



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA
CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA

JÚLIA MONTEIRO PINHO

**EMPRESAS JUNIORES DE GASTRONOMIA NAS UNIVERSIDADES
FEDERAIS BRASILEIRAS.**

JOÃO PESSOA

2025

JULIA MONTEIRO PINHO

**EMPRESAS JUNIORES DE GASTRONOMIA NAS UNIVERSIDADES
FEDERAIS BRASILEIRAS.**

Monografia apresentada na Atividade de Trabalho de Conclusão de Curso II do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a conclusão do curso.

Orientadora: Profa. Dra. Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva

JOÃO PESSOA

2025

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

P654e Pinho, Julia Monteiro.

Empresas juniores de gastronomia nas universidades federais brasileiras / Julia Monteiro Pinho. - João Pessoa, 2025.

52 f. : il.

Orientação: Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva.

TCC (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Empresas juniores. 2. Gastronomia. 3. Universidades Federais. 4. Empreendedorismo acadêmico. 5. Desafios estruturais. I. Silva, Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino. II. Título.

UFPB/CTDR

CDU 641:378.4(81)

JULIA MONTEIRO PINHO

**EMPRESAS JUNIORES DE GASTRONOMIA NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS
BRASILEIRAS.**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado na atividade de Trabalho de Conclusão de Curso II do curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a conclusão do curso.

RESULTADO: Aprovado NOTA: 10,00

João Pessoa, 24 de setembro de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Valéria Saturnino

Profa. Dra. Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva
Orientadora

Maria dos Remédios Antunes Magalhães

Profa. Dra. Maria dos Remédios Antunes Magalhães
1ª Examinadora

Bernardina Maria Juvenal Freire de Oliveira

Profa. Dra. Bernardina Maria Juvenal Freire de Oliveira
2ª Examinadora

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais, Maria José ‘Mana’ Maia Monteiro e Fausto Alves de Pinho Neto, que me incentivaram a seguir o curso de gastronomia. Meus alicerces, que me apoiaram em todas as etapas desde a mudança de estado até minha conclusão de curso e tudo que aconteceu nesses 4 anos morando longe. São meu porto seguro e meus melhores amigos para todas as horas, tenho muita sorte de ser filha de vocês e sou eternamente grata. Obrigada por serem tão prestativos e parceiros, do fundo do coração *‘te amo-te’*.

Obrigada à minha orientadora, Valéria Saturnino, por ter perguntado se já tinha algo planejado para minha monografia, por incentivar a seguir essa linha de pesquisa. Admiro sua dedicação, a arte de ensinar e tratar seus estudantes como filho próprio, realmente eu não teria ‘funcionado’ se não fosse pela sua bondade e carinho. Sem você e sua influência esse trabalho talvez não existiria, afinal a nossa querida ‘Degustar Jr.’ ainda estaria só no nosso coração, e conseqüentemente essa tese provavelmente não teria passado pela minha cabeça.

Um agradecimento especial para minhas amigas que conheci e me fizeram viver um pouco. Obrigada Ana Carolina Jardim, a ‘menina que conheci na internet’ e dividiu apartamento comigo, obrigada por ser uma ‘irmãzona’ numa época em que estava longe da família, por me ensinar tanto em tão pouco tempo, não quero te perder nunca. Obrigada Isadora Teixeira, minha ‘irmã do meio’, por me incentivar a fazer umas loucuras de vez em quando, por se preocupar com meu bem-estar e me levar em seu HB20 para ‘dominar o mundo’, sua vibe combina muito comigo e espero manter contato onde quer que a vida nos levar. Obrigada Lisa Almeida por confiar em mim e contar seus problemas, por estar em contato mesmo já estando tão longe, e assim que você voltar de Portugal vamos em um pagode para você matar sua vontade, mas vamos de Uber, suas manobras radicais de carro podem ser praticadas depois.

Obrigada a minha banca, Professora Remédios Antunes e Professora Bernardina Freire, pelas correções feitas e pelo carinho ao trabalho, afinal o que seria uma joia sem sua lapidação, para brilhar ainda mais.

EMPRESAS JUNIORES DE GASTRONOMIA NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS.

RESUMO

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) tem se consolidado no Brasil como uma iniciativa que conecta o ambiente acadêmico ao mercado por meio de experiências empreendedoras e inovadoras. Embora sua presença seja expressiva em cursos como Administração, Engenharia e Tecnologia, observa-se baixa visibilidade em outras áreas, em especial a Gastronomia. Nesse sentido, este trabalho investiga o cenário das Empresas Juniores de Gastronomia em Universidades Federais brasileiras, identificando sua distribuição, formas de funcionamento e os principais desafios enfrentados. Constatou-se a escassez significativa de literatura que aborda especificamente a interseção entre Gastronomia e empreendedorismo acadêmico. A pesquisa, de abordagem qualitativa, natureza aplicada e objetivos descritivos e exploratórios, utilizou levantamento documental, entrevistas online com membros de Empresas Juniores de Gastronomia, análise de dados disponíveis em redes e plataformas oficiais do movimento, além de revisão bibliográfica. Como resultados, verificou-se que os desafios mais recorrentes enfrentados por essas organizações são a formalização jurídica, a alta rotatividade de membros e a falta de infraestrutura adequada.

Palavras-chave: Empresas juniores; Gastronomia; Universidades Federais; Empreendedorismo acadêmico; Desafios estruturais.

JUNIOR GASTRONOMY COMPANIES AT BRAZILIAN FEDERAL UNIVERSITIES.

ABSTRACT

The Junior Enterprise Movement (MEJ) has been consolidating in Brazil as an initiative that connects the academic environment to the market through entrepreneurial and innovative experiences. Although its presence is significant in fields such as Business Administration, Engineering, and Technology, its visibility remains low in other areas, especially Gastronomy. In this context, this study investigates the landscape of Gastronomy Junior Enterprises in Brazilian Federal Universities, identifying their distribution, modes of operation, and the main challenges they face. A significant scarcity of literature specifically addressing the intersection between Gastronomy and academic entrepreneurship was identified. The research, with a qualitative approach, applied nature, and descriptive and exploratory objectives, employed documental analysis, online interviews with members of Gastronomy Junior Enterprises, analysis of data available on networks and official movement platforms, in addition to a literature review. The results showed that the most recurrent challenges faced by these organizations are legal formalization, high turnover of members, and lack of adequate infrastructure.

Keywords: Junior enterprises; Gastronomy; Federal Universities; Academic entrepreneurship, Structural challenges.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	JUSTIFICATIVA	11
1.1.1	Literatura Acadêmica Escassa sobre o Assunto	11
1.1.2	Relevância na Academia e Importância na Formação.....	12
1.1.3	Burocracia e Limitada Infraestrutura.....	12
1.1.4	Relevância Pessoal da Temática.....	13
2	REVISÃO DE LITERATURA	15
2.1	MOVIMENTO DE EMPRESAS JUNIORES.....	15
2.2	EMPRESAS JUNIORES NO ENSINO SUPERIOR BRASILEIRO.....	16
3	OBJETIVOS E HIPÓTESE	18
3.1	OBJETIVO GERAL	18
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
3.3	HIPÓTESE.....	18
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	19
4.1	TIPOLOGIA DE PESQUISA.....	19
4.2	LOCAL DA PESQUISA	19
4.3	POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	20
4.4	INSTRUMENTOS PARA COLETA DE DADOS	21
4.4.1	Roteiro da entrevista.....	21
4.5	PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS	22
4.6	ANÁLISE DE DADOS	23
4.7	POSICIONAMENTO ÉTICO DOS PESQUISADORES.....	23
4.7.1	Riscos e benefícios da pesquisa	24
5	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	25
5.1	CRIAÇÃO E CONTEXTO DAS EMPRESAS JUNIORES DE GASTRONOMIA	26
5.2	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	28

5.3 INTEGRAÇÃO COM O CURSO	30
5.4 PROJETOS DESENVOLVIDOS	32
5.5 DESAFIOS ENFRENTADOS.....	34
5.6 IMPACTOS E PERSPECTIVAS	36
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
REFERÊNCIAS	40
APÊNDICE A - MODELO DO TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	43
APÊNDICE B - PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA	47

1 INTRODUÇÃO

O pós Segunda Guerra Mundial (1939-1945) foi um período de intensa transformação nas áreas da tecnologia, mercado e educação, mudanças essas que refletem nos cenários acadêmico e profissional, influenciando as mais diversas áreas. O objetivo era desenvolver a modernização econômica e social necessárias para a demanda do trabalho e o crescimento industrial (Davini, 1997).

Surge então em 1967 a primeira empresa júnior na França, quando alunos da ESSEC (*École Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales*) decidem criar um espaço onde podem praticar e exercer o que foi orientado na sala de aula e podem proporcionar um ambiente com consequências e responsabilidades reais (Junior ESSEC, 2024).

De acordo com Mota (2021), uma empresa júnior se trata de uma organização sem fins lucrativos, formada e gerida exclusivamente por estudantes de graduação. Embora os professores não integrem a estrutura executiva nem tomem decisões administrativas, seu papel como orientadores é fundamental, fornecendo suporte técnico e acadêmico para o desenvolvimento das atividades. As EJs oferecem serviços especializados à sociedade, atendendo, sobretudo, pequenas e médias empresas, cobrando apenas valores que garantam sua manutenção e continuidade. Assim como qualquer outra organização, as EJs estão sujeitas a obrigações fiscais e tributárias.

A ideia foi tão bem aceita e disseminada que apenas após dois anos surge a Confederação Nacional das Empresas Juniores na França (CNEJ). Nos anos 80, a CNEJ já contava com mais de 100 EJs e mais tarde abre as portas para colaborar com outras empresas de outros países (Palassi, Martinelli e Paula, 2020).

No Brasil, o movimento chegou em 1988, por meio de João Carlos Chagas, diretor da Câmara de Comércio e Indústria Franco-Brasileira. Nesse mesmo ano tem-se a criação da primeira EJ de toda América Latina, a EJFGV, na Fundação Getúlio Vargas (FGV). A aceitação e disseminação da ideia foi tão expressiva que, em menos de uma década, o Brasil já contava com 100 empresas juniores em funcionamento, um exponencial crescimento, significativamente mais rápido do que o ocorrido no país de origem (Campos *et al.*, 2014).

Atualmente, as EJs atingiram um patamar de relevância acadêmica no cenário do empreendedorismo nacional. De acordo com dados do site da Brasil Júnior do Relatório de Legado de 2024, a Confederação Brasileira de Empresas Juniores conta com mais de 900 empresas juniores espalhadas por todo território brasileiro, reunindo mais de 20 mil empresários

juniores com mais de 17 mil projetos. Esse crescimento expressivo demonstra a consolidação das EJs como espaços de aprendizado prático e inovação dentro das universidades.

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) constitui em um sistema global que representa as Empresas Juniores, promovendo a inovação no ensino, o impacto social e mercadológico, além do aprendizado prático. No Brasil, esse movimento é regulamentado e representado pela Brasil Júnior, entidade responsável por articular e conectar as federações estaduais, além de oferecer suporte às empresas juniores conveniadas. No estado da Paraíba, local de realização deste estudo, a PB Júnior desempenha essa função, promovendo eventos e iniciativas que visam fortalecer e expandir a rede de Empresas Juniores.

