para o desafio da desaceleração econômica foi a formulação de uma política externa mais criativa e assertiva, que se mostrasse liberada dos preconceitos ideológicos da Guerra Fria e abertamente vinculada com a expansão internacional da economia brasileira (LESSA, 2005, p. 34).

Desse modo, o país destinava-se, além de parcerias mais tradicionais como os Estados Unidos e Oeste Europeu, a novas possibilidades advindas de outras regiões, como África portuguesa, China e Leste Europeu (LESSA, 2005). E por esses motivos, surgiu a criação de um programa de curso, na Universidade de Brasília, em 1974, capaz de formar profissionais que pudessem atuar, juntamente com o Estado, em ações convergentes à internacionalização do Brasil. Segundo a Mestre em Relações Internacionais, Taís Julião (2012), a Comissão de Implementação do curso (1973), tinha como objetivo relacionar a formação de RI ao conjunto das dinâmicas nacionais de caráter econômico, as quais naquele período, estavam ligadas ao desenvolvimento como ângulo do projeto nacional.

Lessa (2005) aponta que esse programa permaneceu no país como o único durante anos, até que ao final dos anos 1980, um segundo programa emergiu, dessa vez com ênfase no ensino do comércio exterior, localizado na região Sudeste, na faculdade Estácio de Sá, do Rio de Janeiro, diferenciando-se de disciplinas típicas de Relações Internacionais. Outrossim, o estado carioca foi um dos pioneiros no que diz respeito aos pólos de pesquisa e de ensino em pós-graduação²⁶, centros estes que tiveram importância na formação de docentes da área e, consequentemente, na expansão do curso na região e no país.

Para mais, Antônio Lessa (2005) destaca que a partir de 2001, outros programas de ensino de pós-graduação foram lançados — com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) — estes de mestrado em Relações Internacionais, com o suporte de três grandes Universidades, a Pontifícia Universidade

²⁶ Criado em 1979, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Católica de São Paulo (PUC-SP), a Universidade de Campinas (Unicamp) e a Universidade Estadual Paulista (Unesp).

Assim, a fim de ter um panorama de como o Movimento Empresa Júnior se configurou entre os mais de 100 cursos de Relações Internacionais no Brasil²⁷, foi realizado um levantamento de dados, pelo Portal Brasil Júnior²⁸, e pelos sites das empresas juniores, identificando as principais características relacionadas às EJs que contemplam cursos de RI, no total 29, de janeiro a setembro de 2022.

Os dados são apresentados no Apêndice I, em ordem alfabética e estão separados pelas categorias: nome da empresa júnior, faculdade em que está instituída, localização, cursos que compõem, quantidade de membros, serviços prestados e faturamento total de janeiro a setembro de 2022.

A partir dos dados coletados, foi possível destacar alguns aspectos e realizar análises dos seguintes pontos: predominância regional, motivos pelos quais outros cursos compõem EJs de Relações Internacionais, enfoque dos serviços prestados, diferenças e similaridades nos serviços prestados pelas empresas juniores que realizam junções em comparação com as que não realizam, soma e média de faturamento de janeiro a setembro de 2022 das EJs de RI, média de número membros por empresa júnior e porcentagem de EJs em instituições de ensino superior público e privado.

²⁷ Ranking Universitário Folha de São Paulo, 2019.

²⁸ Tanto o empresário júnior quanto o pós júnior têm acesso a estes dados de maneira gratuita. Disponível em: <https://portal.brasiljunior.org.br/dados-da-rede>.

3. CONTEXTO DA PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

Dado o contexto e realidade investigada, o trabalho segue com relato pessoal de experiência na Líderi Jr., em que perpassa pelos anos de 2019 e 2020 para enfim adentrar em 2021, ano no qual foi empreendido a atividade de intervenção na referente empresa júnior.

Com a aprovação na Líderi Consultoria Internacional, após um mês de diversos desafios, iniciei na equipe operacional como consultora do time de marketing. Fui designada para desempenhar atividades de *Inbound Marketing*²⁹, gerenciamento das redes sociais — como Instagram, LinkedIn — e, também, pela organização de estratégias para atrair novos clientes. Com o passar dos meses, percebi a carência da empresa em ter pessoas engajadas que prospectassem novos clientes na área de comercial, através do *Outbound Marketing*³⁰, e mesmo não tendo qualquer experiência com vendas, resolvi me desafiar e aprender mais para contribuir no desenvolvimento da EJ, pois por meio dos serviços vendidos a esses clientes, obteríamos faturamento necessário para reverter em recursos para os empresários juniores (capacitações, participação em eventos do MEJ, transporte, aprimoramento de ferramentas, entre outros) de modo que complementasse a nossa formação.

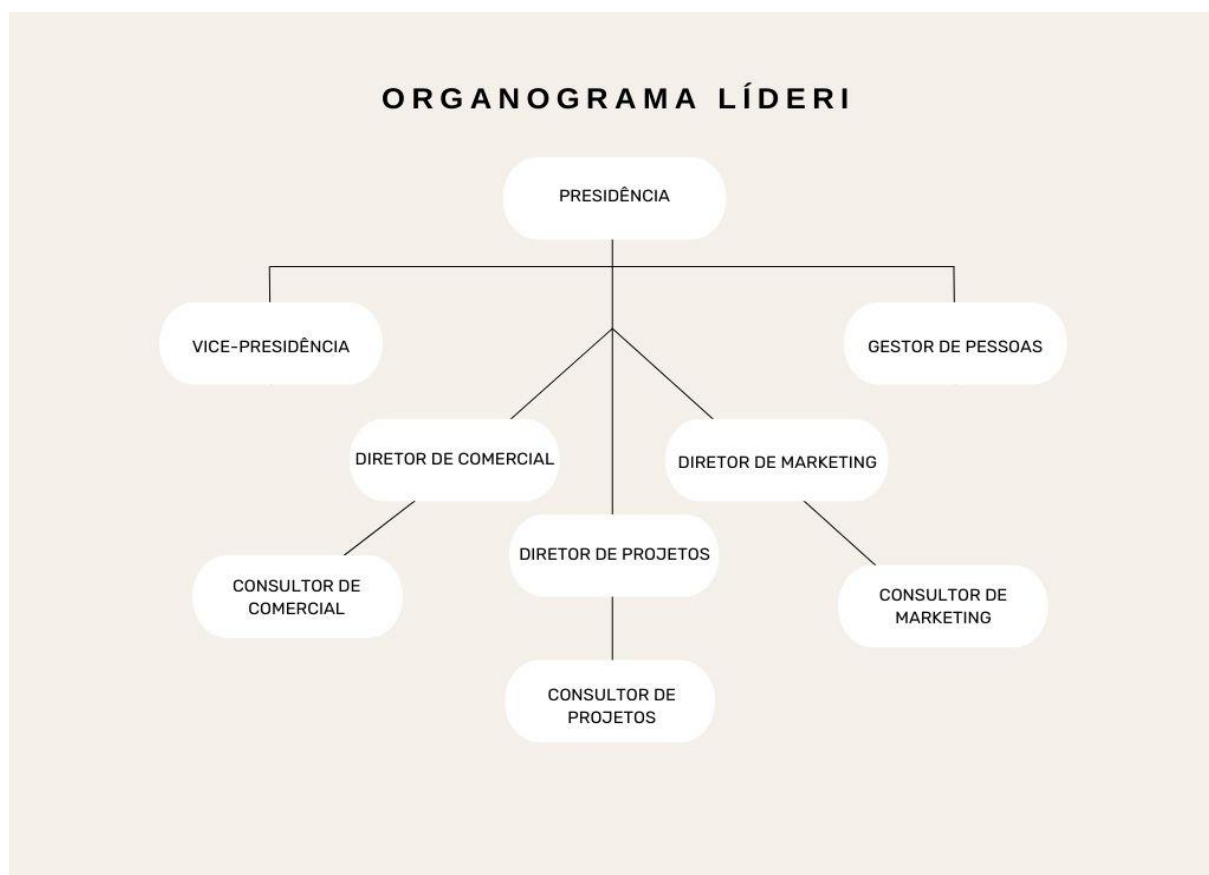
Ademais, no início de 2020, a empresa júnior sofreu desligamentos de diversos membros, seja por falta de engajamento para com a empresa, seja porque estavam já próximos de se formarem. Concomitantemente, a cada ano que passa, dentro de uma EJ, os alunos precisam se candidatar para cargos de diretoria³¹, conforme demonstrado na Figura 1.

²⁹ Segundo Chouaib Dakouan (2019), *inbound marketing* é a estratégia de fazer conexões com potenciais clientes por meio de materiais e experiências que eles possam achar úteis. [Tradução nossa].

³⁰ Ainda segundo Dakouan (2019), o *outbound marketing* é a estratégia de difundir a mensagem por meio da publicidade, para receber resposta e gerar mais vendas. Dessa forma, inbound e outbound são estratégias complementares para o sucesso de qualquer campanha de marketing viável. Ambas têm seus prós e podem ser usados juntos, muitas vezes para um efeito maior, criando uma sinergia. [Tradução nossa].

³¹ Na época, a Líderi era composta pelos seguintes cargos: Presidência, Vice-Presidência, Gestor de Pessoas, Diretor de Projetos, Consultor de Projetos, Diretor de Comercial, Consultor de Comercial, Diretor de Marketing e Consultor de Marketing. Assim que o aluno ingressa na EJ ele é alocado como consultor e, após alguns meses de experiência, pode se candidatar para cargos de diretor.

Figura 1. Organograma da empresa júnior Líderi Consultoria Internacional.



Fonte: Elaboração própria (2022).

E, apesar de eu reconhecer que ainda não havia vivenciado muitas experiências empresariais, nem que tinha muito conhecimento da área de vendas, resolvi me candidatar para o cargo de Diretora de Comercial³², visto que mesmo com o pouco tempo de empresa, busquei me adaptar e aprender tudo que fosse possível para alavancar os resultados da EJ, e não seria diferente neste cargo, no qual eu gostaria de ter a oportunidade de ser eleita para solucionar os problemas que eu vinha observando desde que ingressei na instituição júnior, como a baixa porcentagem de clientes por mês, falta de estruturação, ineficiência de processos internos, poucos estudantes no curso de Relações Internacionais interessados em adentrar na empresa júnior e projetos entregues sem estarem alinhados às expectativas dos clientes.

