

RELATÓRIO 2014

CENSO EJ & IDENTIDADE

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICOS.....	7
METODOLOGIA.....	8
CENSO, O RETRATO DAS EMPRESAS JUNIORES NO BRASIL.....	10
1.1 Distribuição Geográfica	11
1.1.1 Unidade Federativa	11
1.2 Fundação.....	12
1.3 Área de Atuação.....	12
1.4 Perfil das Instituições de Ensino	13
1.4.1 Categoria da IES	13
1.4.2 Ações para reconhecimento.....	14
1.5 Núcleos.....	15
1.5.1 Participação em Núcleos.....	15
1.5.2 Conhecimento do trabalho desempenhado.....	16
1.5.3 Satisfação do trabalho desempenhado.....	17
1.6 Federações.....	17
1.6.1 Participação em Federações.....	17
1.6.2 Satisfação do trabalho desempenhado.....	19
1.7 Critérios de Conformidade.....	20
1.7.1 Tributos pagos.....	20
1.7.2 Documentação.....	20
1.8 Modelo de Gestão.....	23
1.9 Faturamento.....	25
1.10 Projetos.....	25
1.10.1 Projetos Externos.....	25

1.10.2	Orientação de Projetos.....	27
1.11	Clientes.....	28
1.11.1	Satisfação de Clientes.....	28
1.11.2	Porte dos Clientes.....	29
1.12	Membros.....	30
1.12.1	Quantidade de Membros.....	30
1.12.2	Capacitação dos Membros.....	31
1.12.3	Incentivo aos Membros.....	32
1.13	Parcerias.....	33
1.14	Movimento Empresa Júnior.....	35
1.14.1	Comunicação.....	35
1.14.2	Aparições na Mídia.....	36
1.14.3	Participação em Eventos.....	37
1.14.4	Programas da Brasil Júnior.....	39
1.14.5	Utilização do PE em Rede.....	44
1.14.6	Conhecimento do trabalho da Brasil Júnior.....	44
1.14.7	Resultados da Brasil Júnior.....	45
	IDENTIDADE, O PERFIL DO EMPRESÁRIO JÚNIOR.....	46
2.1	Densidade Geográfica.....	48
2.2	Informações Gerais.....	49
2.2.1	Gênero.....	49
2.2.2	Faixa Etária.....	49
2.2.3	Renda Familiar.....	50
2.3	Educação.....	50
2.3.1	Tipo de Instituição de Ensino Superior.....	51
2.3.2	Instituições de Ensino antes da Graduação.....	51
2.3.3	Experiência extracurricular.....	52

2.3.4 Fluência em Idiomas Estrangeiros.....	53
2.4 Experiência de Intercâmbio.....	54
2.5 Trabalho Voluntário.....	56
2.6 Movimento Empresa Júnior	56
2.6.1 Cargo ocupado no MEJ.....	57
2.6.2 Tempo de Movimento Empresa Júnior	58
2.6.3 Dedicção Semanal	59
2.6.4 Motivação.....	59
2.6.5 Projetos Externos.....	61
2.6.6 Conhecimento do PE em Rede	63
2.6.7 Iniciativas da Brasil Júnior.....	63
2.6.7.1 Conhecimento.....	63
2.6.7.2 Satisfação	66
2.6.8 Participação em Eventos.....	68
2.6.9 Encontro Nacional de Empresas Juniores.....	70
2.6.9.1 Participação.....	70
2.6.9.2 Influência.....	71
2.6.10 Participação em Federações.....	72
2.6.11 Participação na Confederação	72
2.6.12 Indicar o MEJ para um aluno.....	73
2.6.13 Indicar a EJ para um Cliente.....	74
2.7 Comunicação	74
2.7.1 Acesso às Mídias Sociais.....	74
2.7.2 Recebimento de Informações.....	75
2.7.3 Meios de Comunicação.....	76
2.8 Empreendedorismo.....	76
2.8.1 Perfil Empreendedor	76
2.8.2 Impacto da EJ.....	79
2.8.3 Intenções e atitudes empreendedoras.....	81

2.9 Competências.....	82
2.10 Alinhamento.....	83
2.10.1 Conhecimento do trabalho desempenhado no MEJ	84
2.10.2 Apoio ao trabalho desempenhado no MEJ.....	85
2.11 Carreira.....	86
2.11.1 Término da passagem pelo MEJ.....	86
2.11.2 Segmento de atuação	87
 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	 89

INTRODUÇÃO

O Censo & Identidade é uma pesquisa realizada pela Confederação Brasileira de Empresas Juniores enquanto iniciativa da Diretoria de Desenvolvimento da Brasil Júnior. No ano de 2014, a pesquisa completou sua sétima edição.