Todos os dados supracitados evidenciam a força do movimento no mundo todo, principalmente o Brasil, pouco se fala de Empresas Juniores em cursos de gastronomia. Isso se percebe, principalmente, pela predominância de empresas juniores em cursos das áreas administrativa, tecnológica, de engenharias e de informática dentro do movimento, o que acaba por concentrar esforços e visibilidade nessas áreas.

Observa-se também a limitação do acervo acadêmico voltado a essa temática, o que compromete a consolidação da iniciativa e dificulta o avanço, bem como a criação de novas Empresas Juniores de Gastronomia, pela escassez de informações disponíveis. Diante dessa problemática, este trabalho busca investigar as Empresas Juniores de Gastronomia nas Universidades Federais brasileiras, compreendendo seus fatores de funcionamento, os desafios que enfrentam e o papel que desempenham no mercado e no contexto acadêmico.

1.1 JUSTIFICATIVA

Esta justificativa está dividida em quatro fatores de relevância do estudo, conforme segue.

1.1.1 Literatura Acadêmica Escassa sobre o Assunto

Foi realizada uma busca pelos termos “empresa júnior” e “gastronomia” na maior base de periódicos científicos do país, a Plataforma CAPES, bem como nas bibliotecas digitais internacionais como a Scopus e JSTOR, e não foram encontrados resultados relevantes que abordam diretamente essa convergência de temas. Esses dados evidenciam uma lacuna importante na produção acadêmica relacionada ao tema, o que reforça a pertinência e o

ineditismo da pesquisa. A ausência de estudos consolidados sobre empresas juniores no campo da gastronomia necessita de aprofundamento e sistematização do conhecimento na área.

1.1.2 Relevância na Academia e Importância na Formação

De acordo com Ruda, Martin e Danko (2009), as pautas ‘empreendedorismo e a educação empreendedora’ foram temas estratégicos para o desenvolvimento da solução da União Europeia durante a Agenda de Lisboa em 2000. Nesse encontro, a meta era transformar a economia europeia até 2010 em um modelo mais sustentável, com mais e melhores empregos, além de promover uma maior coesão social. Esses objetivos poderiam ser alcançados através de iniciativas inovadoras, como por exemplo utilizado na reunião, as *start-ups*.

A pesquisa também observa que, durante períodos de crises, como a pandemia do COVID, o mercado de trabalho tende a se enfraquecer e muitos jovens, especialmente recém-formados, tendem a considerar o empreendedorismo como uma forma prática de participar ativamente da economia, iniciando e administrando seus próprios negócios para lidar com obstáculos profissionais e econômicos.

De forma complementar, Jones-Evans, Williams e Deacon (2000) relatam sobre as experiências feitas para desenvolver um programa de ensino que junte o conhecimento, prática e atitude necessárias para incentivar e solucionar críticas feitas dos próprios egressos a muitas escolas de negócios do Reino Unido de que os graduandos não estão prontos para o mercado. Um programa que gere iniciativa, resolução de problemas, trabalho em equipe, gerenciamento de riscos, responsabilidade, criatividade e muito mais. Propostas essas, intrínsecas a ‘Empresas juniores’ segundo a própria Brasil Junior, de formar o perfil empreendedor com experiências reais.

1.1.3 Burocracia e Limitada Infraestrutura

Conforme pesquisa realizada por Schwingel e Rizza em 2013, muitos que desejam iniciar um negócio enfrentam muitas dificuldades no que diz respeito à burocracia. São necessárias diversas idas a cartórios, registros tributários e alvarás do corpo de bombeiros e vigilância sanitária como exemplo. Essa situação infelizmente custa tempo e dinheiro, recursos que às vezes os empreendedores não detêm, sendo só um dos muitos motivos para desanimar e desestimular.

Apesar disso, o surgimento da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, em 2006, e do regime do Microempreendedor Individual (MEI), em 2008, ainda citados por Schwingel e Rizza (2013), representaram avanços importantes no caminho da desburocratização, sinalizando um movimento positivo que ainda pode e deve ser ampliado.

Voltando ao tema, pelo fato de as Empresas juniores serem formadas essencialmente por e para os estudantes com objetivo de estimular vivências empresariais ainda dentro do ambiente universitário, conectando a faculdade, o mercado e empresas, as EJs enfrentam exigências de todos os lados no quesito administrativo, financeiro e formativo.

Além disto, a constante rotatividade característica desse modelo exige um cuidado e atenção na troca de diretoria, adaptar membros da nova liderança e novamente fazer todo trâmite no cartório para o registro, informar o sistema interno e as contas bancárias. Esses fatores relacionados a limitação de recursos e apoio institucional dificultam profundamente o funcionamento pleno e a consolidação da empresa.

1.1.4 Relevância Pessoal da Temática

A autora foi durante 02 anos Diretora Presidente de uma EJ de Gastronomia, ao longo de sua graduação, e pôde vivenciar de perto os inúmeros desafios enfrentados desde o processo de abertura até a fase de implantação e funcionamento da organização. As dificuldades envolvem desde questões burocráticas com diversas idas até o cartório no centro da cidade de João Pessoa, limitações estruturais a respeito do CNPJ e o local físico de atuação e até de gestão, para entender tudo que poderia ser relevante para o *modus operandi* de uma empresa, barreiras comuns em ambientes onde os membros ainda estão em formação acadêmica e profissional.

Este relato busca servir como orientação e incentivo para futuros estudantes de gastronomia que desejam participar de empresas juniores em universidades federais, oferecendo-lhes uma visão mais clara sobre os caminhos, obstáculos e possibilidades envolvidos nesse processo.

Nesse sentido, a vivência da autora encontra respaldo na produção acadêmica de Magalhães e Silva (2023), professoras do departamento de Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba, que estruturaram um estudo de caso sobre a ‘Degustar Jr.’, empresa da qual alimentou a curiosidade pelo tema da pesquisa. As autoras destacam os desafios enfrentados na sua criação, desde o planejamento, constituição da identidade visual e implantação, até a consolidação de seus serviços e projetos de extensão. Ao evidenciarem a importância da atuação

docente no processo e o impacto da ‘Degustar Jr.’ na formação prática dos estudantes, sua pesquisa contribui diretamente para a valorização e fortalecimento da atuação discente no ambiente universitário.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura tem como objetivo contextualizar o tema desta pesquisa e apresentar os principais estudos que dialogam com a interseção entre o Movimento Empresa Júnior (MEJ), o empreendedorismo acadêmico e a Gastronomia.

2.1 MOVIMENTO DE EMPRESAS JUNIORES

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) é a maior rede de estudantes empreendedores do mundo, que conta com variadas áreas do conhecimento e surgiu em 1967 em Cergy, França. Como resposta à necessidade de transformar o ensino superior e aproximar mais à realidade do mercado de trabalho, foi criada uma associação estudantil sem fins lucrativos e que prestasse serviços de consultoria para sociedade, a ESSEC Junior. Assim nascia um modelo que se espalharia rapidamente por toda a Europa e futuramente para o mundo (Mota, 2021; Campos *et al.*, 2014).

O Movimento de Empresas Juniores chegou oficialmente ao Brasil em 1988, por iniciativa de João Carlos Chagas, o então diretor da Câmara de Comércio e Indústria Franco-Brasileira. Nesse mesmo ano foi fundada a EJFGV, considerada a primeira empresa júnior da América Latina. A proposta encontrou grande receptividade no ambiente acadêmico brasileiro, o que favoreceu sua rápida disseminação entre diferentes instituições de ensino superior. O crescimento foi tão expressivo que, em menos de uma década, o país já contava com cerca de 100 empresas juniores em funcionamento (Campos *et al.*, 2014) — um feito que ocorreu em apenas metade do tempo que a França, berço do movimento, levou para alcançar a mesma marca.

Com a alta adesão, manifestou-se a necessidade de uma organização que envolvesse todos os empreendimentos, para conversarem entre si. Ocorre assim o primeiro encontro do ENEJ (Encontro Nacional de Empresas Juniores) em 1993 na cidade de São Paulo, com a participação de 300 empresários da rede (ENEJ,1993). Desde então, todos os anos os encontros acontecem em cidades diferentes. A reunião de 1999, sediada em Recife, foi marcada pela criação da Brasil Júnior, a confederação nacional que hoje representa oficialmente o MEJ no país e atua na padronização, incentivo e fortalecimento dessas iniciativas estudantis (Brasil Junior, 2025).

Uma EJ é uma associação formada exclusivamente por universitários de graduação, sem

fins lucrativos, os quais realizam projetos e prestam serviços relacionados à área do curso ao qual está vinculada para pequenas e médias empresas ou até para pessoas físicas. O objetivo principal é proporcionar aos alunos uma vivência real do mercado, desenvolvendo habilidades de gestão, contato com clientes, resolução de problemas e trabalho em equipe (Campos *et al.*, 2014; Palassi, Martinelli e Paula, 2020). Contam com a assistência de professores para orientação que direciona para formação do profissional (Davini, 1997), contribuindo com soluções mais acessíveis.

Inicialmente a ideia surgiu com os cursos de administração, mas atualmente é utilizado de forma ampla para outros departamentos. Os dados disponíveis reforçam essa importância. Segundo dados da Brasil Júnior disponíveis em relatórios publicados no site oficial, em 2021 já constavam mais de 1.000 empresas juniores confederadas e mais de 42 mil projetos realizados e/ou em andamento. Essas EJs faturaram, em média, mais de R\$ 2.000 por membro, com faturamento de mais de R\$ 71 milhões ao todo (Brasil Júnior, 2025). O Movimento Empresa Júnior é muito mais do que um espaço de prática que complementa o papel da universidade na formação.

2.2 EMPRESAS JUNIORES NO ENSINO SUPERIOR BRASILEIRO

No cenário brasileiro, as EJs têm se consolidado como cada vez mais relevantes, sendo uma das formas de fazer a conexão entre a universidade e a sociedade, contribuindo para o desenvolvimento de competências e habilidades interpessoais, organizacionais e empreendedoras dos membros, preparando-os para enfrentar os desafios de um mercado de trabalho que está cada vez mais exigente. Como aponta Jones-Evans, Williams e Deacon (2000), programas de formação empreendedora eficazes vão além da transmissão de conteúdo: eles cultivam atitudes, valores e uma postura proativa diante do mundo.

Ainda assim, é importante reconhecer que existem desafios. Algumas pesquisas apontam que, apesar do potencial formativo, o discurso predominante no Movimento Empresa Júnior tende a se concentrar em valores ligados ao empreendedorismo e à meritocracia, um conceito que carrega diversas camadas, e que a princípio propõe distribuir recompensas conforme o mérito individual, mas na prática funciona mais como ideologia de legitimação da desigualdade (Simin, 2024). Como observam Palassi, Martinelli e Paula em 2020, esse enfoque pode limitar o espaço para outras discussões como justiça social, diversidade e cidadania. Com isso, corre-se o risco de formar profissionais altamente capacitados tecnicamente, mas pouco

sensibilizados para os desafios sociais do país. Reforça-se, assim, a importância de pensar as EJs também como ambientes que incentivem o pensamento crítico e o compromisso com a transformação social.

Embora o discurso principal de qualquer empresa universitária seja desenvolvimento de competências empreendedoras, as Empresas Juniores também podem e devem assumir um papel social mais ativo. Muitas delas já vêm colocando isso em prática, ao apoiar comerciantes locais por meio de serviços prestados a valores simbólicos, buscando não apenas a experiência profissional dos membros, mas também a contribuição concreta para o fortalecimento da economia local. Essas iniciativas mostram como é possível aliar aprendizado técnico com responsabilidade social, ampliando o impacto das EJs para além da universidade.