³² Para se candidatar a um cargo é necessário redigir um documento com história, propósito, desafios, propostas e objetivos (podendo haver mais de um candidato para um cargo) e apresentá-lo em uma Assembleia Geral, na qual todos os membros da empresa júnior participam, podendo ou não fazer perguntas. Ao final votam de forma individual e secreta naquele que for de sua preferência.

Após a realização da Assembleia, fui eleita a nova Diretora de Comercial da Líderi Jr. em fevereiro de 2020. Ao assumir uma posição de gestão, e não mais de operação, passei a ser responsável pelas seguintes tarefas:

Quadro 2. Funções no cargo de Diretor de Comercial.

Funções no cargo de Diretor de Comercial
Elaboração de atividades da área de vendas nos processos seletivos
Estabelecimento de estratégias que visassem a visibilidade da Líderi para o público-alvo
Gerenciamento e planejamento de atividades de todos os consultores de comercial
Negociação, funil de vendas, qualificação de <i>leads</i> , prospecções, entre outros.
Organização de propostas para clientes
Treinamento dos novos membros

Fonte: Elaboração própria (2022).

Com o advento da pandemia no Brasil, continuamos as atividades por *home office* durante todo o ano de 2020. Mesmo com a demasiada dificuldade em trabalhar, devido à gravidade do contexto pelo qual estávamos passando, buscávamos ser resilientes e trabalhar com constância equilibrada, de forma que não prejudicasse a saúde mental dos envolvidos. Ao final do ano, foi possível bater todas as metas estabelecidas: faturamento, número de projetos, participação de membros em eventos do Movimento Empresa Júnior, etc. Nada disso teria sido possível sem a união e esforço constante de todos que fizeram parte da história da Líderi Jr.

Depois do turbulento ano de 2020, eu imaginava que minha história na Líderi iria chegar ao fim, todavia, movida principalmente pela gratidão de ter feito parte do MEJ, por considerar uma das oportunidades acessíveis que tive durante a faculdade que contribuíssem para minha formação complementar, percebi que gostaria de dar continuidade ao trabalho de 2020, colaborando para o desenvolvimento da Líderi Jr. Isto posto, me candidatei e fui eleita para o cargo de Presidente da Líderi Consultoria Internacional.

Durante o ano de 2021, fui responsável pelas atividades descritas no Quadro 3:

Quadro 3. Funções no cargo de Presidente.

Funções no cargo de Presidente
Análise de indicadores
Estabelecimento de parcerias estratégicas
Estruturação de processos seletivos
Gerenciar as demais diretorias e a cultura organizacional
Liderar a elaboração e cumprimento do planejamento estratégico, bem como das metas
Organização de Assembleias Gerais
Representar a Líderi judicial e extrajudicialmente

Fonte: Elaboração própria (2022).

Contudo, ainda no início do ano, ninguém havia se candidatado para o cargo de Vice-Presidente, por isso, decidi ficar à frente das atividades dessa diretoria, até que alguém se voluntariasse a candidatura do cargo, para que a Líderi Jr. não fosse prejudicada.

Consequentemente, durante os quatro primeiros meses de 2021, fui responsável pelas atividades financeiras e administrativas, as quais estão relacionadas ao cargo de Vice-Presidente, descritas no Quadro 4.

Quadro 4. Funções no cargo do Vice-Presidente

Funções no cargo do Vice-Presidente
Controle do fluxo de caixa
Elaboração de planos de captação de receita e garantia da estabilidade e segurança jurídica
Encaminhamento de recursos de acordo com as necessidades de cada diretoria
Promoção da conscientização dos demais membros sobre arquivos e documentos da entidade

Fonte: Elaboração própria (2022).

Foram diversos desafios enfrentados durante o ano de 2019 e no ano de 2020, principalmente devido à pandemia, no entanto, todos que estavam presentes na empresa

entendiam o seu propósito e pretendiam cooperar para que alcançasse as metas³³, tudo isso através da venda de serviços de consultoria internacional, gestão interna e parcerias. A partir das experiências dos anos de 2019 e 2020 na empresa, pude constatar que podíamos ir muito mais adiante, pois nesses dois anos criamos bases sólidas que tornaram a empresa mais vista e qualificada para participar de novos projetos. Desse modo, busquei, estando no cargo da Presidência, **parcerias estratégicas** para que pudesse elevar ainda mais os resultados da Líderi e solucionar suas problemáticas.

³³ No Portal da Brasil Júnior, em 2019, 2020 e 2021 era possível acompanhar as metas que a empresa júnior havia alcançado e quais ainda precisavam ser conquistadas, entre elas estavam a de faturamento, número de projetos e porcentagem de participação em eventos do MEJ.

4. DIAGNÓSTICO E PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

Através dessa busca, me deparei com o Processo Seletivo do programa social vinculado à empresa brasileira Ambev, denominado VOA Jr. O VOA, que nasceu em 2018, é um projeto em formato de monitoria que tem como intento capacitar entidades estudantis, de forma voluntária, com a ajuda de colaboradores da Ambev, que compartilham seu conhecimento e experiência empresarial em gestão de pessoas e de projetos, orçamento, definição de metas e planejamento estratégico. A partir desses pilares, as entidades podem sair mais preparadas para realizarem seus propósitos de transformação social. Dessa forma, o objetivo do VOA é alavancar o impacto social de organizações que trabalham para o desenvolvimento, educação e geração de oportunidades para crianças e jovens (CARTILHA AMBEV VOA, 2021, p. 6).

A partir dessas informações, decidi, com o apoio dos demais membros da empresa em 2021, participar do Processo Seletivo do VOA Jr., no qual envolveu alguns questionários e entrevistas. Ao recebimento da aprovação, demos início aos encontros de mentoria com Thaian Moraes³⁴ no mês de abril de 2021.

As reuniões ocorriam quinzenalmente, no formato online e funcionavam por meio de mentorias. Inicialmente, realizamos o diagnóstico com o colaborador voluntário da Ambev, Thaian, de como a empresa estava, em relação a faturamento, número de projetos, formas de vender e gerir e problemáticas que gostaríamos de solucionar durante o ano de 2021. Pois, apesar da empresa júnior, nesse período, ter nove anos de história, alguns processos internos ainda não eram bem definidos e padronizados, como a seleção de novos membros, reuniões internas, planejamento estratégico e a venda e execução de serviços de consultoria internacional.

Além disso, até aquele momento, tínhamos faturado R\$ 5.200,00 enquanto que a nossa meta era de R\$ 10.000,00 até o mês de dezembro de 2021. Tornava-se essencial que esse dinheiro fosse adquirido, através da venda de serviços de consultoria internacional, uma vez que seria revertido para recursos para os empresários juniores³⁵, a fim de prover uma experiência que realmente complementasse a formação dos alunos de Relações Internacionais da UFPB.

³⁴ Especialista em *Cybersecurity* na Ambev South America.

³⁵ Como capacitações, participação em eventos do MEJ, transporte, aprimoramento de ferramentas, entre outros.

A partir disso, foram elencados as seguintes principais problemáticas a serem resolvidas durante o ano, juntamente com o projeto social:

- 1) Aplicação estratégica da cultura do feedback internamente;
- 2) Tornar processos mais eficientes e entregas mais empresariais³⁶;
- 3) Integrar Marketing e Comercial para obter mais clientes.

Após o levantamento das questões acima, foi definido que o âmago do projeto entre as duas organizações a ser solucionado seria a definição de processos mais eficientes e entregas mais empresariais. A justificativa dada é que, resolvendo esses problemas, o mesmo afetaria os demais listados anteriormente, direta ou indiretamente.

Através das explanações feitas durante as reuniões de mentoria, foram identificados os dois principais problemas na empresa júnior:

- a) Nossos processos internos não eram tão eficientes;
- b) Nossas entregas não eram tão empresariais quanto poderiam ser.

Mediante a isso, foi definido um plano de ação de acordo com o que estávamos enfrentando e o que queríamos alcançar, organizando excelência e gestão através dos seguintes tópicos:

- ☐ Gente e Gestão;
- ☐ Gestão de Orçamento;
- ☐ Gestão de Projetos.
- ☐ Gestão de Rotina;
- ☐ Solução de Problemas;

Cada um desses tópicos foi selecionado a fim de solucionar as problemáticas escolhidas naquele ano. Gente e Gestão para os processos seletivos; Gestão de Orçamento para vendas e objetivos de faturamento; Gestão de Projetos para entregas mais empresariais e alinhadas com as expectativas do cliente; Gestão de Rotina para as reuniões, planejamentos

³⁶ Alguns clientes teceram críticas em relação à entrega de alguns projetos, por se assemelhar a um trabalho acadêmico e não a um trabalho profissional, tornando-se assim necessária a adaptação.

estratégicos e processos internos; Solução de Problemas para resolução de possíveis conflitos internos.

Assim, após o diagnóstico ser realizado, e Thaian ter compreendido a conjuntura da empresa júnior Líderi Consultoria Internacional, demos prosseguimento às mentorias quinzenais, nas quais eram traçados objetivos, por área, do que deveria ser alcançado em um determinado período de tempo por intermédio da orientação dada por Thaian e debate constante de ideias entre a gestão de 2021 da Líderi. A partir disso, alguns resultados foram alcançados e são apresentados na seção seguinte.