É importante ressaltar que as informações consideradas para as análises do Censo EJ e o Identidade, consideraram apenas os questionários completos e adequadamente respondidos. Com isso, os dados coletados no ano de 2014 considerou a participação de 427 Empresas Juniores e 5150 empresários juniores.

	CENSO	IDENTIDADE
2013	283	3188
2014	427	5150

O Censo coleta informações das Empresas Juniores existentes no país, federadas ou não. Tais informações auxiliam todo o Movimento Empresa Júnior a conhecer melhor as intenções e determinados comportamentos das Empresas Juniores, orientando Núcleos, Federações e a Confederação no planejamento e execução de projetos focados nas EJs.

O Identidade visa coletar informações junto aos empresários juniores com a finalidade de conhecer melhor determinados comportamentos e receber um retorno sobre determinadas atividades ligadas às diferentes instâncias do Movimento Empresa Júnior.

Logo, os dados coletados, tanto no Censo EJ como no Identidade, possuem o potencial de auxiliar Núcleos, Federações e a própria Confederação a tomar determinadas decisões e/ou utilizar os dados levantados em suas atividades próprias, como no direcionamento de lideranças do MEJ em determinadas decisões e no fornecimento de insumos para serem utilizados na geração de negócios e parcerias.

OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICOS

Neste relatório estão compiladas as principais informações dos dados coletados pela pesquisa, cujos objetivos gerais e específicos estão abaixo.

O Censo foi trabalhado com o objetivo geral de gerar conhecimento para o Movimento Empresa Júnior, coletando informações úteis sobre as Empresas Juniores, Núcleos e Federações, de forma a contribuir para o desenvolvimento da Rede e das atividades da Brasil Júnior.

Seus objetivos específicos foram:

- Identificar a percepção das Empresas Juniores acerca dos programas e iniciativas da Brasil Júnior;
- Gerar informações relacionadas à participação e percepções das Empresas Juniores em relação ao Movimento Empresa Júnior;
- Gerar conhecimento ligado ao impacto que as Empresas Juniores geram no Movimento Empresa Júnior e sociedade;
- Mensurar as metas estabelecidas pelas Empresas Juniores.

O Identidade 2014 teve como objetivo geral gerar conhecimento para o Movimento Empresa Júnior, coletando informações úteis sobre os empresários juniores, a fim de conhecer seu perfil, comportamentos e percepções, de forma a contribuir para o desenvolvimento da Rede e das atividades da Brasil Júnior.

Os objetivos específicos desta pesquisa consistiram em:

- Identificar a percepção dos empresários juniores e pós-juniores a respeito dos programas e iniciativas da Brasil Júnior;
- Reunir informações ligadas ao conhecimento e satisfação dos empresários juniores em relação às instâncias do Movimento Empresa Júnior;
- Ter conhecimento do engajamento e participação dos empresários juniores em relação à Rede;
- Identificar o comportamento dos empresários juniores em relação à perspectiva de carreira e atuação na sociedade;
- Coletar informações relacionadas ao perfil dos empresários juniores.

METODOLOGIA

No ano de 2014 os questionários do Censo & Identidade foram revisados com a finalidade de a pesquisa gerar informações úteis para o Movimento Empresa Júnior e, com isso, contribuir para o desenvolvimento da Rede e das atividades das instâncias. As etapas concluídas durante a realização deste projeto foram:



A primeira etapa da realização da pesquisa consistiu no Planejamento, que contou com a elaboração do cronograma do projeto e o estudo de relatórios dos C&I anteriores, levantando seus pontos fortes e fracos.

Na Preparação para a Coleta, que teve como principal foco a reestruturação dos questionários, foram considerados o auxílio de pós-juniores e empresas parceiras como a Endeavor, de modo que houvesse uma metodologia de pesquisa na construção dos questionários, interferindo na maneira como as perguntas procuraram ser feitas, sua ordem durante a construção dos questionários e a padronização de escalas e modelo de análise. A construção dos questionários levou em consideração as percepções recebidas das outras coordenadorias da Brasil Júnior para que o C&I atendesse demandas existentes.

A próxima etapa, a de Coleta de Dados, levou em consideração a escolha da ferramenta de coleta. A ferramenta utilizada para o recebimento das respostas de todo o Movimento Empresa Júnior, aconteceu por meio do *Survey Monkey*.

Nas análises dos dados, os dados foram tabulados por meio do *Survey Monkey* e foram utilizados o SPSS e o Excel para a organização e o tratamento dos dados.

A compilação dos dados se deu por meio da elaboração de um Relatório Final.