3 OBJETIVOS E HIPÓTESE

3.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral deste estudo é investigar o estado atual das empresas juniores de gastronomia ligadas às Universidades Federais do Brasil, compreendendo seu funcionamento e os desafios que enfrentam.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- (a) Identificar e listar todas as empresas juniores ativas de gastronomia existentes.
- (b) Mapear as EJs de gastronomia nas Universidades Federais (UFs) existentes.
- (c) Constatar o funcionamento interno e as principais atividades desenvolvidas das EJs de gastronomia nas Universidades Federais.
- (d) Avaliar desafios enfrentados no mercado e no contexto acadêmico das EJs de gastronomia nas Universidades Federais.

3.3 HIPÓTESE

Embora haja muitas informações acerca das Empresas Juniores nas mais diversas áreas do conhecimento, ainda é difícil encontrar estudos específicos sobre esse modelo no setor da gastronomia. Essa lacuna impede uma compreensão aprofundada do funcionamento das organizações e traz desafios extras quando se trata de criá-las e estruturá-las. Diante dessas informações, esse estudo parte da hipótese:

H0 (NULA) – As Empresa Juniores de Gastronomia das Universidades Federais estão bem estruturadas e em pleno funcionamento; e a literatura sobre o tema é ampla e suficiente, sem necessidade de um novo estudo para entender seu funcionamento e relevância.

H1 (ALTERNATIVA) - As Empresas Juniores de Gastronomia das Universidades Federais enfrentam desafios estruturais significativos e não estão em pleno funcionamento; e a literatura sobre o tema é escassa e insuficiente, evidenciando a necessidade de novos estudos para compreender seu funcionamento e relevância.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos apresentam o caminho seguido pela pesquisa, explicando como ela foi organizada e desenvolvida. Nessa etapa são definidos o tipo de estudo, o público investigado, os instrumentos de coleta de dados e a forma de análise, garantindo clareza, coerência e transparência no processo.

4.1 TIPOLOGIA DE PESQUISA

De acordo com Gerhardt e Silveira (2009), esta pesquisa possui cunho quantiquantitativo, pois preocupa-se em aprofundar o entendimento de como andam as empresas juniores de gastronomia no Brasil. Esta pesquisa não se preocupa em analisar todas as EJs existentes, mas sim em ter uma abordagem quantiquantitativa onde irá explorar de forma aprofundada a pequena amostra escolhida, associada às Universidades Federais.

Ainda de acordo Gerhardt e Silveira (2009), esta pesquisa é de natureza aplicada, pois busca resolver problemas específicos de determinada situação e atender a verdades e interesses locais. No caso, estuda-se um tema específico de Ciências Sociais Aplicadas, que é o Empreendedorismo, dentro da Administração, especificamente no modelo de Empresas Juniores do ramo de Gastronomia.

Por fim, quanto aos objetivos de pesquisa, classificam-se como exploratórios, pois é um tema pouco abordado, com nichos específicos que necessitam ser explorados e, portanto, ainda carecem de pesquisa bibliográfica; e descritivos, pois há a intenção de se levantar informações sobre a estrutura, funcionamento e desafios das empresas juniores de gastronomia, caracterizando-se como estudo de caso dessas empresas (Gerhardt e Silveira, 2009).

4.2 LOCAL DA PESQUISA

A entrevista é um gênero do discurso que consiste na interação entre o entrevistador e o entrevistado com objetivo informativo e geralmente segue um roteiro de perguntas focadas nas informações relevantes para o tema principal. Segundo Neto e Santos (2017), o gênero apesar de ter sua identidade e particularidades características, pode apresentar diversas configurações a depender do ambiente, entrevistador e a situação. No contexto desta pesquisa, adota-se a entrevista-diálogo (Neto e Santos, 2017), voltada à investigação das experiências e vivências

do entrevistado nas Empresas Juniores.

O local de pesquisa corresponde às Empresas Juniores vinculadas a cursos de Gastronomia em Universidades Federais brasileiras selecionadas da amostra. As entrevistas serão realizadas de forma remota, por meio de plataformas digitais (Google Meet e Zoom). O uso de recursos online irá possibilitar a participação de pessoas de diferentes regiões do país, respeitando as condições da Comissão de Ética, com termo de esclarecimento que será passado para cada entrevistado.

4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

O universo considerado foram todas as empresas juniores de gastronomia do Brasil. Já a amostra escolhida foi composta por empresas juniores da área de gastronomia ativas em Universidades Federais do Brasil. A justificativa para a seleção dessa amostra foi feita com base em levantamentos realizados em plataformas oficiais do Movimento Empresa Júnior, em redes sociais e sites institucionais das universidades.

Foram considerados os seguintes critérios para inclusão na amostra:

- Estar vinculada a um curso superior de gastronomia com grau de Bacharelado em Universidade Federal do Brasil;
- Estar formalmente ativa no momento da coleta de dados (com presença online, portfólio ou contato institucional ativo).

De acordo com informações obtidas no site do E-MEC (2025), existem 16 cursos de graduação em Gastronomia com grau de Bacharelado no Brasil. Destes, somente 11 estão em pleno funcionamento, sendo seis ofertados por instituições públicas federais e cinco em instituições privadas. Entre as universidades federais estão a Universidade Federal Rural de Pernambuco, a Universidade Federal da Bahia, a Universidade Federal do Ceará, a Universidade Federal do Rio de Janeiro, a Universidade Federal da Paraíba e a Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (E-MEC, 2025).

O Quadro 01, a seguir, apresenta a lista de cursos de Bacharelados em Gastronomia em funcionamento nas Universidades Federais brasileiras e suas respectivas Empresas Juniores existentes e em funcionamento. A amostra final foi composta por um total de 4 EJs, localizadas em diferentes regiões do país, o que permite uma visão mais ampla da realidade dessas

iniciativas.

Quadro 01 - Cursos Ativos de Bacharelado em Gastronomia nas Universidades Federais e suas respectivas Empresas Juniores

UFs	SIGLAS	LOCAL	EJs em pleno funcionamento
Universidade Federal Rural de Pernambuco	UFRPE	Pernambuco - Nordeste	-
Universidade Federal da Bahia	UFBA	Bahia - Nordeste	Cheiro verde Jr
Universidade Federal do Ceará	UFC	Ceará - Nordeste	-
Universidade Federal do Rio de Janeiro	UFRJ	Rio de Janeiro - Sudeste	Cibus Jr.
Universidade Federal da Paraíba	UFPB	Paraíba - Nordeste	Degustar Jr
Fundação Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre	UFCSPA	Rio Grande do Sul – Sul	Açafrão Jr

Fonte: Dados da pesquisa, 2025

4.4 INSTRUMENTOS PARA COLETA DE DADOS

As entrevistas foram estruturadas seguindo um roteiro, realizadas com membros das empresas juniores selecionadas, ocupando cargos da diretoria executiva como presidência, vice-presidência ou diretoria de projetos. O roteiro incluiu perguntas sobre a criação da empresa, estrutura organizacional, relação com o curso de Gastronomia, projetos realizados, dificuldades enfrentadas, impactos percebidos e perspectivas futuras. Para esta pesquisa, foi possível estabelecer contato com Empresas Juniores vinculadas à Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA).

4.4.1 Roteiro da entrevista

- a) **Criação e contexto:** Como surgiu a ideia de criar a empresa júnior e quais foram os principais passos para sua formalização? **Objetivo:** Entender o que motivou a criação da empresa, se houve alguma ‘virada de chave’ ou ‘*starter*’ que estimulou a ação dos estudantes.
- b) **Estrutura organizacional:** Como a empresa está estruturada internamente? Quais são os cargos e como são definidas as responsabilidades? **Objetivo:** Analisar a estrutura da EJ e ver semelhanças e diferenças com empresas tradicionais, compreender melhor a liderança e a gestão do trabalho.

- c) **Integração com o curso:** Como é a relação da empresa júnior com o curso de gastronomia? E como é a relação com o(s) orientador(es)? **Objetivo:** Analisar a relação e verificar se há apoio institucional ou até mais entraves e resistência da academia em atuações da empresa.
- d) **Projetos desenvolvidos:** Quais foram os principais projetos já realizados pela empresa? Poderia destacar algum que tenha sido especialmente marcante? **Objetivo:** Mapear as atividades, os impactos desses projetos e demonstrar o que uma EJ pode ser capaz de realizar.
- e) **Desafios enfrentados:** Quais têm sido as maiores dificuldades enfrentadas na gestão e nas operações da empresa júnior até o momento? **Objetivo:** Identificar os obstáculos internos e externos, quais são os desafios mais comuns e/ou constantes enfrentados pelas EJs.
- f) **Impactos e perspectivas:** Quais impactos positivos vocês percebem na formação dos membros e na comunidade? E quais são as perspectivas futuras para a empresa? **Objetivo:** Refletir na transformação que essas empresas podem ter e quais são as visões para o futuro da empresa?

4.5 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS

Antes da realização das entrevistas, os participantes foram informados sobre os objetivos da pesquisa, o caráter voluntário da participação e o direito de se retirarem a qualquer momento. Após a leitura e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). As entrevistas foram feitas na última semana de agosto de 2025, respeitando a disponibilidade dos entrevistados. As entrevistas foram conduzidas de forma remota, por meio de videochamadas da plataforma do *Google Meet*, com duração média de 30 a 45 minutos. Todas foram gravadas com o consentimento dos participantes e posteriormente transcritas para análise de conteúdo para a autora.

O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) utilizado na Pesquisa encontra-se no Apêndice A deste trabalho.

4.6 ANÁLISE DE DADOS

As falas foram organizadas em categorias que emergiram do material desenvolvido para as entrevistas, quais sejam: Criação e contexto; Estrutura organizacional; Integração com o curso; Projetos desenvolvidos; Desafios enfrentados e Impactos e perspectivas. Desta forma, possibilitou compreender os sentidos atribuídos à experiência de gestão e participação em empresas juniores no campo da gastronomia.

Para a interpretação dos resultados, utilizou-se a Análise de Conteúdo, uma abordagem proposta por Bardin e que segundo Santos (2012) é um método que constitui um conjunto de técnicas sistemáticas aplicáveis a diferentes tipos de discursos, com o objetivo de produzir inferências válidas para interpretar as comunicações (Santos, 2012). O procedimento seguiu as três etapas clássicas: pré-análise, envolvendo a leitura flutuante das transcrições e a organização do corpus; exploração do material, quando foram definidos os recortes, realizadas a codificação e a categorização dos conteúdos; e tratamento dos resultados e interpretação e análise, buscando-se compreender não apenas o conteúdo manifestado, mas também os sentidos nas falas.

Esse processo metodológico permitiu estruturar categorias temáticas consistentes e interpretar os discursos de forma crítica, evidenciando as percepções dos sujeitos sobre a criação, o funcionamento e os desafios das empresas juniores de gastronomia.

4.7 POSICIONAMENTO ÉTICO DOS PESQUISADORES

O projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa do Centro de Ciências da Saúde da UFPB, ao qual está vinculado o curso de Bacharelado em Gastronomia localizado no Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional (CTDR) da mesma instituição, atendendo ao preceituado nas Resoluções 466/12 e 510/16, ambas do Conselho Nacional de Saúde, que disciplinam as pesquisas envolvendo seres humanos. A pesquisa foi aprovada sob o número 90397025.5.0000.5188.