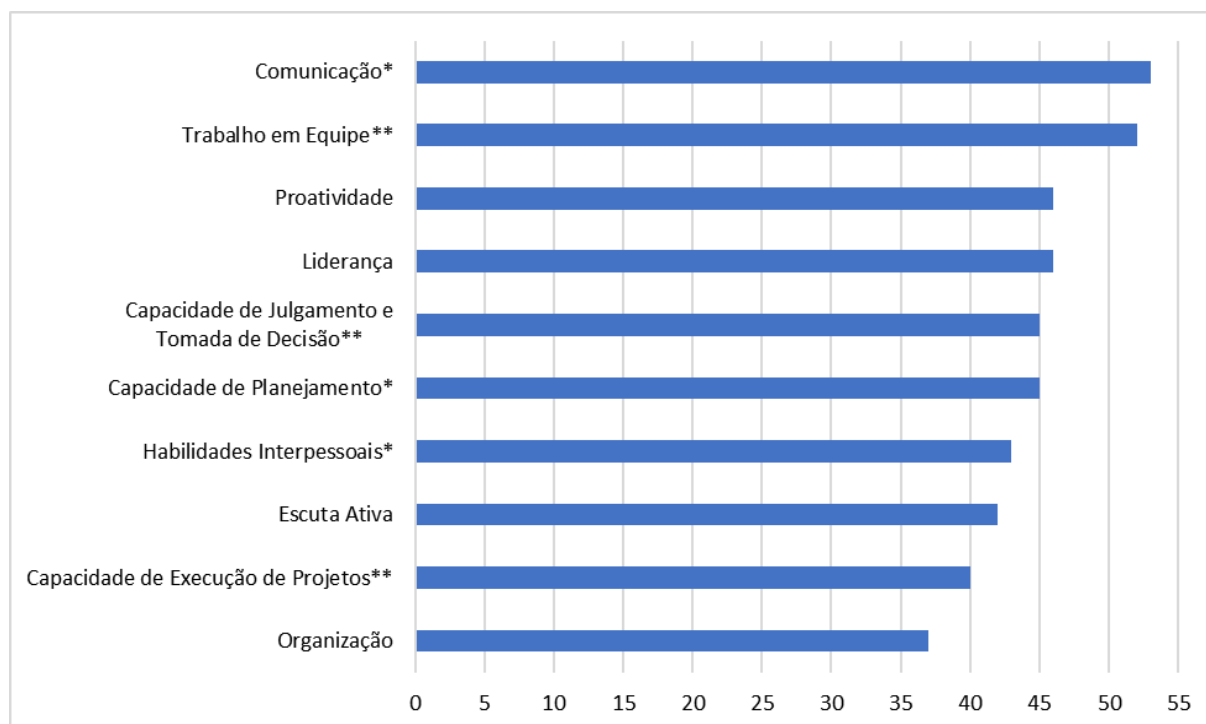
5. RESULTADOS OBTIDOS

A partir das explanações feitas, esta seção apresentará os resultados obtidos em três subtópicos, o primeiro, a respeito das habilidades e competências que pós juniores e empresários juniores da Líderi acreditam ter desenvolvido enquanto estavam na EJ, através do questionário I, e se estas estão ou não em consonância com as Habilidades do Futuro (2018) e as Competências do Profissional de RI (2017). No segundo será exibido a análise dos dados apresentados no Apêndice I, sobre como o Movimento Empresa Júnior configurou-se nos cursos de Relações Internacionais do Brasil. Por fim, será demonstrado os resultados obtidos através da atividade de intervenção realizada na Líderi Consultoria Internacional no ano de 2021, bem como os impactos nas diversas instâncias.

5. 1. Habilidades e Competências desenvolvidas na Líderi Jr.

Segundo o questionário I, realizado em novembro de 2022, com 60 respondentes, que estão na Líderi Jr. e com aqueles que já não estão mais na EJ também, foi possível inferir que estes acreditam que desenvolveram, principalmente, as seguintes habilidades e competências por meio da empresa júnior: comunicação* (88,3%), trabalho em equipe** (86,7%), proatividade (76,7%), liderança (76,7%), capacidade de julgamento e tomada de decisão** (75%), capacidade de planejamento* (75%), habilidades interpessoais* (71,7%), escuta ativa (70%), capacidade de execução de projetos** (66,7%) e organização (61,7%), conforme demonstrado no Gráfico 1.

Gráfico 1. 10 Habilidades e Competências que empresários juniores e pós juniores da Líderi acreditam ter adquirido por meio da empresa júnior³⁷.



Fonte: Elaboração própria (2022).

Destas 10 mais votadas, 6 estão inseridas nas habilidades apresentadas no relatório da *World Economic Forum* (2018) e/ou nas competências descritas na Resolução nº 4 de 4 de outubro de 2017. As demais habilidades selecionadas, apesar de não conterem em nenhum dos documentos, são essenciais para as variadas organizações e áreas.

5. 2. Configuração do MEJ nos cursos de Relações Internacionais

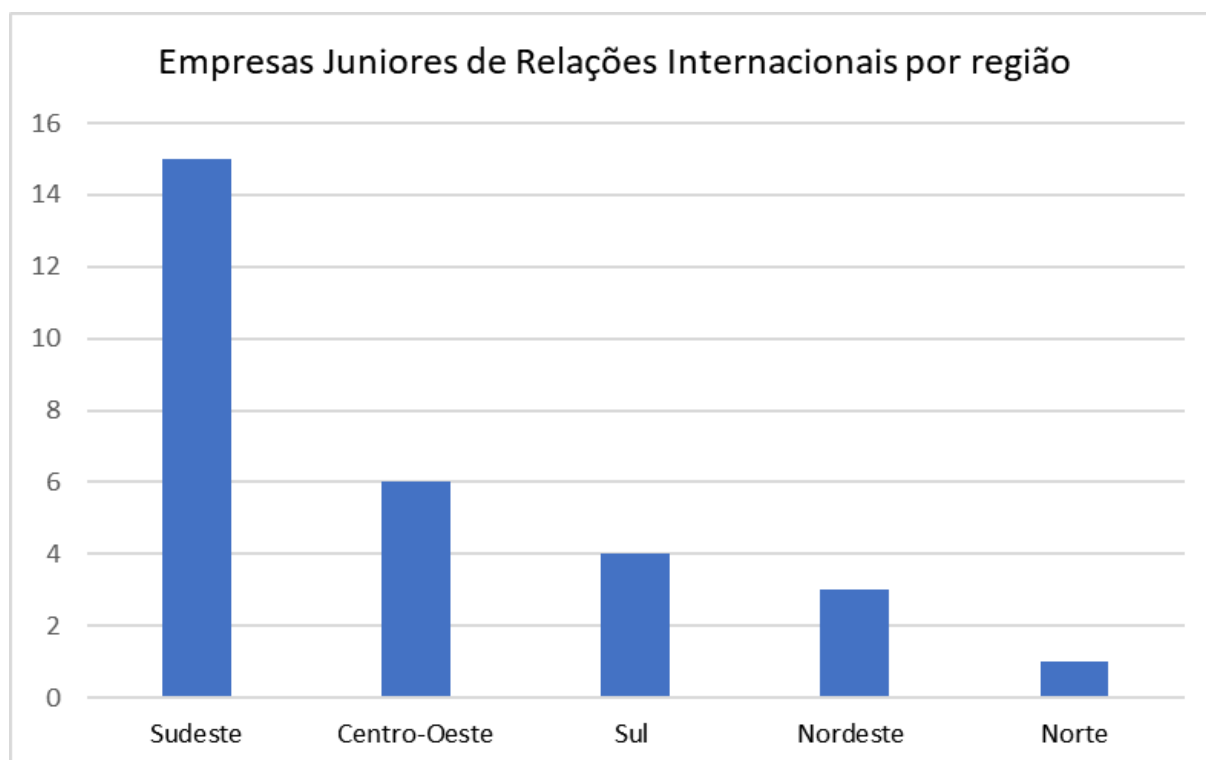
A partir do levantamento feito e da análise das informações obtidas no Apêndice I, com a finalidade de apresentar um panorama de como as 29 empresas juniores³⁸ configuraram-se nos cursos de Relações Internacionais, foi constatado que:

- 1) Há predominância de empresas juniores de Relações Internacionais na região Sudeste;

³⁷ (*) utilizado para as competências descritas apenas na Resolução nº 4 de 4 de outubro de 2017. (**) referente às *Soft Skills* que estão em ambos os documentos. As demais habilidades foram inseridas para dar ao respondente opções diferentes das citadas no Relatório do WEF (2018) e na Resolução referentes às DCNs de Relações Internacionais (2017).

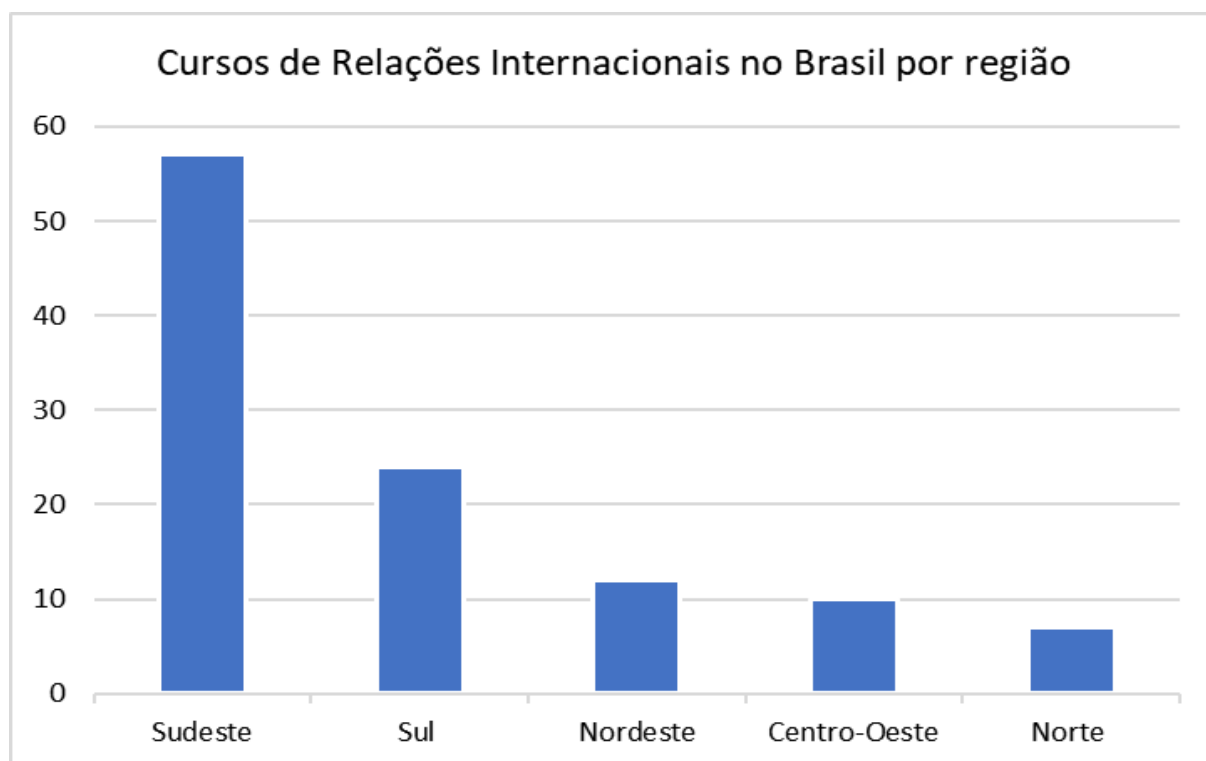
³⁸ Dados de setembro de 2022.