CENSO

O retrato das Empresas Juniores do Brasil

1.1 DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA

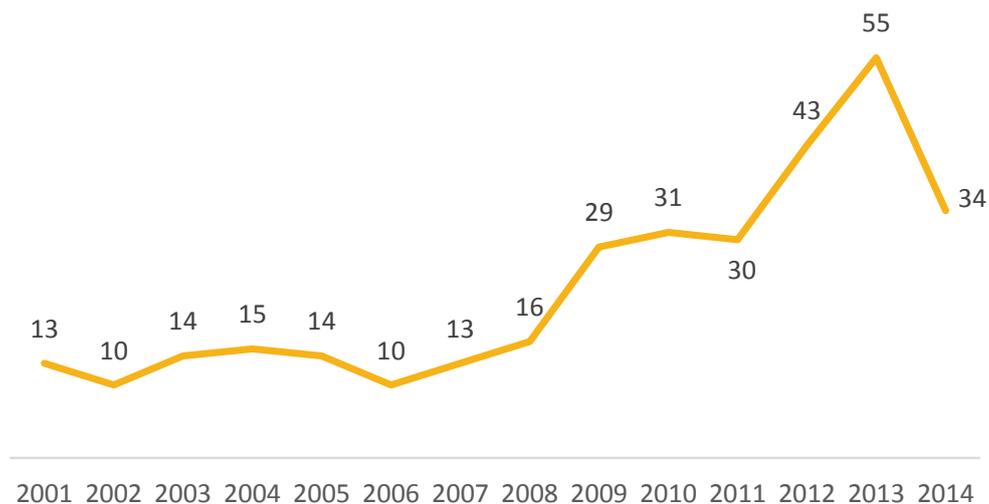
1.1.1 UNIDADE FEDERATIVA

O mapa abaixo contém o número de empresas júniores que respondeu o Censo EJ de acordo com suas respectivas unidades federativas. Minas Gerais foi o estado com maior número de EJs que responderam o questionário do Censo, 87 EJs. Seguido pelo estado do Paraná, de onde tiveram 66 EJs participantes e São Paulo com 60 EJs.



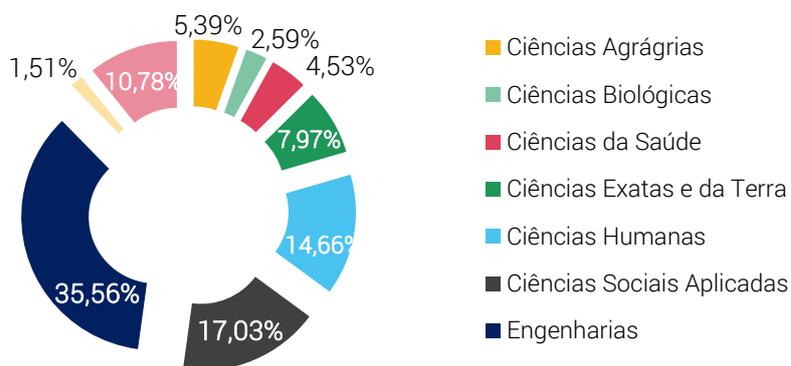
1.2 FUNDAÇÃO

Gráfico 1 – Número de EJs criadas por ano



1.3 ÁREA DE ATUAÇÃO

Gráfico 2 - Qual a área de atuação das Empresas Júniors



A área de atuação que apresentou maior número de EJs foi a de Engenharias (35,56%), Ciências Sociais Aplicadas (17,03%) e 14,66% EJs pertencentes a Ciências Humanas. Entre as respostas pertencentes à opção

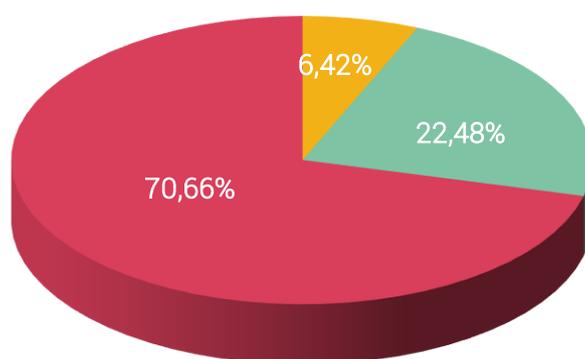
“Outro”, encontram-se principalmente EJs de Tecnologia da Informação, Design e EJs que abordam cursos com mais de uma área de atuação.

1.4 PERFIL DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO

1.4.1 CATEGORIA DA IES

O gráfico 3 abaixo mostra que a maioria das EJs respondentes, 70,66%, estão vinculadas à uma Instituição de Ensino Pública Federal, 22,48% à uma Instituição Pública Estadual e 6,42% a Instituições Particulares.