O parecer de aprovação da pesquisa junto ao Comitê de Ética está apresentado no Apêndice B.

4.7.1 Riscos e benefícios da pesquisa

Acerca dos riscos, durante as entrevistas, era possível que os participantes se sentissem desconfortáveis ao relatar experiências difíceis relacionadas a conflitos, frustrações ou desafios enfrentados em suas trajetórias nas empresas juniores. Em casos de desconforto emocional, os participantes seriam orientados a interromper a entrevista e, se necessário, seriam encaminhados a apoio psicológico institucional.

Sobre os benefícios, a pesquisa oferece aos participantes a oportunidade de refletirem sobre suas experiências acadêmicas e profissionais dentro das empresas juniores, contribuindo para o reconhecimento e valorização dessas vivências. Os resultados também poderão fortalecer o debate sobre empreendedorismo na gastronomia e apoiar a estruturação de novas iniciativas nas universidades.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O levantamento de informações abertas ao público, disponibilizadas em sites institucionais e redes sociais, possibilitou a identificação de diferentes iniciativas realizadas pelas Empresas Juniores de Gastronomia. Tais projetos evidenciam o alcance e a relevância dessas organizações no contexto universitário e comunitário. Um exemplo significativo é a atuação da ‘Cibus Jr.’, vinculada à UFRJ, que promove eventos como o ‘Arraiá’ e o ‘Circuito de Doces’, ações que incentivam o empreendedorismo entre os estudantes, além de fornecerem suporte estrutural e realizar uma curadoria, de modo a garantir variedade e qualidade nos produtos apresentados.

Da mesma forma, destaca-se também o ‘Panetone Solidário’, projeto realizado pela ‘Açafrão Jr.’ em dezembro de 2019, na mesma época da pandemia do COVID. A iniciativa mobilizou voluntários para a produção de 2.500 panetones destinados aos moradores de rua, com recursos obtidos por meio da plataforma de financiamento coletivo ‘Vakinha’. São esses exemplos que ilustram como Empresas Juniores não apenas desenvolvem competências acadêmicas e profissionais, mas também podem exercer impacto social relevante em seus territórios.

Esses feitos vão ao encontro do que aponta Garcia et al. (2012), ao destacar que o ambiente universitário é determinante para o desenvolvimento do empreendedorismo, sobretudo quando oferece condições de experimentação e contato direto com potenciais clientes. A realização de eventos internos reforça a integração com a comunidade acadêmica e amplia a visibilidade da EJ, fortalecendo sua função de espaço formativo e colaborativo. Além disso, conforme salienta a Brasil Júnior (2025), a prática empresarial dentro da Universidade contribui para o desenvolvimento de competências técnicas e de gestão, preparando os estudantes para lidar com desafios reais, como a própria regularização e continuidade das atividades.

As quatro Empresas Juniores analisadas neste estudo estão vinculadas a cursos de Gastronomia em Universidades Federais localizadas nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul do Brasil. Em relação a formalização, três delas (75%) encontram-se devidamente registradas em cartório, enquanto uma (25%) ainda não concluiu seu processo de regularização, mas já atua com projetos internos. Todas as EJs começaram a ser idealizadas antes da pandemia do COVID, algumas até realizando seus primeiros passos, porém declararam ter complicações para o retorno de suas atividades.

Cerca de 50% das EJs entrevistadas estão associadas aos cursos de graduação de Nutrição da mesma Universidade, outros 25% apresentaram interesse futuro de se unir a outros cursos como Hotelaria e Turismo e os últimos 25% sempre permaneceram na mesma área de atuação, iniciando suas atividades através do curso de Tecnólogo em Gastronomia e atualmente administrado por estudantes do curso de Bacharelado em Gastronomia.

Todas as Empresas mantêm projetos voltados para produção de eventos tanto dentro da faculdade como realizações externas, sendo que duas delas (50%) também atuam em consultorias para pequenos empreendedores de acordo com suas redes sociais, sejam elas, uma remodelação de marca, revisão de cardápio e produção de tabelas nutricionais, além de outros serviços.

Agora serão tratados nos subtópicos a seguir as temáticas pesquisadas nas entrevistas divididas de acordo com cada questão tratada na reunião, de forma não identificada, conforme orienta o Comitê de Ética. Foram identificadas as empresas entrevistadas como Empresa 1 (E1), Empresa 2 (E2), Empresa 3 (E3) e Empresa 4 (E4).

5.1 CRIAÇÃO E CONTEXTO DAS EMPRESAS JUNIORES DE GASTRONOMIA

A criação das Empresas Júniores analisadas revela trajetórias distintas, mas com pontos de convergência em relação às motivações e aos desafios enfrentados.

No caso da E1, a empresa foi fundada e idealizada pelos estudantes do curso de Tecnólogo em Gastronomia. Com a pandemia do COVID, suas atividades foram interrompidas e a empresa chegou a ser esquecida, sendo reativada posteriormente por uma nova turma do Bacharelado em Gastronomia, que buscou trazer visibilidade para a gastronomia dentro da universidade. De acordo com o entrevistado, o retorno das atividades ocorreu especialmente através de coffee breaks e eventos internos e externos, que despertaram maior reconhecimento da gastronomia dentro do campus. Entretanto, o processo de retomada envolveu dificuldades administrativas, como a necessidade de contatar antigos membros para efetivar a transição da documentação.

“A empresa foi fundada em [...] pelos alunos de Tecnólogo em Gastronomia, e aí na pandemia, nos anos pós pandemia ela foi encerrada, se perdeu [...] Ano passado minha turma [...] a gente trouxe a empresa júnior de volta com o intuito de mostrar que tipo assim que existe a gastronomia na nossa faculdade, sabe? [...] No momento que (nome da EJ) começou a fazer eventos aqui, o pessoal começou a comentar “nossa, como assim existe gastronomia na faculdade?” sabe? porque como é um curso extremamente pequeno as pessoas não sabiam que existia esse curso [...] mas foi um pouco complicado e longa assim, o processo de mudar, transferir para o nosso nome,

para o nome da equipe que tá agora, porque a gente teve que contatar os membros passados” (Entrevista com a empresa 1 realizada em 26/08/2025).

As aspas foram utilizadas nesse trabalho para sinalizar as falas dos participantes da entrevista. Já a E2 destacou o processo de formalização como sendo um momento desafiador. Formalizada oficialmente após alguns anos desde sua concepção dentre os estudantes, a empresa relatou entraves burocráticos, sobretudo na obtenção do CNPJ.

Essa realidade relatada pela E2 não é um caso isolado. Estudos como o de Penha et al. (2015), ao analisarem o processo de institucionalização das Empresas Juniores em universidades públicas do Ceará, evidenciam que a formalização dessas organizações é marcada por uma série de entraves burocráticos, como a elaboração de estatutos, registros em cartório e a obtenção do CNPJ. Os autores destacam que tais desafios frequentemente atrasam a consolidação das EJs e exigem persistência dos estudantes, além do apoio de seus orientadores, para que a EJ possa oficialmente abrir. O acima exposto reforça que a burocracia é uma das barreiras mais comuns no processo de abertura de uma EJ.

A E3 apresenta uma história marcada pela persistência. Idealizada por iniciativa de uma professora formada em Administração, que notou a brecha para a criação de uma EJ no departamento, a proposta era criar um ambiente no qual os estudantes de Gastronomia pudessem aplicar os conhecimentos aprendidos em sala. Contudo, questões burocráticas relacionadas à localização da sede, somadas ao impacto da pandemia, atrasaram significativamente o processo. Como relatado, muitos integrantes iniciais chegaram a se formar antes mesmo da abertura efetiva da empresa, exigindo esforços adicionais para recuperar senhas, documentos e mobilizar novos membros.

“Veio a pandemia e isso meio que acabou com o plano do pessoal lá atrás, veio a pandemia e vários se formaram e acabou que ficou esquecida [a empresa júnior] e tivemos que ir atrás de algumas pessoas antigas para passar a empresa para o nosso nome [...] nós da primeira geração sofremos muito para abrir pois tivemos muitos empecilhos jurídicos, então demorou 2 anos para finalmente ter um CNPJ...” (Entrevista com a empresa 3 realizada em 21/08/2025).

A experiência relatada pela E3 dialoga com a literatura sobre empreendedorismo acadêmico, que destaca as barreiras burocráticas e institucionais como fatores que frequentemente retardam ou desestimulam a criação de novos empreendimentos. De acordo com Garcia et al. (2012), estudantes universitários demonstram elevada propensão ao empreendedorismo, mas encontram dificuldades para transformar iniciativas em empresas

formalizadas, especialmente em contextos de instabilidade como no caso da COVID.

Por fim, a E4 é a mais antiga dentre as quatro neste quesito. Embora o entrevistado atual não estivesse presente no processo de criação, ressaltou que a motivação esteve ligada à necessidade de proporcionar aos estudantes um espaço de prática, autonomia e protagonismo acadêmico, especialmente em áreas como alimentação coletiva e alimentação saudável. A empresa foi descrita como um ambiente de formação empreendedora, importante para preparar os discentes para os desafios do mercado de trabalho. Relata sofrer os mesmos problemas na formalização que a E3, ressaltando ainda estar no processo para registrá-la oficialmente em cartório.

Estudos anteriores confirmam esse cenário, como Penha et al. (2015) que já apontavam a burocracia dos registros em cartório e obtenção de CNPJ. Nesta mesma direção, Souza e Dourado (2003) identificaram que a formalização foi considerada elemento central na definição do próprio conceito de empresa júnior no Brasil, reforçando a importância desse processo para a legitimidade e sustentabilidade das EJs.

As Empresas Juniores de Gastronomia apresentam trajetórias marcadas por motivação em oferecer aos estudantes espaços de prática, autonomia e protagonismo acadêmico, mas enfrentam desafios recorrentes relacionados à formalização e à burocracia, incluindo obtenção de CNPJ, registros em cartório e transferência documental que ocorre devida a alta rotatividade de seus membros. Além disso, interrupções externas, como a pandemia, frequentemente atrasaram o início ou a retomada das atividades, exigindo esforços adicionais para mobilizar membros e consolidar a organização.

5.2 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A análise da estrutura organizacional das Empresas Juniores de Gastronomia investigadas evidenciou diferentes estágios de consolidação e de distribuição de responsabilidades, refletindo tanto o tempo de existência de cada EJ quanto às especificidades do curso em que estão inseridas.

No caso da E1, conta com Presidência e equipes de Projetos, Marketing, Financeiro e Recursos Humanos, cada uma liderada por um diretor. O funcionamento é caracterizado pela colaboração de membros não vinculados diretamente a uma diretoria, são uma adição recente à Empresa Júnior, após o último processo seletivo. Estes têm papel ativo em produções práticas, como coffee breaks, contribuindo para a execução de atividades. Nesse sentido, o entrevistado

destacou a importância da participação essencial dos ingressantes, que garantem a continuidade operacional da EJ já que os membros mais antigos estão estagiando ou no mercado de trabalho.

“[...] Temos o presidente, além da equipe de projetos, a equipe de marketing, o financeiro e o RH. Todas tem um diretor, mas todos ajudam igualmente, também temos os membros que não são exatamente de alguma equipe, [...] que estão neste momento produzindo um coffe break que será entregue amanhã, que será só para retirada, eles são muito importantes até porque alguns membros ingressados do ano passado, como é o meu caso, já estão estagiando e não conseguimos estar aqui o tempo todo.” (Entrevista com a empresa 1 realizada em 26/08/2025)

Já a E2 apresentou uma estrutura composta por Presidência, Recursos Humanos, Marketing, Projetos e Financeiro. Todavia, por ser uma empresa recém-formalizada, a distribuição de responsabilidades é descrita como fluida, de modo que, diante de sobrecarga em determinada diretoria, as outras equipes contribuem para equilibrar as demandas. Segundo o entrevistado, esse modelo colaborativo tem se mostrado essencial no estágio inicial da EJ.