Gráfico 2. Distribuição das 29 Empresas Juniores de Relações Internacionais por região.



Fonte: Elaboração própria (2022).

Gráfico 3. Distribuição dos 101 cursos de Relações Internacionais no Brasil por região³⁹.



Fonte: Elaboração própria (2022).

³⁹ Dados obtidos a partir do Ranking Universitário, publicado pela Folha de São Paulo em 2019. Relação dos 101 cursos de Relações Internacionais no Brasil, instituições públicas e privadas.

É possível inferir que a concentração de empresas juniores de Relações Internacionais na região Sudeste (51,72%) deve-se ao fato de que há predominância de cursos de RI nessa extensão territorial (56,43%), demonstrado no Gráfico 3, devido à formação histórica do bacharelado no Brasil, que apesar de ter iniciado na Capital Federal, com o passar dos anos, foi sendo desenvolvido, em sua maior parte, segundo Antônio Lessa (2005), na região Sudeste.

- 2) Se relacionam principalmente com as áreas de Administração, Economia e Direito;

Gráfico 4. Cursos que estão inseridos nas Empresas Juniores juntamente com o de Relações Internacionais.



Fonte: Elaboração própria (2022).

Pode-se considerar que existem empresas juniores de Relações Internacionais que realizam junções, principalmente com os cursos de Administração, Economia e Direito, o que corresponde a 17,24% das empresas juniores listadas no Apêndice I, pelos seguintes motivos:

- a) A maior parte dos cursos de Relações Internacionais são compostos de disciplinas oferecidas por outros departamentos, em sua maioria, além do departamento de RI, pelos departamentos de Direito, Economia e Administração (JULIÃO, 2012), o que

abre maior possibilidade de contato com estudantes desses outros cursos, bem como troca de conhecimento⁴⁰;

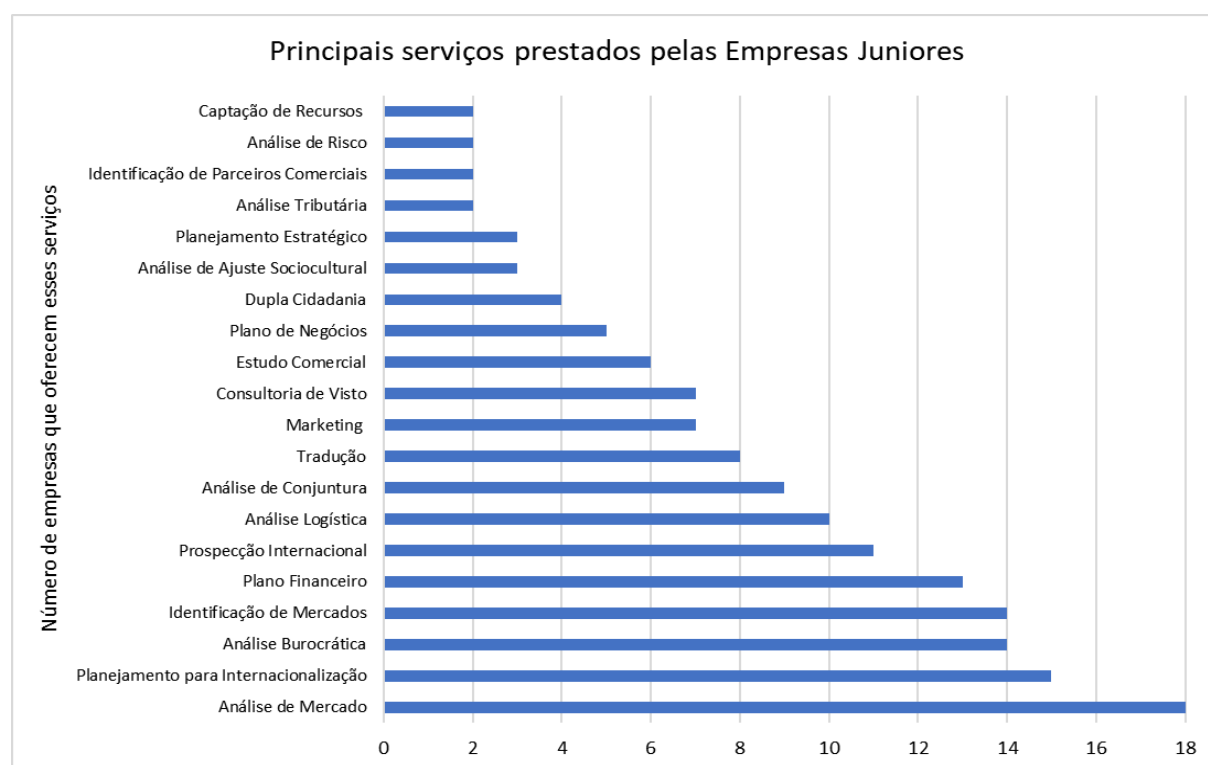
- b) Como uma decisão estratégica do alunado em obter maior taxa de faturamento na empresa júnior, visto que amplia o leque de serviços e pessoas disponíveis para executá-los⁴¹;
- c) O curso de Relações Internacionais ser caracterizado como novo, amplo e multidisciplinar, diferente dessas outras graduações, as quais já estão consolidadas no país há mais tempo, e contribuem na profissionalização do estudante que deseja ingressar no mercado de trabalho e/ou na área privada⁴².

3) Os serviços prestados estão, em sua maioria, mais alinhados com a área de comércio exterior;

⁴⁰ Segundo Cristina Pecequillo (2010) cada uma dessas disciplinas podem ser um nicho de atuação profissional para os formandos em Relações Internacionais, pois, segundo a autora, estes apresentarão como diferencial e vantagem comparativa sobre os alunos dos demais cursos, com sua visão analítica e prospectiva, somada a seu olhar voltado ao internacional.

⁴¹ Comprovado segundo a média aritmética feita a partir dos dados levantados do Apêndice I. Enquanto que as empresas juniores formadas apenas pelo curso de Relações Internacionais tem como média de faturamento, de janeiro a setembro de 2022, R\$ 13.124,73, as empresas juniores formadas pela junção de cursos de Relações Internacionais com outros demais, tem como média de faturamento, de janeiro a setembro de 2022, R\$ 220.252,90.

⁴² Segundo a pesquisa exploratória dos graduandos em Relações Internacionais da Universidade Federal da Paraíba, Mariana Kato e Gary Rainer (2013), a maioria dos egressos de RI atuam no setor privado (45%), seguindo com setor público (24%), área acadêmica (23%) e terceiro setor (8%).

Gráfico 5. Principais serviços prestados pelas 29 Empresas Júniores⁴³.

Fonte: Elaboração própria (2022).

Segundo o Gráfico 5, os principais serviços prestados pelas empresas júniores de Relações Internacionais têm como enfoque projetos relacionados ao comércio exterior (análise de mercado, planejamento para internacionalização, análise burocrática e identificação de mercados). Isso pode ser explicado pelo ideário existente na formação histórica do curso no país, demonstrado por Antônio Lessa:

O profissional formado no novo curso [...]. Exerceria funções novas, todas decorrentes do novo perfil internacional que o Brasil rapidamente assumia: participar e apoiar os programas de expansão do comércio exterior nas diferentes agências governamentais que possuíam então interfaces com o assunto (ministérios das Relações Exteriores, da Indústria e Comércio, das Minas e Energia) [...] (LESSA, 2005, p. 36).

E segundo Vinicius Torres (2020), há uma certa dificuldade em executar projetos que abordem a maioria dos aprendizados de sala de aula adquiridos durante o curso, por isso algumas empresas júniores decidem alinhar seus projetos ao Comércio Exterior, com a venda de consultoria para internacionalização de empresas e facilitação dos processos de importação e exportação.

⁴³ Foi feito um acoplamento de serviços que apresentavam nomenclaturas diferentes, mas com mesma denotação, como estudo de mercado e análise de mercado.

Figura 3. Palavras-chave dos principais serviços prestados pelas empresas juniores compostas por mais cursos além do de Relações Internacionais.



Fonte: Elaboração própria por meio da plataforma WordCloud (2022).

Embora o enfoque das empresas juniores seja em serviços relacionados ao comércio exterior, é possível observar pelas Figuras 2 e 3 que as mesmas apresentam diferenças e semelhanças quando separadas por EJs que realizam junção com outros cursos.