Quanto à E3, a empresa encontra-se organizada em quatro diretorias: Presidência, Projetos e Eventos, Financeiro e Marketing. O entrevistado destacou a intenção de implementar futuramente uma Diretoria Administrativa, embora a falta de membros ativos tenha dificultado a expansão. Entretanto, a empresa reconhece a necessidade de reestruturação, por ser nova e só ter 4 cargos verdadeiramente ativos.

Por sua vez, a E4 apresentou a configuração mais diversificada, com Presidência, Vice-Presidência, Diretoria de Projetos, Gerência de Projetos, Diretoria Financeira, Marketing subdividido em Visual e Comercial, além de Recursos Humanos, composto por diretoria e gerência. O entrevistado ressaltou que a atual fase de reconstrução da EJ limita o número de colaboradores ativos, devido à baixa atratividade da área de alimentação coletiva e à ausência de remuneração, e isso desestimula a permanência de alguns estudantes. Ainda assim, a presença de duas orientadoras, uma da Engenharia de Alimentos e outra da Nutrição, confere suporte técnico-pedagógico à gestão da empresa.

As configurações organizacionais identificadas na E2 e na E4 refletem possibilidades reconhecidas pela literatura sobre estrutura organizacional. A presença de uma distribuição colaborativa de responsabilidades (como observado na E2) pode ser compreendida pela noção de descentralização e flexibilidade, aspectos que, conforme o estudo sobre Estrutura Organizacional de Wagner et al. (2023), reflete o valor cultural predominante de “sentimento coletivo”. Já a estrutura apresentada pela E4, com maior diversidade de cargos e subdivisões, corresponde ao modelo funcional e misto descrito no mesmo estudo, no qual a departamentalização e a especificação das atividades permitem organizar o trabalho de maneira

segmentada e alinhada às funções devidas.

De modo geral, as Empresas Júniores analisadas são compostas, em sua maioria, por: Presidência, Marketing, Financeiro, Projetos e Recursos Humanos, contendo subdivisões em cada equipe como diretores, vices diretores, gerentes e assessores. A configuração pode variar de acordo com números de membros ativos e a consolidação da empresa. É comum a adoção de modelos mais colaborativos e flexíveis, nos quais diferentes equipes apoiam umas às outras para garantir o andamento das atividades. Além disso, fatores como a grande rotatividade dos membros, ausência de remuneração e a baixa atratividade causada pelos agentes anteriores podem influenciar na obtenção de novos interessados. A presença dos orientadores funciona como suporte para o grupo e contribuem para a comunidade da organização.

5.3 INTEGRAÇÃO COM O CURSO

A relação das empresas juniores com os cursos de gastronomia apresenta nuances distintas em cada instituição, revelando tanto o papel formativo desses espaços quanto os desafios enfrentados na articulação com o corpo docente e com a estrutura acadêmica.

Na E1, a composição é formada integralmente por alunos de gastronomia. Embora contem com orientadores que acompanham algumas atividades, os estudantes enfatizam a autonomia da equipe em gerir as operações da EJ, contando com o apoio de professores em áreas específicas, como finanças, massas e panificação. Essa relação é percebida como um suporte importante, mas não como uma dependência.

Essa experiência se aproxima da análise de Ruda, Martin e Danko (2009), que defendem a importância de um suporte institucional e educacional orientado às necessidades dos estudantes, mas sem retirar deles o protagonismo do processo. Segundo os autores, a autonomia na condução das atividades permite que os discentes desenvolvam competências empreendedoras de forma mais efetiva, enquanto o apoio docente atua como facilitador em pontos específicos, como conhecimentos técnicos ou de gestão. Assim, a experiência da E1, ao valorizar a independência da equipe e utilizar a orientação apenas como suporte, reflete um modelo de aprendizagem alinhado às recomendações para o fortalecimento da educação empreendedora no contexto universitário.

A E2 relata que possui quatro orientadores, sendo dois da área de nutrição e dois de gastronomia, de modo a equilibrar a participação dos cursos na condução da empresa. Essa estrutura de orientação favorece uma integração mais equitativa, reforçando a pluralidade de

perspectivas no processo de formação e atuação da EJ. Quanto a seus membros, sua maioria vem do curso de Nutrição e poucos de gastronomia, ressaltando a falta que fazem na questão do conhecimento prático e teórico que podem complementar o curso Nutrição.

Esse cenário dialoga com a análise de Palassi, Martinelli e Paula (2020), que ressalta a relevância da integração entre diferentes áreas de conhecimento para o fortalecimento do Movimento Empresa Júnior. As autoras apontam que a pluralidade de perspectivas favorece a formação dos estudantes, mas que sua efetividade depende da construção de uma identidade coletiva que una os membros em torno de objetivos comuns. Nesse sentido, a experiência da E2, ao contar com orientadores tanto da Nutrição quanto da Gastronomia, reforça o potencial interdisciplinar da EJ, embora a predominância de discentes de apenas um curso revele a necessidade de maior equilíbrio para consolidar uma atuação verdadeiramente integrada e colaborativa.

No caso da E3, os entrevistados relataram ter planos futuros de funcionar como um “braço” do curso, que por vezes enfrenta problemas de abastecimento de insumos para as aulas práticas e os próprios alunos e professores precisam auxiliar na cota para compra dos produtos, o plano é entregar melhores condições de aprendizado para os estudantes de gastronomia. A orientadora é descrita como atuante e comprometida com a EJ, demonstrando interesse real em melhorar o curso e apoiando os estudantes nas demandas cotidianas.

“No caso a empresa júnior foi montada para tanto pra auxiliar os alunos a se introduzir na carreira de gastronomia em todas as áreas quanto também ajudar o curso [...] não temos uma verba específica para aquilo ali (aulas práticas) [...] temos que tirar verba de nossa parte para as aulas [...] uma das nossas ideias era estabelecer a empresa ... e a gente da empresa júnior fornecer os alimentos, para tentar conseguir melhorar essa questão futuramente, para que a gente tenha insumos para os alunos poder fazer algo [...] eu vejo a empresa júnior como um ‘braço’ do curso”.

“Como a gente já tinha conversado com (nome de orientador), que sempre estar aqui, é a pessoa que ‘tá com uma dúvida?’ vá nela que ela consegue lhe ajudar [...] o bom de (nome de orientador) é que ela realmente se importa com o curso [...] de fazer ele realmente virar o melhor” (Trechos retirados da entrevista com a empresa 3 realizada em 21/08/2025).

Esse cenário dialoga com as reflexões de Mota (2001), que aponta as Empresas Juniores como ambientes de experimentação capazes de superar limitações institucionais e aproximar teoria e prática. Ao propor atuar como um “braço” do curso, a E3 reforça essa perspectiva, assumindo um papel estratégico não apenas na formação empreendedora dos membros, mas também na melhoria das condições de aprendizado coletivo. Nesse sentido, a EJ transcende sua função inicial de laboratório de práticas gerenciais, tornando-se um agente de suporte direto ao curso de Gastronomia e evidenciando a relevância do Movimento Empresa Júnior como

complemento efetivo à estrutura acadêmica.

A E4 destacou que, apesar da proposta inicial de integrar alunos de nutrição e gastronomia, até o momento apenas estudantes de nutrição estão efetivamente inseridos. A dificuldade é atribuída, em grande parte, ao fato de o curso de gastronomia ser noturno, o que limita o contato e a adesão dos discentes. Ainda assim, há a intenção de equilibrar a representatividade entre os dois cursos e fomentar uma integração que permita a troca de saberes e experiências acadêmicas, mas depois de organizar sua formalização.

“Apesar de no início ter aberto a inscrição para os cursos de nutrição e gastronomia, não conseguimos nenhum de gastronomia, [...], ficou resolvido então que agora a etapa é estruturar melhor a empresa, porque não adianta nada a empresa está bagunçada e trazer mais gente e não saber para onde a gente vai, mas a minha proposta sempre foi de deixar os dois cursos em evidência dentro da empresa...” (Entrevista com a empresa 4 realizada em 22/08/2025).

A relação das Empresas Juniores com os cursos de Gastronomia revela um equilíbrio delicado entre autonomia estudantil e apoio dos respectivos orientadores, evidenciando tanto o potencial formativo desses espaços quanto os desafios de articulação com a estrutura acadêmica. Em todas as instituições, observam-se esforços para integrar alunos e professores de forma a favorecer o aprendizado prático e a complementaridade entre os cursos, seja atuando como “braço” do curso de Gastronomia, como no caso da E3, seja buscando equilibrar a participação de discentes de diferentes áreas, como nas E2 e E4. Embora cada EJ apresente particularidades na composição de seus membros e no nível de engajamento dos orientadores, todas demonstram a intenção de consolidar uma interação produtiva que fortaleça a formação acadêmica, promova a troca de saberes e possibilite a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos em sala de aula, ressaltando o papel estratégico das EJs como espaços de aprendizado integrador.

5.4 PROJETOS DESENVOLVIDOS

As empresas juniores de gastronomia apresentaram trajetórias diferentes em relação aos projetos realizados, evidenciando a diversidade de atuações e os diferentes estágios de amadurecimento organizacional.

Na E1, o projeto mais marcante foi um evento de grande porte, envolvendo desde a elaboração de cardápios até a logística de produção e montagem, o que demandou organização detalhada, incluindo escalas de produção, fichas técnicas e aspectos de ambientação. A boa recepção do público e o reconhecimento institucional reforçaram a visibilidade da empresa e

ampliaram sua rede de contatos.

“Um marcante que a gente teve foi (nome do evento) desse ano, foi um evento muito grande para tipo 300, 400 pessoas mais ou menos, foi semanas de produção, a gente vindo para faculdade, cozinhando e congelava algumas coisas também é bastante coisa diferente [...] começamos fazendo o cardápio, a lista de compras, depois a gente monta uma escala com quem consegue vir [...] O evento trouxe bastante reconhecimento, todos que estavam lá gostou das comidas e bebidas que tinha, a gente deixou cartõezinhos e viu várias pessoas pegando e a gente recebe muito contato dos centros acadêmicos aqui da faculdade para fazer coffees...” (Entrevista com empresa 1 realizada em 26/08/2025).

Já a E2 destacou a execução de ações comerciais voltadas a empreendedores do ambiente universitário, enfatizando o papel estratégico de sua equipe de marketing para o sucesso do evento. Segundo os membros, a receptividade foi significativa, com diversos participantes demonstrando interesse pela continuidade da iniciativa, o que contribuiu para a criação de um ambiente mais acolhedor dentro do campus. Além disso, a EJ relatou estar reformulando um projeto que pretende expandir tais ações para uma área mais afastada da Universidade, onde alguns cursos não têm acesso a refeitório, reafirmando o potencial das Empresas Juniores como espaços de integração e benefícios coletivos.

Esse tipo de iniciativa também reforça os apontamentos de Mota (2022), que identifica as Empresas Juniores como ambientes de experimentação capazes de aproximar teoria e prática, favorecendo o desenvolvimento de competências empreendedoras e de liderança nos estudantes. O autor destaca que a vivência proporcionada pelas EJs vai além do espaço acadêmico, pois promove impactos diretos na comunidade universitária e amplia a percepção dos discentes sobre sua própria capacidade de gerar transformação. Assim, observa-se que, ao investir em ações comerciais e sociais, as EJs não apenas fortalecem sua atuação interna, mas também contribuem para consolidar o papel da universidade como agente de desenvolvimento e inovação.

Na E3, foi ressaltado um projeto marcado pelas dificuldades enfrentadas em seu primeiro evento, que exigiu adaptações diante de limitações estruturais e desafios práticos de execução. Apesar dos obstáculos, a experiência foi considerada de grande aprendizado. A EJ também destacou a oportunidade de participação, como convidada, em um festival de cachaças para divulgação de suas atividades, sendo novamente convidada neste ano, o que reforça a visibilidade conquistada.

Já a E4 relatou estar comercializando produtos dentro do campus como estratégia para arrecadar recursos destinados à finalização de sua formalização. Além disso, tem desenvolvido serviços como a elaboração de rótulos nutricionais e a remodelagem de sua identidade visual

no mesmo intuito de pagar as taxas de legitimação. A EJ argumenta que muitos membros ainda se encontram nos períodos iniciais do curso e carecem de conhecimento técnico em determinadas disciplinas. Para suprir essa lacuna, a EJ passou a ofertar oficinas com apoio de seus orientadores, abordando temas como elaboração de fichas técnicas, formulação de embalagens e legislações aplicáveis.

As Empresas Juniores de Gastronomia demonstram que, apesar das dificuldades, constituem espaços dinâmicos de aprendizado, integração e inovação no ambiente universitário e evidenciam a capacidade dos estudantes de articular teoria e prática, ao mesmo tempo em que fortalecem competências de liderança e de trabalho em equipe. As ações desenvolvidas refletem tanto a busca por reconhecimento quanto a preocupação em promover impacto social e acadêmico, ampliando a rede de contatos e a visibilidade dos cursos.

5.5 DESAFIOS ENFRENTADOS

As quatro Empresas Juniores analisadas apresentaram dificuldades distintas, mas que convergem em aspectos comuns à gestão de organizações estudantis em fase de consolidação. A escassez de membros efetivamente engajados foi um dos pontos mais recorrentes, revelando o desafio de manter equipes ativas em meio às demandas acadêmicas e profissionais de seus integrantes.

Como no caso da E1, que embora conte com estrutura física adequada fornecida pela universidade, a principal dificuldade relatada refere-se à escassez de membros ativos em atividades presenciais, sobretudo em momentos de maior demanda de eventos gastronômicos. A simultaneidade entre estágios obrigatórios e compromissos da EJ compromete a disponibilidade de parte significativa dos integrantes.

A E2 ressaltou desafios de natureza administrativa, como a dificuldade de encontrar um contador com conhecimento adequado sobre o funcionamento de empresas juniores. Além disso, a baixa participação de estudantes de Gastronomia na EJ, em contraste com a maior presença dos alunos de Nutrição, gera desequilíbrios nas atividades, principalmente naquelas que exigem conhecimento técnico de cozinha. Outro fator recorrente é a alta rotatividade, já que a participação voluntária favorece entradas e saídas inesperadas, comprometendo a continuidade de projetos.

“Acredito que nosso maior empecilho hoje está sendo o contador, conversamos com um que não conhecia bem como funcionava as empresas juniores, mas falou que acreditava que uma EJ deveria prestar as mesmas contas que uma empresa comum e

ainda estamos à procura de um contador fixo para a empresa ...” (Entrevista com empresa 2 realizada em 26/08/2025).

No caso da E3, essa questão se mostrou crítica: muitos estudantes ingressaram motivados apenas pela obtenção de horas complementares ou pela valorização do currículo, o que resultou em alta rotatividade e sobrecarga sobre poucos membros realmente comprometidos. Essa dificuldade foi agravada por entraves burocráticos e pela falta de reconhecimento institucional, fatores que limitaram tanto o acesso a recursos quanto a visibilidade da EJ de gastronomia no campus, sobretudo quando comparada às de Administração ou Contabilidade.

“Pra mim o mais difícil, tirando tudo que já foi falado da questão burocrática, nossa maior dificuldade como um curso pequeno, querendo ou não, entram só 35 pessoas por semestre eu acho que é capacitar pessoas que realmente queiram fazer parte e realmente estarem ali, [...] há muitas pessoas que estão interessadas só nas horas, no nome, no currículo” (Entrevista com a empresa 3 realizada em 21/08/2025).

A E4 também destacou problemas relacionados à burocracia, especialmente no processo de registro em cartório, cujo custo elevado foi apontado como obstáculo inicial. Além disso, a captação de clientes se apresentou como um grande desafio, exigindo trocas de experiências com outras empresas juniores de áreas distintas para buscar estratégias de prospecção. Somam-se a isso as limitações de espaço físico para instalação da EJ e a dificuldade em estimular maior autonomia e iniciativa entre os membros, o que acabou sobrecarregando a liderança da gestão.

“Olha posso dar vários entraves para você, primeiro é processo burocrático, extremamente burocrático de colocar a empresa júnior no mundo, [...] Muito custoso pensando que é um espaço para os estudantes e regido por estudantes, [...] Outro ponto muito desgastante é a gente tentar encontrar clientes, alguns nos encontram, mas é muito, muito difícil encontrar clientes, já um processo de ensino e aprendizagem com outros estudantes de outra empresa junior que eram da parte de marketing [...], outra é tentar encontrar um espaço físico para a gente chamar de lar, [...] Aqui temos somente 2 salas e o resto é sala de gabinete e, ou laboratório [...] precisamos disso para esse processo de federalização” (Entrevista com empresa 4 realizada em 22/08/2025).

Esse depoimento reforça o estudo de Penha et al. (2015), que identificou que as Empresas Juniores (EJs) do Ceará enfrentam principalmente três tipos de desafios. Primeiro, a rotatividade elevada dos membros compromete a continuidade das atividades. Segundo, há barreiras operacionais, como a falta de apoio institucional consistente, escassez de clientes e dificuldades de financiamento, que limitam a execução de projetos. E terceiro, a sobrecarga de trabalho e a ausência de processos estruturados de treinamento e avaliação de desempenho geram desgaste entre os integrantes. Essas limitações são apontadas como os grandes desafios para a consolidação e sustentabilidade das EJs nos institutos públicos do Ceará, conversando diretamente com os problemas enfrentados pelas EJs da análise.

De forma geral, a análise das quatro Empresas Juniores evidencia que, embora cada organização apresente desafios específicos, como dificuldades burocráticas, limitação de espaço físico, captação de clientes e carência de profissionais qualificados, há pontos comuns que perpassam todas elas, especialmente relacionados à escassez de membros efetivamente engajados e à alta rotatividade de participantes. Esses fatores comprometem a continuidade das atividades, sobrecarregam a liderança e dificultam a consolidação de processos internos estruturados, refletindo a necessidade de estratégias de gestão mais sólidas e de maior suporte institucional. Assim, os resultados confirmam que, mesmo em contextos distintos, as EJs de Gastronomia enfrentam desafios típicos de organizações estudantis em fase de desenvolvimento, demandando atenção para a sustentabilidade e o fortalecimento de suas operações.

5.6 IMPACTOS E PERSPECTIVAS

No caso da E1, os entrevistados ressaltaram como principal perspectiva o desejo de aprimorar produtos que serão desenvolvidos pela empresa, entendendo que esse processo é fundamental tanto para o crescimento organizacional quanto para o impacto positivo junto à comunidade.

Já a E2 destacou que sua principal motivação é consolidar a estrutura da empresa e deixar um legado sólido para os próximos membros. Além disso, enfatizou que a experiência dentro da EJ proporciona aprendizados que ultrapassam os limites da sala de aula e são capazes de transformar a trajetória dos estudantes. Desenvolveu também a sensação de pertencimento e comunidade que as EJs podem exercer, criando conexões que no cotidiano seria muito difícil, ligando pessoas com interesses semelhantes de certa forma improvável.

Por sua vez, a E3 apontou como principais impactos o aprendizado administrativo e a possibilidade de oferecer serviços acessíveis à comunidade, com horários mais flexíveis. Ressaltaram ainda que os recursos gerados são revertidos tanto para a EJ quanto para o curso, beneficiando o coletivo. Para o futuro, vislumbram uma maior visibilidade e estabilidade, além de expandir a atuação em conjunto com outras áreas como nutrição, tecnologia de alimentos, engenharia sucroalcooleira, turismo e hotelaria.

“Para nós aprendemos questões administrativas na prática e relacionar a gastronomia e para as pessoas de fora eu diria que é a acessibilidade dos produtos e serviços, somos mais disponíveis com horas flexíveis e o dinheiro gerado será revertido tanto para a empresa quanto para o curso e todos saem ganhando. No futuro é uma visibilidade maior e estabilidade boa para crescer e agregar até outras pessoas de outras áreas”

(Entrevista com a empresa 3 realizada em 21/08/2025).

Esse relato evidencia o caráter interdisciplinar e de impacto social das EJs, em consonância com o que aponta Garcia et al. (2012) sobre a criação de espaços colaborativos que unem conhecimento, ação e responsabilidade. Além disso, demonstra o potencial de crescimento e integração com diferentes áreas do conhecimento, reforçando a visão de universidade empreendedora.

De acordo com a E4, a empresa júnior é vista como um espaço essencial de integração entre teoria e prática, permitindo que os estudantes apliquem os conceitos aprendidos em sala em situações reais de mercado. Além disso, foi destacado o impacto na formação profissional, como a aprendizagem em precificação, gestão do tempo, postura ética e responsabilidade contratual, além da oportunidade de se desenvolver na sua cidade onde ainda apresenta poucas vagas de estágio disponíveis. Em relação ao futuro, o grupo expressou o desejo de consolidar o CNPJ da empresa, dar continuidade às atividades e ampliar a produção acadêmica por meio da publicação de artigos e palestras.

“A gente une a teoria e a prática, vemos a teoria e tudo aquilo ali é muito bonito, mas só que na prática é totalmente diferente [...] Tivemos que procurar mentoria, a gente teve que se preparar, ou seja, a gente rever os conteúdos que poderíamos ter esquecido, é um ponto positivo, estamos sempre nos reciclando [...] Formos atrás de como a gente precifica um serviço, de quanto tempo leva de fato para se fazer, né!? Não dá para simplesmente chegar e falar que vamos fazer em uma semana, chega lá uma semana e a gente não concluiu nada, vai dizer o que para o cliente? [...] trabalhamos com contratos então não pega bem [...] nós temos todo esse trabalho, esse cuidado e isso é realmente o mercado de trabalho [...] temos que se responsabilizar [...] Dentro da empresa júnior é para se descobrir, é um processo de descobrimento [...] Minha perspectiva futura é que sejamos de fato uma empresa com CNPJ o mais rápido possível porque daqui a pouco me formo [...] espero que os espaços que estou, tanto a empresa júnior quanto outros espaços em que estou não acabem desfalecendo porque realmente né!? São espaços de muita luta e de muita persistência...” (Entrevista com a empresa 4 realizada em 22/08/2025).