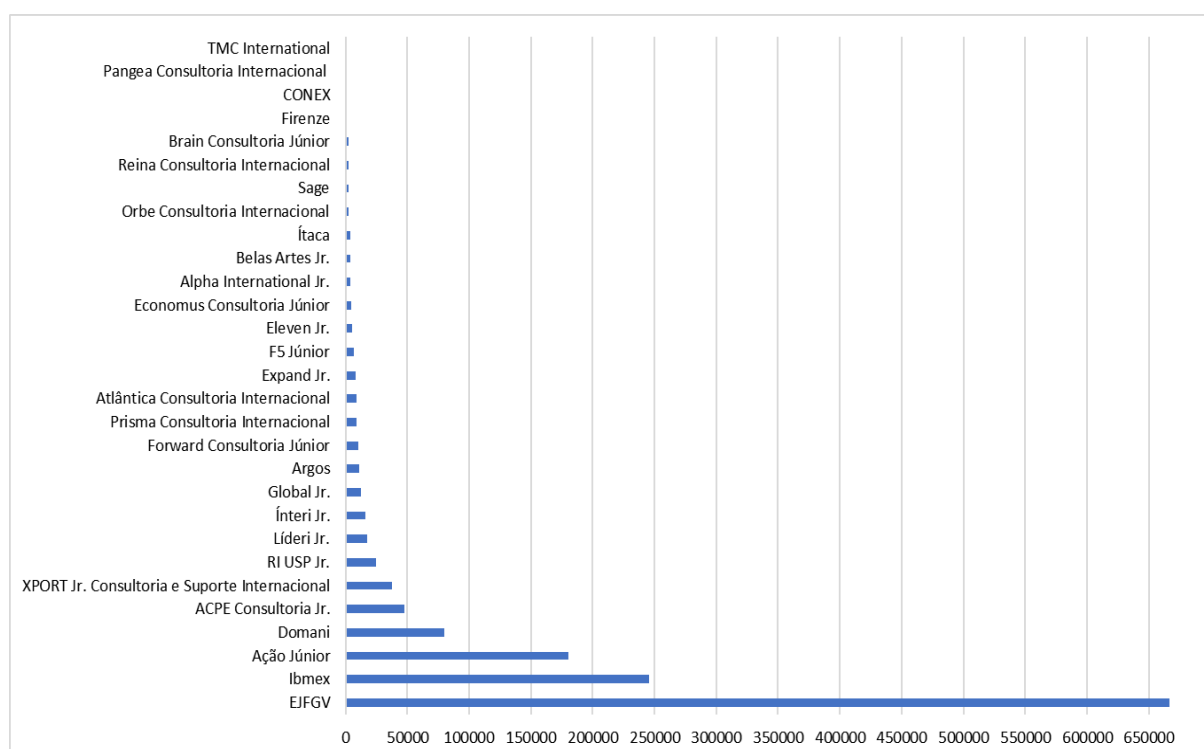
Enquanto que na Figura 2 percebe-se a predominância de palavras como internacional, consultoria, exportação e prospecção — as quais são bem relacionadas à área de comércio exterior — na Figura 3 pode ser observado a concentração de palavras como plano, marketing, gestão, negócios e estratégico, todas mais relacionadas ao mundo dos negócios, não necessariamente havendo alguma relação com o internacional, e sim com questões administrativas, empresariais e corporativas, pertencentes principalmente aos cursos de Administração e Economia e ao setor privado.

Contudo, é observado também similaridades, principalmente no enfoque das palavras como análise, mercado e planejamento. O que demonstra a pluralidade no curso de Relações Internacionais que, segundo Pecequillo (2010), deve ser visto como uma força e não como

uma fraqueza, pois o egresso compreende diferentes aspectos de forma abrangente e multifacetada, o que o permite realizar recortes, direcionando-os a campos mais específicos.

- 5) A soma do faturamento de todas as empresas juniores de RI do Brasil, de janeiro a setembro de 2022, foi de R\$ 1.416.258,00;

Gráfico 6. Ranking de faturamento de Empresas Juniores de Relações Internacionais, entre os meses de janeiro a setembro de 2022.



Fonte: Elaboração própria (2022).

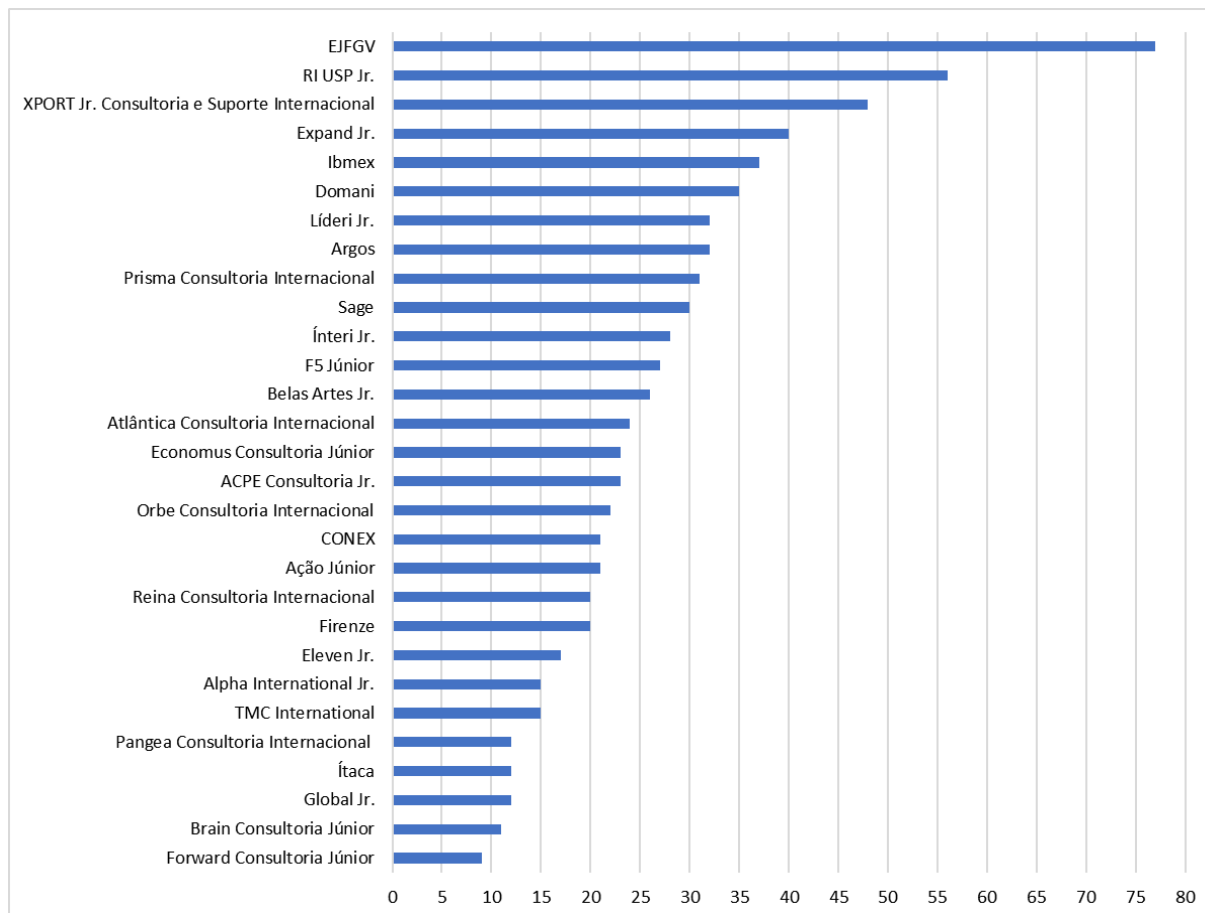
Este faturamento total de EJs de RI (29), de janeiro a setembro de 2022, corresponde a 2,2% do faturamento total de todas as empresas juniores do Brasil (1.597), de janeiro a setembro de 2022⁴⁴.

Além disso, observa-se a disparidade de faturamento da empresa júnior da EJFGV, isso pode ocorrer, primeiramente, devido ao fato de que há outros 5 cursos, além de Relações Internacionais, que realizam junção (Administração de Empresas, Administração Pública, Direito, Direito e Administração de Empresas e Economia) e também, porque foi a primeira EJ a ser criada no Brasil, no fim da década de 1980.

⁴⁴ Segundo dados da Brasil Júnior, o faturamento geral das EJs (1.597), de janeiro a setembro de 2022, foi de R\$ 64.235.837,96.

6) A média de número de membros é de 26,75 alunos por empresa júnior;

Gráfico 7. Relação de número de membros por empresa júnior de Relações Internacionais, de janeiro a setembro de 2022.

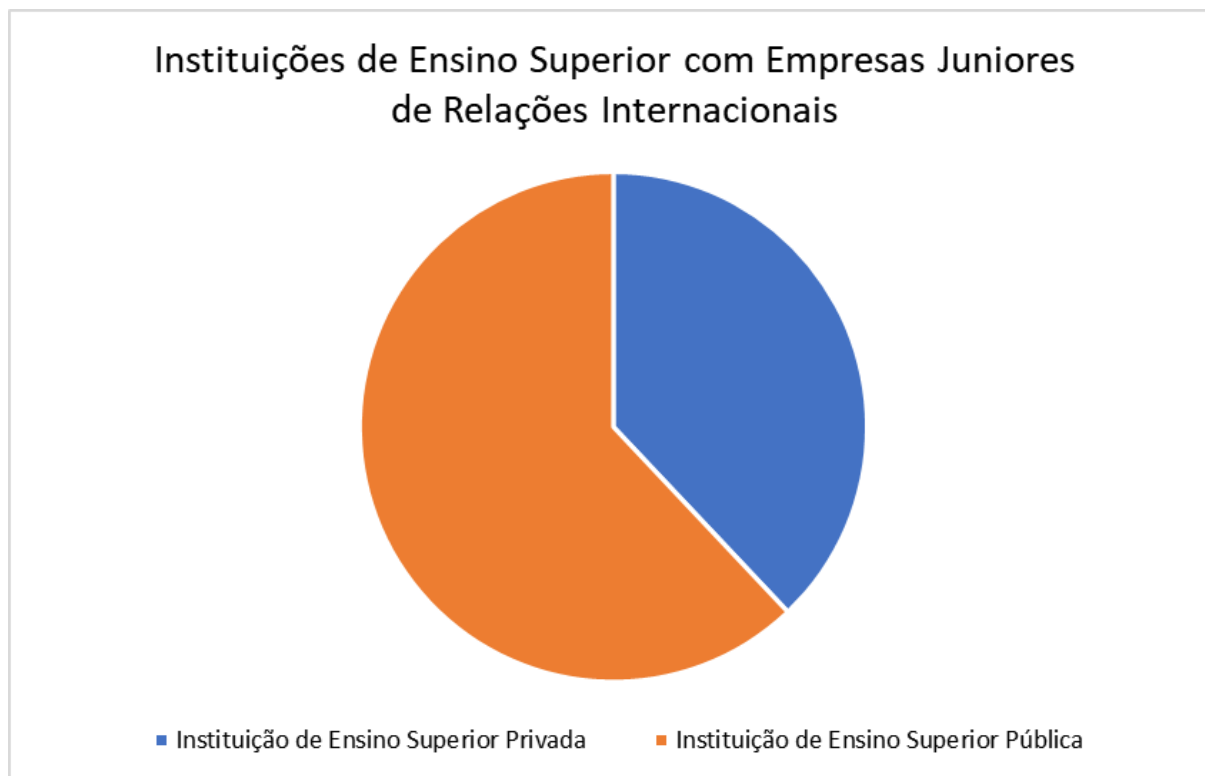


Fonte: Elaboração própria (2022).

Assim, a partir dos Gráficos 6 e 7, verifica-se que, entre os meses de janeiro e setembro de 2022, o faturamento por aluno presente em empresas juniores de Relações Internacionais foi aproximadamente de R\$ 1.825,00.