Esse posicionamento demonstra que a EJ atua como espaço de formação profissional, confirmando o que afirma Garcia et al. (2012) ao destacar que a vivência em uma empresa júnior contribui para ampliar competências práticas e fortalecer o vínculo entre teoria e prática. Além disso, reforça o que indica Brasil Júnior (2025) sobre o papel das EJs como agentes transformadores dentro da universidade, ao permitir que os estudantes experimentem responsabilidades empresariais ainda na graduação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo investigar Empresas Juniores de Gastronomia em Universidades Federais brasileiras, buscando investigar o estado atual, investigar o funcionamento interno e entender seus maiores desafios. A escolha do tema partiu da necessidade de estudar um tema ainda pouco estudado dentro do Movimento de Empresas Juniores e especialmente em cursos de Gastronomia, onde a teoria e a prática são elementos essenciais para a formação acadêmica. Assim surgiu a pesquisa, como forma de trazer visibilidade e a valorização para essas iniciativas, com ênfase na Gastronomia, fortalecendo sua importância no processo formativo dos estudantes.

Os resultados obtidos permitem afirmar que os principais objetivos da pesquisa foram atingidos. Foram identificadas e listadas todas as empresas juniores ativas de gastronomia nas Universidades Federais do Brasil existentes até o momento, e foi possível constatar o funcionamento interno e as principais atividades desenvolvidas dessas EJs, além de avaliar as dificuldades mais recorrentes. Constatou-se que, apesar das diferenças em trajetória e maturidade, todas compartilham desafios comuns, como a alta rotatividade de membros, a escassez de engajamento efetivo e entraves burocráticos. Por outro lado, também ficou evidente o potencial dessas organizações em criar experiências de aprendizado que aproximam a formação acadêmica da prática profissional, ampliando competências empreendedoras, de liderança e de gestão.

Importante ressaltar que um dos objetivos foi apenas parcialmente alcançado: Não foi possível identificar todas as Empresas Juniores de gastronomia em vigência no Brasil. Essa limitação não interferiu nos resultados, e ocorreu pela falta de tempo para fazer o compilado e indica a necessidade de pesquisas futuras que ampliem a visão geral dessas organizações dentro de outras instituições de ensino superior.

Esta pesquisa apresentou outras limitações, sobretudo pela quantidade reduzida de Empresas Juniores de Gastronomia nas UFs em funcionamento no país, o que pode ter restringido a abrangência dos dados coletados. Além disso, a análise se concentrou em informações obtidas por meio de entrevistas, documentos institucionais, e informações retiradas das redes sociais, sem avançar em comparações quantitativas empresariais.

Diante das lacunas ainda existentes, recomenda-se que futuras pesquisas avancem para além do universo das universidades federais, incluindo também Empresas Juniores de cursos de Gastronomia em instituições privadas, estaduais e comunitárias. Essa ampliação permitiria

comparar realidades distintas e identificar de que forma o contexto institucional pode influenciar o funcionamento e a sustentabilidade das EJs. Outra possibilidade seria a realização de estudos comparativos entre Empresas Juniores de Gastronomia com outras áreas, como Nutrição, Tecnologia de Alimentos, Hotelaria ou Turismo, até mesmo administração e engenharias, destacando as especificidades e as intersecções no campo da gestão, da prática profissional e da contribuição acadêmica.

Além disso, pesquisas futuras podem adotar enfoques mais diversificados em termos de abordagem metodológica. Investigações quantitativas poderiam mapear indicadores como rotatividade dos membros, número de projetos realizados, faturamento médio e impacto financeiro das ações, oferecendo uma visão objetiva do desempenho das EJs. Estudos longitudinais, por sua vez, poderiam acompanhar essas organizações ao longo dos anos, permitindo analisar tendências de crescimento, ciclos e estratégias. Outras linhas de pesquisa relevantes incluem a análise das percepções dos professores e coordenadores de curso sobre o movimento empresa júnior, bem como o impacto social das ações dessas entidades na comunidade externa. Tais caminhos reforçam a necessidade de continuidade das investigações, ampliando o entendimento sobre o papel das empresas juniores de gastronomia no fortalecimento da formação empreendedora e profissional dos estudantes.

Em síntese, este trabalho reforçou que as Empresas Juniores de Gastronomia constituem espaços estratégicos de formação, enfrentando desafios relevantes, mas também oferecendo oportunidades únicas de aprendizado, integração e inovação no contexto universitário.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. *Empresas juniores*. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/empresas-juniores>. Acesso em: 2 abr. 2025.

BRASIL JÚNIOR. *Conheça a Brasil Júnior*. Disponível em: <https://brasiljunior.org.br/conheca-a-brasil-junior>. Acesso em: 14 mar. 2025.

BRASIL JÚNIOR. *Encontro Nacional de Empresas Juniores (ENEJ)*. Disponível em: <https://enej.brasiljunior.org.br/#sobre-o-enej> . Acesso em: 12 mar. 2025.

CAMPOS, E. B. D. et al. Empresas juniores como espaços de apoio à formação profissional de estudantes universitários brasileiros. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, v. 14, n. 4, p. 452-463, 2014.

DAVINI, M. C. Novas tecnologias sociais, reforma educacional e formação docente. *Cadernos de Pesquisa*, n. 101, p. 141-151, 1997.

GARCIA, R. et al. Empreendedorismo acadêmico no Brasil: uma avaliação da propensão à criação de empresas por estudantes universitários. *REGPEPE - Entrepreneurship and Small Business Journal*, v. 1, n. 3, p. 36-63, 2012.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2025.

JONES-EVANS, D.; WILLIAMS, W.; DEACON, J. Developing entrepreneurial graduates: an action-learning approach. *Education + Training*, v. 42, n. 4/5, p. 282-288, 2000.

JUNIOR ESSEC. *Histoire*. Disponível em: <https://junioressec.com/structure/#histoire> . Acesso em: 2 abr. 2025.

MAGALHÃES, Maria dos Remédios Antunes; SILVA, Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino. Incentivo ao empreendedorismo com implantação de empresa júnior no curso de gastronomia. In: ATENA EDITORA (org.). *As ciências sociais aplicadas: questões sociais em foco* 2. 2. ed. Ponta Grossa - PR: Atena, 2024. p. 61-66. Disponível em: <https://doi.org/10.22533/at.ed.0212407067>. Acesso em: 05 mar. 2025.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. *Cadastro E-MEC*. Disponível em: <https://emec.mec.gov.br/emec/nova> Acesso em: 02 abr. 2025.

MOTA, Daniel de Brito. Tempo lúdico empresa júnior: experiências administrativas da 1. empresa júnior de educação física do Brasil e a única especializada em recreação e lazer no mundo. 2021. 68 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Educação Física) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física, Campinas, 2021. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/320712>. Acesso em: 03 abr. 2025.

NETO, José Calais Cerqueira; SANTOS, Adelino Pereira dos. A entrevista como um gênero do discurso: conceitos e fundamentos. *Travessias*, v. 11, n. 1, p. e16207-e16207, 2017.

PALASSI, Marcia Prezotti; MARTINELLI, Raiane Gonçalves de Oliveira; PAULA, Ana Paula Paes de. Entre o discurso empreendedor e a consciência política: estudo exploratório do Movimento Empresa Júnior em uma universidade pública no sudeste do Brasil. *Cadernos EBAPE.BR*, v. 18, p. 3-12, 2020.

PENHA, E. D. dos S. et al. Empresas juniores: o processo de institucionalização em universidades públicas do Ceará. *Revista Gestão Universitária na América Latina – GUAL*, p. 1-24, 2015.

RUDA, Walter; MARTIN, Thomas A.; DANKO, Benjamin. Target group-specific design of student entrepreneurship support – A German example focusing on start-up motives and barriers. *Acta Polytechnica Hungarica*, v. 6, n. 3, p. 5-22, 2009.

SANTOS, Fernanda Marsaro dos. Análise de conteúdo: a visão de Laurence Bardin. *Revista*

Eletrônica de Educação, São Carlos, v. 6, n. 1, p. 383-387, mai. 2012.

SCHWINGEL, Inês; RIZZA, Gabriel. Políticas públicas para formalização das empresas: Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas e iniciativas para a desburocratização. *Nota Técnica*. Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas – IPEA, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/3846>. Acesso em: 23 abr. 2025.

SIMIM, Thiago Aguiar. *Meritocracia, seus sentidos e crítica a partir da estrutura do trabalho*. Lua Nova, São Paulo, n. 121, e121033ta, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1590/0102-001033ta/121>. Acesso em: 01 out. 2025.

SOUZA, E. C. L. de; DOURADO, T. P. Empresa Júnior: uma análise da situação atual das juniores das universidades brasileiras. In: EGEPE — Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão (III EGEPE), 3., 2003, Brasília. Anais... Brasília: UnB / UEM / UEL, 2003. p. 1-11. Disponível em: <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/37.pdf>. Acesso em: 1 set. 2025.

WAGNER, G. R.; COSTA, V. M. F.; MARZALL, L. F.; CRISTO, E. M. de. Sentimento coletivo: estudo da cultura organizacional em uma empresa júnior. *Revista Brasileira de Estudos Organizacionais*, v. 10, n. 3, p. 481-514, 2023.

APÊNDICE A - MODELO DO TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA
CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA

MODELO DO TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Prezado(a) PARTICIPANTE DE PESQUISA,

Os pesquisadores JÚLIA MONTEIRO PINHO e VALÉRIA SATURNINO convidam você a participar da pesquisa intitulada “EMPRESAS JUNIORES DE GASTRONOMIA NAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS”. Para tanto você precisará assinar o TCLE que visa assegurar a proteção, a autonomia e o respeito aos participantes de pesquisa em todas as suas dimensões: física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural e/ou espiritual – e que a estruturação, o conteúdo e forma de obtenção dele observam as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos preconizadas pela **Resolução 466/2012 e/ou Resolução 510/2016**, do Conselho Nacional de Saúde e Ministério da Saúde.

Sua decisão de participar neste estudo deve ser voluntária e que ela não resultará em nenhum custo ou ônus financeiro para você (ou para o seu empregador, quando for este o caso) e que você não sofrerá nenhum tipo de prejuízo ou punição caso decida não participar desta pesquisa. Todos os dados e informações fornecidos por você serão tratados de forma anônima/sigilosa, não permitindo a sua identificação.

Espera-se, ao final da pesquisa, obter um panorama descritivo sobre a atuação das empresas juniores de gastronomia nas universidades federais brasileiras, incluindo sua distribuição geográfica, formas de funcionamento e principais desafios enfrentados. O estudo visa sistematizar informações que ainda são escassas na literatura acadêmica, contribuindo para a compreensão do estado atual dessas iniciativas no contexto do ensino superior público.

Essa pesquisa é de cunho qualitativo com objetivos exploratórios e descritivos, como foco principal de mapear e entender melhor o funcionamento de empresas juniores de gastronomia ligadas às universidades federais brasileiras, tema ainda pouco aprofundado.

A amostra do estudo é composta por 4 EJs ativas, que correspondem com a necessidade da pesquisa. A coleta de dados será realizada por meio de entrevistas online com um roteiro predeterminado com os membros dessas instituições (preferencialmente com presidentes, vices ou diretores), duração média de 30 - 45 minutos. Todas gravadas com o consentimento dos participantes, e os dados serão transcritos para análise posterior.

Riscos ao(à) Participante da Pesquisa

Durante as entrevistas, é possível que os participantes sintam-se desconfortáveis ao relatar experiências pessoais difíceis relacionadas a conflitos, frustrações ou desafios enfrentados em suas trajetórias nas empresas juniores. Em casos de desconforto emocional, os participantes seriam orientados a interromper a entrevista e, se necessário, seriam encaminhados a apoio psicológico institucional.