7) Há mais empresas juniores de Relações Internacionais em instituições de ensino superior públicas (62,07%) do que privadas (37,93%).

Gráfico 8. Instituições de Ensino Superior com Empresas Juniores de Relações Internacionais.



Fonte: Elaboração própria (2022).

Mesmo que haja mais empresas juniores em instituições de ensino superior público, a média de faturamento calculada é menor se comparada às de ensino superior privado. Enquanto a primeira apresenta R\$ 28.635,31 de média de faturamento, a segunda possui R\$ 87.099,35. Isso pode ocorrer devido a disparidade de faturamento que há na empresa júnior EJFGV, que faturou, entre os meses de janeiro a setembro de 2022, R\$ 666.466,25.

5. 3. Atividade de Intervenção na Líderi Jr.

A partir do esforço de todos os membros da empresa júnior, e do auxílio da mentoria do VOA Jr., as mudanças ocorridas na EJ são perceptíveis pelos seguintes tópicos: em primeiro lugar, durante o ano de 2020 a empresa tinha faturado R\$ 5.653,72, o que já demonstrava avanço, mesmo durante a pandemia, por parte da EJ se comparado a anos anteriores em que o faturamento anual era de cerca de R\$ 1.000,00. Então, por intermédio do auxílio do Thaian, e do esforço de todos da EJ, a empresa não só alcançou a meta do ano de 2021, que era R\$ 10.000,00, como conquistou o dobro da meta, faturando mais de R\$

20.000,00 no ano citado, através da venda de serviços de consultoria internacional, conforme demonstrado no Quadro 5.

Quadro 5. Faturamento da Líderi Jr. em 2020 e 2021.

Ano	Meta de Faturamento	Faturamento Alcançado
2020	R\$ 5.000,00	R\$ 5.653,72
2021	R\$ 10.000,00	R\$ 20.600,00

Fonte: Elaboração própria (2022).

Ademais, antes do programa VOA Jr., a empresa júnior recebeu alguns NPSs⁴⁵ detratores⁴⁶, posto que as entregas de projetos e serviços não eram empresariais e alinhados com as expectativas do cliente. Então, por meio da ajuda do trabalho voluntário da Ambev, e com a vontade de mudar esse cenário no qual a empresa encontrava-se naquele momento, a Líderi foi capaz de solucionar essa problemática e até o final do ano, não recebeu notas detratoras.

No início do ano de 2021, a gestão da empresa júnior aplicou, pela primeira vez, o planejamento estratégico trimestral por OKR⁴⁷, contudo, não era tão eficiente na elaboração e aplicação. Então, através do programa, e também da dedicação de todos da EJ, foi possível aplicar o Planejamento Estratégico de forma prática, de modo que as metas fossem alcançadas.

Antecedentemente à participação do VOA Jr, as reuniões internas da Líderi apresentavam diversos problemas, principalmente devido a falta de planejamento e objetivo. Após as mentorias, as reuniões passaram a ter pautas, objetivos, propósitos e relevância previamente organizadas e repassadas para todos os membros, bem como começaram a durar em média 1h, como apresentado no Quadro 6.

⁴⁵ Segundo artigo do site oficial da Faculdade FIA de Administração e Negócios (2020), o Net Promoter Score é uma das métricas mais simples e úteis para avaliar a satisfação do cliente. Por meio do questionário, organizações de todos os setores e portes podem coletar uma série de informações relevantes sobre a opinião do consumidor a respeito de seus produtos e serviços. Dessa forma o NPS oferece pistas daquilo que deve ser mantido e do que precisa melhorar para que a organização mantenha a lealdade do cliente.

⁴⁶ Os consumidores são classificados em três diferentes níveis. Promotores atribuem nota 9 ou 10, revelando altas chances de recomendar sua empresa. Neutros dão nota 7 ou 8, o que revela que sua relação com a companhia é regular, mas existem pontos a melhorar. Detratores dão nota de 0 a 6, o que demonstra descontentamento com seu produto, serviço ou atendimento, podendo levá-los a fazer uma propaganda negativa.

⁴⁷ Segundo a empresa brasileira de software, Culture Rocks (2022), os OKRs servem como ferramenta de gestão e orientação da execução da estratégia da empresa, ou seja, o OKR (*Objective and Key-Results*) têm como objetivo auxiliar na definição de metas e alinhar o propósito interno da empresa com a participação de todos os membros.

Quadro 6. Relação das Reuniões Gerais, antes e depois.

Antes	Depois
Falta de objetividade e propósito da reunião	Objetiva, propósito e relevância da reunião entendível para todos
Pautas desnecessárias e sem organização prévia	Diminuição do número de pautas e todas passadas previamente para a empresa
Sem clareza das decisões acertadas	Atas feitas regularmente e disponíveis para consulta e decisões claras para todos.
Sem duração definida	Duração de 1h em média

Fonte: Elaboração própria (2022).

No primeiro semestre de 2021, a EJ não era tão conhecida no curso de Relações Internacionais da UFPB, por mais que as pessoas tivessem conhecimento da sua existência, eram poucas as que realmente entendiam o que era feito internamente, o propósito e impacto. No primeiro Processo Seletivo de 2021 (no geral, são realizados dois Processos Seletivos por ano), houve 8 inscritos e 5 admitidos na empresa. Enquanto que, para o segundo Processo Seletivo do ano, foram realizadas diversas ações, principalmente no *Instagram*, a fim de promover a instituição, foi apresentada a empresa, o que faz, qual a rotina daqueles que atuam nela, a importância da sua atuação para alunos e outras instâncias. Foi compartilhado também relatos pessoais daqueles que já participaram e o impacto disso em suas vidas como pós júnior.

Dessa maneira, o número de inscritos mais que triplicou, tendo 33 pessoas interessadas, e quintuplicou o número de aprovados, sendo admitidos 25 novos membros na empresa júnior.

Quadro 7. Relação de número de inscritos e aprovados nos dois semestres de 2021.

Período	Número de Inscritos	Número de Aprovados
Primeiro Semestre de 2021	8	5
Segundo Semestre de 2021	33	25

Fonte: Elaboração própria (2022).

Além disso, houve também, por meio do programa VOA Jr., efeitos indiretos, ou seja, que não esperava-se obter, e que foram conquistados a partir de todos os esforços despendidos durante o ano:

- 1) Contato mais próximo com *stakeholders* (multinacional Ambev, professores do departamento de Relações Internacionais, reitoria da UFPB⁴⁸, projetos de extensão, empresas juniores, federação paraibana, empresas seniores e clientes e fornecedores estrangeiros);
- 2) Trilha de Integração⁴⁹ para novos integrantes e novos diretores, que assumiriam as diretorias no ano de 2022, de forma estruturada e sustentável, para que a história e o conhecimento adquirido não se perdessem;
- 3) Desenrolou-se melhor a separação das funções entre integrantes (diretores mais focados na gestão e consultores mais focados na operação);
- 4) Recebemos 4 prêmios no evento de final de ano organizado pela federação PB Júnior: *Voo em Bando*, relacionado a conseguir diversas conexões com a rede de empresas juniores. *Certificado de Reconhecimento de EJ Alto Impacto*, por ter conquistado todas as metas do ano de 2021. *Case Futuro do MEJ* devido às soluções estratégicas utilizadas para o Planejamento Estratégico da Rede. E, por fim, o *Case Sem Arrudeio*, referente ao sucesso do projeto em parceria com a Ambev⁵⁰;
- 5) Houve maior desenvolvimento profissional dos membros, pois alguns participantes da EJ conseguiram vagas em estágios e trabalhos remunerados devido a experiência que obtiveram na Líderi Jr.

Segundo o questionário II, realizado em novembro de 2022, por meio de uma filtragem, dos 39 respondentes (que saíram em períodos diversos) para os 13 pós juniores (que retiraram-se da Líderi Jr. apenas durante o ano de 2021), 9 deles afirmaram ter buscado vagas de emprego e, desses nove, oito (88,88%) confirmaram ter conseguido ainda durante a graduação⁵¹.

⁴⁸ Houve durante o ano de 2021, um evento liderado pela pró-reitora de extensão da UFPB, Berla Moraes, no qual as ações das empresas juniores, no fomento do empreendedorismo, foram reconhecidas pela instituição de ensino.

⁴⁹ Encontros entre diretores de 2021 com possíveis diretores de 2022, em que era apresentado todas as responsabilidades da diretoria, histórico, dicas para o próximo ano etc.

⁵⁰ Foi a primeira vez que a Líderi conquistou mais de dois prêmios no evento de final de ano da PB Júnior.

⁵¹ Os outros quatro participantes da pesquisa, que responderam não à busca de vagas de trabalho, explicam que tinham outros objetivos, após sua trajetória na empresa júnior, como focar em projetos acadêmicos ou ter experiências em outras atividades extracurriculares.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Movimento Empresa Júnior foi criado por estudantes como instrumento de complementaridade da graduação, uma vez que tem como propósito entregar experiências que agreguem e contribuam para eles enquanto profissionais. E, para alunos de Relações Internacionais, isso é ainda mais notável, devido à conjuntura do bacharelado no Brasil, o qual é relativamente novo, amplo em possibilidades de trabalho, desigual em distribuição de cursos por região e deveras multidisciplinar.

É devido a esses e outros fatores que alunos de Relações Internacionais de todo o Brasil decidem fundar e participar de empresas juniores, visto que, por intermédio da associação civil sem fins lucrativos, o estudante é capaz de desenvolver *Soft Skills* e preparar-se para o mercado de trabalho, como observado na Líderi Consultoria Internacional, na qual, empresários juniores e pós juniores acreditam ter desenvolvido competências e habilidades que, em sua maioria, estão alinhadas com as habilidades do futuro, listadas no relatório do *World Economic Forum* (2018) e com as competências do profissional de Relações Internacionais (2017), o que demonstra complementaridade da empresa júnior na formação dos bacharéis de RI.

Além disso, através de pesquisas e coletas feitas para este trabalho, foi possível verificar como o MEJ configurou-se nos cursos de Relações Internacionais do Brasil. A partir do levantamento feito, foi constatado que: a maioria das empresas juniores encontram-se na região Sudeste, devido a formação histórica do bacharelado no Brasil; algumas empresas juniores juntam-se com outras graduações, especialmente com os cursos de Administração, Economia e Direito, com o intuito de haver maior troca de conhecimento e para abranger as possibilidades de faturamento; a maioria dos serviços prestados estão alinhados com a área de comércio exterior, mesmo esta não sendo a única área possível de ingressar após a formação em Relações Internacionais; a média de faturamento de empresas juniores de instituições de ensino superior privado é aproximadamente três vezes maior que a média de faturamento de EJs de instituições de ensino superior público, no período de janeiro a setembro de 2022, devido a disparidade de faturamento alcançado pela empresa júnior EJFGV.

Ademais, mediante a experiência na EJ, o estudante de Relações Internacionais pode participar de projetos que impactam não só na sua trajetória universitária e profissional, mas a de tantos outros indivíduos e instituições, pois, o aluno, ao exercer funções operacionais e de

gestão pode gerar mudanças para além da empresa júnior, principalmente mediante atividades de intervenção e parcerias estratégicas, como demonstrado pelo relato de intervenção na Líderi Jr. no ano de 2021.

A partir das atividades intervencionistas realizadas na Líderi Consultoria Internacional, os egressos de Relações Internacionais da Universidade Federal da Paraíba traçaram planos de ação com o objetivo de solucionar problemáticas internas e, assim, geraram mudanças, como: processos internos melhor definidos e padronizados, seleção de novos membros mais assertivo, reuniões internas, planejamento estratégico, venda e execução de serviços mais eficientes e meta de faturamento alcançada.

Para mais, houve também efeitos indiretos, em especial o desenvolvimento profissional de membros em que, 88,88% daqueles que se retiraram da Líderi durante o ano de 2021, e buscaram emprego, conseguiram inserir-se no mercado de trabalho, ainda durante a graduação, o que demonstra que o aluno, através da EJ, pode evitar aquilo que a comunidade acadêmica mais tem apreensão, segundo o Portal Brasil Júnior (2020), o desemprego.

Destarte, através da atividade extensionista de empresa júnior, o bacharel de Relações Internacionais pode complementar sua formação não só devido ao desenvolvimento de *Soft Skills* que estão relacionadas às Habilidades do Futuro (2018) e as Competências do Profissional de RI (2017), como também pela oportunidade de protagonizar transformações e impacto em diversas instâncias, o que, consequentemente, o torna um profissional mais completo e preparado para o mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

- FEJESP. A FEJESP E A Transformação Do Movimento Estudantil. FEJESP. 2021. Disponível em: <https://fejesp.org.br/2021/10/05/a-fejesp-e-a-transformacao-do-movimento-estudantil/>. Acesso em 02 set 2022.
- AGUIAR, Marcella. **MEJ Brasil: o maior movimento de empreendedorismo jovem do Mundo - Com Rogério Chér**. Brasil Júnior. 2017. Disponível em: <https://brasiljunior.org.br/conteudos/mej-brasil-o-maior-movimento-de-empreendedorismo-jovem-do-mundo-com-rogerio-cher>. Acesso em 02 set 2022.
- ANDRADE, Giovana. **Conhecendo o MEJ**: Livro I. 2015.
- BANNWART, Tarcisio. **Door to door: uma estratégia ainda atual**. Disponível em: <https://www.trademktgforce.com.br/2020/06/25/door-to-door-uma-estrategia-ainda-atual/>. Acesso em 10 set 2022.
- CACCIOLATTI, Luca; LEE, Soo Hee; MOLINERO, Cecilio Mar. Clashing institutional interests in skills between government and industry: An analysis of demand for technical and Soft Skills of graduates in the UK. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 119, p. 139-153, 2017.
- CARTILHA AMBEV VOA. Ambev. 2021. Disponível em: <https://www.ambev.com.br/voa>. Acesso em: 29 set 2022.
- BRASIL JÚNIOR. CÓDIGO DE ÉTICA DO MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR. Confederação Brasileira de Empresas Juniores. 2015.
- BRASIL JÚNIOR. Conceito Nacional de Empresa Júnior.
- DAKOUAN, Chouaib. Inbound marketing vs. outbound marketing. **Expert Journal of Marketing**, 2019.
- BRASIL JÚNIOR. Empresa Júnior e seu potencial transformador na sociedade. **Brasil Júnior**. Disponível em: <https://brasiljunior.org.br/conteudos/empresa-junior-e-seu-potencial-transformador-na-sociedade>. Acesso em: 10 set 2022.
- FEJESP. ENTENDA QUAIS SÃO OS DIFERENCIAIS DE UMA EMPRESA JÚNIOR FEDERADA. **Site da Federação Das Empresas Juniores De São Paulo**. 2021. Disponível em: <https://fejesp.org.br/2021/06/10/entenda-quais-sao-os-diferenciais-de-uma-empresa-junior-federada/#:~:text=O%20que%20diferencia%20uma%20EJ,estabilidade%20e%20inova%C3%A7%C3%A3o%20aos%20juni%C3%B3es>. Acesso em 11 nov 2022.
- GIBERTINI, Thuany. 10 Habilidades do Futuro que os Empresários Juniores constroem durante o MEJ. **Brasil Júnior**. Disponível em:

<https://brasiljunior.org.br/conteudos/10-habilidades-do-futuro-que-os-empresarios-juniores-constroem-durante-o-mej>. Acesso em 10 set 2022.

GIBERTINI, Thuany. Como funciona uma Empresa Júnior? Descubra agora. **Brasil Júnior**. Disponível em:

<https://brasiljunior.org.br/conteudos/como-funciona-uma-empresa-junior-descubra-agora>.

Acesso em 10 set 2022.

GIBERTINI, Thuany. Universidade como porta de entrada para o mercado de trabalho.

Brasil Júnior. Disponível em:

<https://brasiljunior.org.br/conteudos/universidades-como-porta-de-entrada-para-o-mercado-de-trabalho>. Acesso em 10 set 2022.

GUSMÃO, Amanda. **Cold calling: como entrar em contato com clientes em potencial**.

Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/cold-calling/>. Acesso em 10 set 2022.

JULIÃO, Taís Sandrim. A graduação em Relações Internacionais no Brasil. **Monções:**

Revista de Relações Internacionais da UFGD, v. 1, n. 1, p. 13-48, 2012.

LESSA, Antônio Carlos. O ensino de Relações Internacionais no Brasil. **J. Saraiva, & A.**

Cervo, O crescimento das Relações Internacionais no Brasil, p. 33-50, 2005.

LUCENA, Rosivaldo de Lima; SILVA, Rosângela Marie Borges. **EMPRESA JÚNIOR**

Teoria e Prática. Editora UFPB. João Pessoa. 2021.

MACIEL, Márcia Maria; BARBOSA, Edmery Tavares; FILHO, Milton Nunes. Do

conhecimento acadêmico às práticas empresariais: O caso da empresa júnior de

administração da UFPB. **Digests X Encontro de Iniciação à Docência**. 2008.

MELLO, Francisco Homem de. OKR: o que é e como implementar. **Qulture Rocks**.

Disponível em: <https://www.qulture.rocks/blog/okrs-o-que-sao-como-implementar>. Acesso em: 03 nov 2022.

MIYAMOTO, Shiguenoli. O ensino das relações internacionais no Brasil: problemas e

perspectivas. **Revista de Sociologia e Política**, p. 103-114, 2003.

MIYAMOTO, Shiguenoli. O estudo das relações internacionais no Brasil: o estado da arte.

Revista de sociologia e política, p. 83-98, 1999.

FIA. Net Promoter Score (NPS): o que é, como aplicar e estudos de caso. **Portal da**

Faculdade FIA de Administração e Negócios. Disponível em:

<https://fia.com.br/blog/net-promoter-score-nps/>. Acesso em: 22 set 2022.

Domani Consultoria. **Nossa História**.. Disponível em:

<https://www.domaniconsultoria.com/nossa-historia>. Acesso em: 28 set 2022.

PECEQUILO, C. S. **Introdução às relações internacionais: temas, atores e visões**. 7. ed.

Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

PHILLIPS, Patricia. P., PHILLIPS, Jack. J.. Hard numbers from Soft Skills: you can measure the impact and roi for soft skill programs de In: Phillips, Patricia. P., Phillips, Jack. J.; Ray, Rebecca. L. **Measuring the Success of Leadership Development: A Step-by-Step Guide for Measuring Impact and Calculating ROI**. Alexandria, VA: ATD Press, 2015.

PORTAL BRASIL JÚNIOR. Brasil Júnior. Disponível em: <https://portal.brasiljunior.org.br/>. Acesso em: 22 set 2022.

Folha de S. Paulo. **RANKING DE CURSOS DE GRADUAÇÃO..** RUF 2019. Disponível em: <https://ruf.folha.uol.com.br/2019/ranking-de-cursos/relacoes-internacionais/>. Acesso em: 29 out 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA. RESOLUÇÃO Nº 1 DE 24 DE AGOSTO DE 2020. Regulamenta a atividade de Trabalho de Conclusão de Curso, fixada no Projeto Político-Pedagógico do Curso de Graduação em Relações Internacionais, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Campus I da Universidade Federal da Paraíba, e dá outras providências.

BRASIL. RESOLUÇÃO Nº 4 DE 4 DE OUTUBRO DE 2017. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Relações Internacionais, bacharelado, e dá outras providências. **MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**.

BRASIL. RESOLUÇÃO Nº 7, DE 18 DE DEZEMBRO DE 2018. Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/2014 que aprova o Plano Nacional de Educação - PNE 2014 - 2024 e dá outras providências. **MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**.

RIBEIRO, Pedro Feliú; KATO, Mariana; RAINER, Gary. Mercado de Trabalho e Relações Internacionais no Brasil: um estudo exploratório. **Meridiano**, v. 47, p. 10-18, 2013.

ROBLES, Marcel M. Executive perceptions of the top 10 Soft Skills needed in today's workplace. **Business Communication Quarterly**, v. 75, n. 4, p. 453-465, 2012.

SARINGER. Giuliana. Empresas juniores movimentaram mais de R\$ 32 milhões em 2020. **R7 Notícias**. Economia. Disponível em: <https://noticias.r7.com/economia/empresas-juniores-movimentaram-mais-de-r-32-milhoes-em-2020-12102020>. Acesso em: 03 nov 2022.

TORRES, Vinícius Almeida. Complementariedade ou divergência: a empresa júnior nos cursos de Relações Internacionais do Brasil. 2020. TCC. Relações Internacionais. UFS. São Cristóvão.