Benefícios ao(à) Participante da Pesquisa

A pesquisa oferece aos participantes a oportunidade de refletirem sobre suas experiências acadêmicas e profissionais dentro das empresas juniores, contribuindo para o reconhecimento e valorização dessas vivências. Os resultados também poderão fortalecer o debate sobre empreendedorismo na gastronomia e apoiar a estruturação de novas iniciativas nas universidades.

Informação de Contato do Responsável Principal e de Demais Membros da Equipe de Pesquisa

JÚLIA MONTEIRO PINHO

DISCENTE DO DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

julia.monteiro@academico.ufpb.br

VALÉRIA LOUISE DE ARAÚJO MARANHÃO SATURNINO SILVA

DOCENTE DO DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA DA UNIVERSIDADE

FEDERAL DA PARAÍBA

valeria.saturnino@academico.ufpb.br

Endereço e Informações de Contato da Universidade Federal da Paraíba

BR 230, s/n - Castelo Branco

CEP 58050-725, compl.: Térreo, Pró-Reitoria de Extensão, gabinete, Caixa Postal 01

Telefone: +55 3216-7200

E-mail: gabinete@prape.ufpb.br Horário de funcionamento: 07h até 19h

Endereço e Informações de Contato do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP)/CCS/UFPB

Comitê de Ética em Pesquisa (CEP)

Centro de Ciências da Saúde (1º andar) da Universidade Federal da Paraíba Campus I –

Cidade Universitária / CEP: 58.051-900 – João Pessoa-PB

Telefone: +55 (83) 3216-7791

E-mail: comitedeetica@ccs.ufpb.br

CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Ao colocar sua assinatura ao final deste documento, **VOCÊ**, de forma voluntária, na qualidade de **PARTICIPANTE** da pesquisa, expressa o seu **consentimento livre e esclarecido** para participar deste estudo e declara que está suficientemente informado(a), de maneira clara e objetiva, acerca da presente investigação. E receberá uma cópia deste **Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)**, assinado pelo(a) Pesquisador(a) Responsável.

JOÃO PESSOA-PB, 27 de maio de 2025.

Assinatura do(a) Participante da Pesquisa

Assinatura do(a) Pesquisador(a) Responsável pela pesquisa

- Li e aceito participar da pesquisa
- Li e não aceito participar da pesquisa

Em caso de dúvidas, com respeito aos aspectos éticos desta pesquisa, você poderá consultar o CEP e a CONEP:

Comitê de Ética em Pesquisa do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Paraíba, Campus I - Cidade Universitária - 1º Andar – CEP 58051-900 – João Pessoa/PB - (83) 3216-7791 – E-mail: eticaccsufpb@hotmail.com. Horário de Funcionamento: 08:00 às 12:00 e das 14:00 às 17:00 horas.

CONEP – Comissão Nacional de Ética em Pesquisa

Endereço: SRTVN 701, Via W 5 Norte, lote D - Edifício PO 700, 3º andar – Bairro Asa Norte, Brasília-DF – CEP: 70.719-040 – Fone: (61) 3315-5877 – E-mail: conep@saude.gov.br

A Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) é uma comissão do Conselho Nacional de Saúde - CNS, criada através da Resolução 196/96 e com constituição designada pela Resolução 246/97, com a função de implementar as normas e diretrizes regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos, aprovadas pelo Conselho. O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) é um colegiado interdisciplinar e independente, com “múnus público”, que deve existir nas instituições que realizam pesquisas envolvendo seres humanos no Brasil, criado para defender os interesses dos sujeitos em sua integridade e dignidade para contribuir no desenvolvimento da pesquisa.

APÊNDICE B - PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA

PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Empresas Juniores de Gastronomia no Brasil.

Pesquisador: Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 90397025.5.0000.5188

Instituição Proponente: Universidade Federal da Paraíba

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 7.796.248

Apresentação do Projeto:

Trata-se de uma pesquisa do tipo qualitativa que faz uso de técnica de observação direta intensiva (entrevista) como estratégia de coleta de dados. O objeto de estudo são as empresas júniores de gastronomia do Brasil, e a amostra está restrita as empresas juniores de gastronomia ativas em Universidades Federais do Brasil (Universidade Federal Rural de Pernambuco, a Universidade Federal da Bahia, a Universidade Federal do Ceará, a Universidade Federal do Rio de Janeiro, a Universidade Federal da Paraíba e a Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre). Dentre essas estão quatro representantes com empresas ativas: UFBA, UFPB, UFRJ e UFCSPA. As entrevistas serão realizadas de forma remota, por meio de plataformas digitais (Google Meet e Zoom). O uso de recursos online irá possibilitar a participação de pessoas de diferentes regiões do país, respeitando as condições da comissão de ética. O projeto está bem delineado e tem boas chances de sucesso.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

O objetivo geral deste estudo é examinar o estado atual das empresas juniores de gastronomia ligadas às universidades federais do Brasil, compreendendo seu funcionamento e os desafios que enfrentam.

Endereço: Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar

Bairro: Cidade Universitária

CEP: 58.051-900

UF: PB

Município:

JOAO PESSOA

Telefone: (83)3216-7791

Fax: (83)3216-7791

E-

comitedeetica@ccs.ufpb.br

Continuação do Parecer: 7.796.248

Objetivo Secundário:

- (a) Identificar e listar todas as empresas juniores ativas de gastronomia existentes até a publicação do estudo.
- (b) Mapear as EJs de gastronomia nas Universidades Federais existentes.
- (c) Constatar o funcionamento interno e as principais atividades desenvolvidas das EJs de gastronomia nas Universidades Federais.
- (d) Avaliar desafios enfrentados no mercado e no contexto acadêmico das EJs de gastronomia nas Universidades Federais.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

Durante as entrevistas, é possível que os participantes sintam-se desconfortáveis ao relatar experiências difíceis relacionadas a conflitos, frustrações ou desafios enfrentados em suas trajetórias nas empresas juniores. Em casos de desconforto emocional, os participantes seriam orientados a interromper a entrevista e, se necessário, seriam encaminhados a apoio psicológico institucional.

Benefícios:

A pesquisa oferece aos participantes a oportunidade de refletirem sobre suas experiências acadêmicas e profissionais dentro das empresas juniores, contribuindo para o reconhecimento e valorização dessas vivências. Os resultados também poderão fortalecer o debate sobre empreendedorismo na gastronomia e apoiar a estruturação de novas iniciativas nas universidades.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Trata-se de pesquisa do tipo qualitativa com entrevistas. A temática do estudo envolve a investigação sobre o estado atual e o desenvolvimento e as dificuldades para o funcionamento de uma empresa júnior em gastronomia. O percurso metodológico está bem descrito. O cronograma está adequado e compatível com a proposta. A amostra será de 4 empresas júnior.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

termos de apresentação obrigatória incluídos

Endereço: Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar
Bairro Cidade Universitária **CEP:** 58.051-900
UF: PB **Município** JOAO PESSOA
Telefone (83)3216-7791 **Fax:** (83)3216-7791 **E-** comitedeetica@ccs.ufpb.br

**CENTRO DE CIÊNCIAS DA
SAÚDE DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA PARAÍBA -
CCS/UFPB**



Continuação do Parecer: 7.796.248

Recomendações:

nada a declarar

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

o projeto em tela não apresenta óbices éticos.

Considerações Finais a critério do CEP:

Certifico que o Comitê de Ética em Pesquisa do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Paraíba e CEP/CCS aprovou a execução do referido projeto de pesquisa. Outrossim, informo que a autorização para posterior publicação fica condicionada à submissão do Relatório Final na Plataforma Brasil, via Notificação, para fins de apreciação e aprovação por este egrégio Comitê.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2599599.pdf	14/08/2025 17:05:29		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Termo_Anuencia_Adailson_C_Santos.pdf	14/08/2025 17:04:41	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Adailson_C_Santos.pdf	14/08/2025 17:04:33	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Diego_Mateus_Batista.pdf	14/08/2025 17:04:26	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Termo_Anuencia_Diego_Mateus_Batista.pdf	14/08/2025 17:04:18	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Termo_Anuencia_Manuela_P_Scopel.pdf	14/08/2025 17:04:10	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa	TCLE_Manuela_P_Scopel.pdf	14/08/2025 17:04:02	Valéria Louise de Araújo Maranhão	Aceito

Endereço: Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar

Bairro Cidade Universitária **CEP:** 58.051-900

UF: PB **Município** JOAO PESSOA

Telefone (83)3216-7791 **Fax:** (83)3216-7791 **E-** comitedeetica@ccs.ufpb.br

**CENTRO DE CIÊNCIAS DA
SAÚDE DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA PARAÍBA -
CCS/UFPB**



Continuação do Parecer: 7.796.248

de Ausência	TCLE_Manuela_P_Scopel.pdf	14/08/2025 17:04:02	Saturnino Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Caroline_Curvelo_Santos.pdf	14/08/2025 17:03:55	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Termo_Anuencia_Caroline_Curvelo_Santos.pdf	14/08/2025 17:03:47	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
Declaração de concordância	Declaracao_Departamento_Aprovacao_Projeto_Pesquisa_Julia_Monteiro.pdf	14/08/2025 17:03:25	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
Cronograma	003_CRONOGRAMA_ATIVIDADES_AJUSTADO.pdf	14/08/2025 17:02:12	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	002_PROJETO_DETALHADO_COM_AJUSTES.pdf	14/08/2025 17:01:50	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
Outros	014_RISCOS_E_BENEFICIOS.pdf	11/07/2025 11:27:58	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
Declaração de Pesquisadores	008_TERMO_DE_COMPROMISSO_E_RESPONSABILIDADE_DO_PESQUISADOR_assinado.pdf	11/07/2025 11:26:48	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
Declaração de Pesquisadores	007_TERMO_COMPROMISSO_FINANCEIRO_PESQUISADOR_assinado.pdf	11/07/2025 11:26:20	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	006_TERMO_DE_ANUENCIA.pdf	11/07/2025 11:24:31	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	005_TERMO_DE_CONSENTIMENTO_LIVRE_E_ESCLARECIDO_assinado.pdf	11/07/2025 11:23:57	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
Orçamento	004_PREVISAO_ORCAMENTARIA_assinado.pdf	11/07/2025 11:23:30	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito

Endereço: Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar

Bairro Cidade Universitária

CEP: 58.051-900

UF: PB

Município JOAO PESSOA

Telefone (83)3216-7791

Fax: (83)3216-7791

E- comitedeetica@ccs.ufpb.br

CENTRO DE CIÊNCIAS DA
SAÚDE DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA PARAÍBA -
CCS/UFPB



Continuação do Parecer: 7.796.248

Cronograma	003_CRONOGRAMA_DE_ATIVIDADES.pdf	11/07/2025 11:23:04	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	002_PROJETO_DETALHADO.pdf	11/07/2025 11:22:37	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito
Folha de Rosto	001_FolhaRosto_Assinada.pdf	11/07/2025 11:21:36	Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino Silva	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

JOAO PESSOA, 26 de Agosto de 2025

Assinado por:

**Eliane Marques Duarte de Sousa
(Coordenador(a))**

Endereço: Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar

Bairro Cidade Universitária **CEP:** 58.051-900

UF: PB **Município** JOAO PESSOA

Telefone (83)3216-7791 **Fax:** (83)3216-7791 **E-** comitedeetica@ccs.ufpb.br