VEIGA, Luana Lima Ferreira. Líderes que fazem: O espírito empreendedor do Movimento Empresa Júnior. 2019. TCC. Jornalismo. UFBA. Salvador.

APÊNDICE I. Informações de Empresas Juniores do Curso de Relações Internacionais no mês de setembro de 2022, em ordem alfabética.

Nome da Empresa Júnior	Faculdade	Localização	Cursos	Quantidade de membros em setembro/2022	Serviços prestados	Faturamento entre janeiro e setembro/2022
Ação Júnior	UFSC	Florianópolis-SC	Administração Ciências Contábeis Ciências Econômicas Relações Internacionais	21	1) Pesquisa de Mercado 2) Marketing Estratégico 3) Estruturação Comercial 4) Gestão Financeira 5) Gestão de Pessoas 6) Gestão de Negócios	R\$ 180.630,00
ACPE Consultoria Jr.	UFU	Uberlândia-MG	Relações Internacionais	23	1) Plano de Negócios 2) Comércio Exterior 3) Mapeamento de Processos 4) Consultoria	R\$ 47.859,65
Alpha International Jr.	USJT	São Paulo-SP	Relações Internacionais	15	1) Análise de Mercado 2) Análise de Risco 3) Serviços de Tradução 4) Assessoria Documental	R\$ 4.036,03
Argos	UFF	Niterói-RJ	Relações Internacionais	32	1) Consultoria de Dupla Nacionalidade	R\$ 11.375,86

					2) Consultoria de Visto 3) Pesquisa de Fornecedores 4) Estudo de Mercado 5) Diagnóstico Administrativo 6) Estudo Comercial	
Atlântica Consultoria Internacional	UFRGS	Porto Alegre-RS	Relações Internacionais	24	1) Análise de Viabilidade para Exportação 2) Estudo Logístico-Burocrático para Importação e Exportação 3) Busca por Benefícios Fiscais para Importação	R\$ 8.850,00
Belas Artes Jr.	FEBASP	São Bernardo do Campo-SP	Arquitetura e Urbanismo Relações Internacionais	26	1) Arquitetura Design de Interiores 2) Protocolo Multicultural 3) Análise de Mercado	R\$ 3.773,82
Brain Consultoria Júnior	FACAMP	Campinas-SP	Relações Internacionais	11	1) Análise Mercadológica 2) Análise de Tendências 3) Análise de Cenários 3) Tradução	R\$ 2.350,00
CONEX	UCB	Brasília-DF	Relações Internacionais	21	1) Consultoria de Dupla Cidadania	R\$ 0,00

					2) Consultoria de Visto 3) Planejamento para Internacionalização	
Domani	UnB	Brasília-DF	Relações Internacionais	35	1) Estudo de Mercado 2) Promoção Comercial 3) Análise de Conjuntura Comercial 4) Marketing Internacional 5) Estudo Comercial 6) Viabilidade de Exportação 7) Inteligência Comercial 8) Planejamento Financeiro, Logístico e Burocrático	R\$ 80.000,00
Economus Consultoria Júnior	UERJ	Rio de Janeiro-RJ	Ciências Econômicas Ciências Atuariais Matemática Relações Internacionais	23	1) Pesquisa de Mercado 2) Plano de Negócios 3) Plano de Marketing 4) Plano Estratégico 5) Plano Financeiro	R\$ 4.662,60
Eleven Jr.	UEPB	João Pessoa-PB	Relações Internacionais	17	1) Pesquisa de Mercado 2) Gestão de Mídias Digitais 3) Tradução 4) Assessoria Internacional	R\$ 5.666,90

					5) Consultoria Internacional	
EJFGV	FGV	São Paulo-SP	Administração de Empresas Administração Pública Direito Direito e Administração de Empresas Economia Relações Internacionais	77	1) Plano de Negócios e Planejamento Estratégico 2) Pesquisa de Mercado, Análise de Viabilidade e Plano de Marketing 3) Valuation e Projeção Financeira 4) Análise e Planejamento Financeiro 5) Redução de Custos e Precificação 6) Data Science	R\$ 666.466,25
Expand Jr.	UFRJ	Rio de Janeiro-RJ	Relações Internacionais	40	1) Estudo de Mercado Internacional 2) Análise Burocrática 3) Planejamento Logístico 4) Prospecção Internacional	R\$ 8.374,06
F5 Júnior	UFSM	Santa Maria-RS	Relações Internacionais	27	1) Análise Logística 2) Análise Burocrática 3) Análise de Mercado Internacional 4) Internacionalização de Municípios 5) Captação de Recursos	R\$ 6.783,70

					Internacionais 6) Análise Cultural 7) Tendências Internacionais 8) Prospecção Internacional	
Firenze	UFG	Goiânia-GO	Relações Internacionais	20	1) Dupla Cidadania 2) Visto 3) Análise Burocrática 4) Análise de Conjuntura 5) Diagnóstico Firenze 6) Análise Logística 7) Prospecção Internacional 8) Formação de Preço	R\$ 250,00
Forward Consultoria Júnior	PUC MINAS	Belo Horizonte-MG	Relações Internacionais	9	1) Consultoria Internacional de Mercado 2) Internacionalização de Setores 3) Análise de burocracias internacionais 4) Tradução 5) Assessoria Internacional a Intercambistas 6) Consultoria em Diversidade e Inclusão 7) Relações Públicas	R\$ 10.043,75
Global Jr.	ESPM	Porto Alegre-RS	Relações	12	1) Análise de	R\$ 12.869,67

			Internacionais		Mercado e Concorrência 2) Pesquisa de Mercado 3) Análise de Ajuste Sociocultural 4) Identificação de Parceiros Comerciais 5) Análise de Requisitos Legais e Normativos 6) Identificação de Modelo de Internacionalização e Análise Logística 7) Análise e Planejamento Burocrático e Tributário 8) Identificação de Parceiros Comerciais 9) Análise de Ajuste Sociocultural 10) Pesquisa de Mercado 11) Plano de Negócios 12) Planejamento Econômico das Operações	
Ibmex	IBMEC	Belo Horizonte-MG	Administração Direito Contabilidade Economia	37	1) Estudo de Mercado 2) Análise de Concorrentes 3) Plano Mercadológico 4) Estudo de Viabilidades 5) Estudo de	R\$ 245.731,60

			Engenharias Relações Internacionais		Rentabilidade 6) Análise de Parceiros 7) Estratégias de Marketing 8) Gestão de Estoques	
Íteri Jr.	UFGD	Dourado-MS	Relações Internacionais	28	1) Diagnóstico de Maturidade Exportadora 2) Estudo de mercado alvo 3) Análise Tributária 4) Planejamento Logístico 5) Análise Burocrática 6) Tradução 7) Captação de Recursos 8) Dupla Nacionalidade e Vistos 9) Análise de danos e risco	R\$ 16.409,03
Ítaca	IESB	Brasília-DF	Relações Internacionais	12	1) Benchmarking internacional 2) Tradução	R\$ 3.760,00
Líderi Jr.	UFPB	João Pessoa-PB	Relações Internacionais	32	1) Planejamento Burocrático 2) Prospeção Internacional 3) Estudo de Mercado 4) Análise de Conjuntura 5) Análise Logística	R\$ 17.515,74

Orbe Consultoria Internacional	UNESP	Franca-SP	Relações Internacionais	22	1) Identificação de Mercados 2) Estudo de Mercado 3) Análise Burocrática 4) Internacionalização Municipal	R\$ 2.800,00
Pangea Consultoria Internacional	PUC Goiás	Goiânia-GO	Relações Internacionais	12	1) Projetos de Exportação 2) Análise de Mercado 3) Tratamento Administrativo 4) Assessoria para visto 5) Dupla Cidadania	R\$ 0,00
Prisma Consultoria Internacional	PUCSP	São Paulo-SP	Relações Internacionais	31	1) Identificação de Mercados 2) Análise de Mercado 3) Regulamentações e Tarifas 4) Lista de Compradores 5) Lista de Fornecedores 6) Atualização de Mercado	R\$ 9.061,75
Reina Consultoria Internacional	UFS	São Cristóvão-SE	Relações Internacionais	20	1) Planejamento Estratégico de Importação e Exportação 2) Pesquisa de Mercado 3) Análise Burocrática	R\$ 2.360,00

					4) Análise Logística 5) Análise Financeira 6) Prospecção de Contatos	
RI USP Jr.	USP	São Paulo-SP	Relações Internacionais	56	1) Análise de Mercado Alvo 2) Análise Concorrencial Estratégica 3) Análise Tributária 4) Análise Burocrática 5) Análise Conjuntural 6) Mapeamento de Contatos 7) Análise de Risco	R\$ 24.795,00
Sage	UNESP	Marília-SP	Relações Internacionais	30	1) Seleção de mercado-alvo 2) Análise Estratégica de mercado 3) Tradução 4) Prospecção de Fornecedores 5) Adequação de embalagens 6) Assessoria para emissão de passaportes	R\$ 2.500,00
TMC International	UNIFAP	Macapá-AP	Relações Internacionais	15	1) Análise de Produto 2) Análise de Mercado 3) Prospecção de contatos 4) Marketing	R\$ 0,00

					Internacional 5) Tradução	
XPORT Jr. Consultoria e Suporte Internacional	UFRJ	Rio de Janeiro-RJ	Relações Internacionais	48	1) Análise de Mercado Internacional 2) Planejamento de Exportação 3) Planejamento Logístico 4) Prospecção de Mercado	R\$ 37.332,49

Fonte: Elaboração própria através de pesquisas feitas no Portal Brasil Júnior e sites das empresas (2022).

APÊNDICE II. Resultado do Questionário I sobre Habilidades e Competências que os participantes acreditam ter desenvolvido através da empresa júnior Líderi Consultoria Internacional.

Disponível em:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ZV_j-8_tJEWIyaj7Ls2qvS9uSI-_Y58AMUAQMY_ilis/edit?usp=sharing.

APÊNDICE III. Resultado do Questionário II sobre inserção do mercado de trabalho a partir da experiência na empresa júnior Líderi Consultoria Internacional.

Disponível em:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1eFFhJVVPiHsXRyP4FQ6a5LGE8ko0Ls_6JO3UIXV66VA/edit?usp=sharing.