Gráfico 3 – Instituição de Ensino Superior que a EJ pertence



■ Particular ■ Pública Estadual ■ Pública Federal

1.4.2 AÇÕES PARA RECONHECIMENTO

Matriz 1 – Instituição de Ensino Superior que a EJ pertence x Apoio dado às EJs pelas IES

	Tipo de IES		
	Particular	Pública Estadual	Pública Federal
A EJ não está vinculada a uma IES	0	0	1
A IES não reconhece o funcionamento da EJ	0	2	13
A IES reconhece o funcionamento da EJ e há políticas de regulamentação para EJs	13	58	201
A IES reconhece o funcionamento da EJ mas não há políticas de regulamentação para EJs	14	45	115
A IES tem poder de decisão dentro da EJ, ditando os caminhos que a EJ deve seguir	3	0	0

A matriz acima relaciona duas questões do questionário, o tipo da Instituição de Ensino Superior que a Empresa Júnior está vinculada e a forma em que está. As células mais escuras possuem o maior número correlacionado de respostas e as mais claras a menor frequência de respostas.

Apenas uma EJ respondeu não estar vinculada a uma IES, 15 Empresas Juniores disseram que a IES não reconhece o funcionamento da EJ, sendo que 13 dessas EJs estão inseridas em uma IES Pública Federal e 2 em instituições Público Estadual.

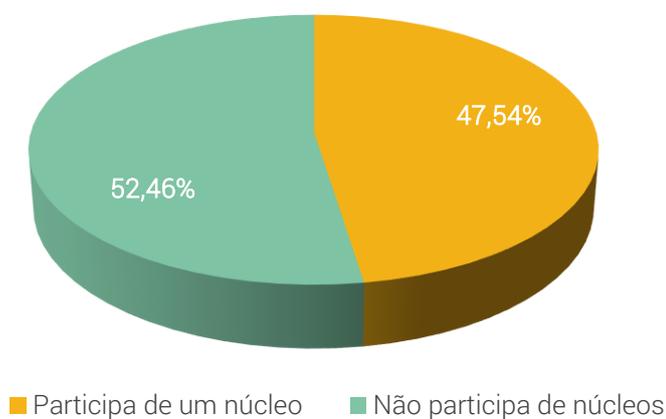
A maior parte das respostas incide na afirmativa que diz que as EJs são reconhecidas pelas suas respectivas instituições de ensino e que existem políticas que as regulamentam. Seguido pela afirmativa que afirma haver esse reconhecimento, no entanto não há políticas que regulamentam as Empresas Juniores.

3 EJs disseram que a IES possui poder de decisão dentro da empresa, sendo que todas essas instituições são particulares.

1.5 NÚCLEOS

1.5.1 PARTICIPAÇÃO NO NÚCLEO

Gráfico 4 - Participação das EJs em Núcleos



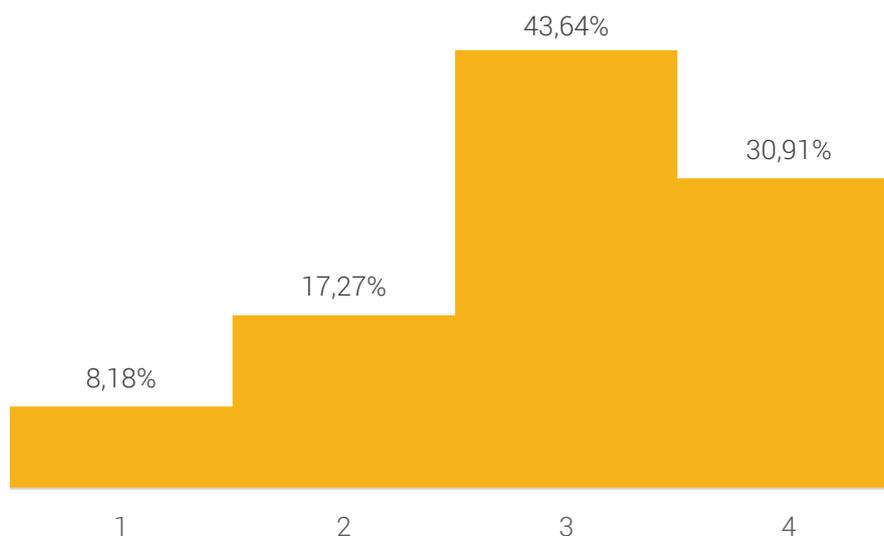
Observa-se que maioria das EJs que responderam o Censo, 52,46%, não participa de um Núcleo, ou seja, 246 empresas. Já 47,54% responderam participar de tal instância, o que equivale a 222 respostas.

Os três Núcleos que obtiveram mais respostas são, respectivamente, CEEMPRES (25 respostas), NEJ-UFPR (20 respostas) e Núcleo Unesp (19 respostas).

Entre as EJs que responderam participar de algum Núcleo, foi avaliado o índice de conhecimento por parte das EJs em relação ao conhecimento do trabalho que o Núcleo desempenha, considerando uma escala de 1 a 4, sendo 4 "Muito conhecimento" e 1 "Pouco conhecimento".

1.5.2 CONHECIMENTO DO TRABALHO DESEMPENHADO

Gráfico 5 – Conhecimento das EJs sobre o trabalho do Núcleo

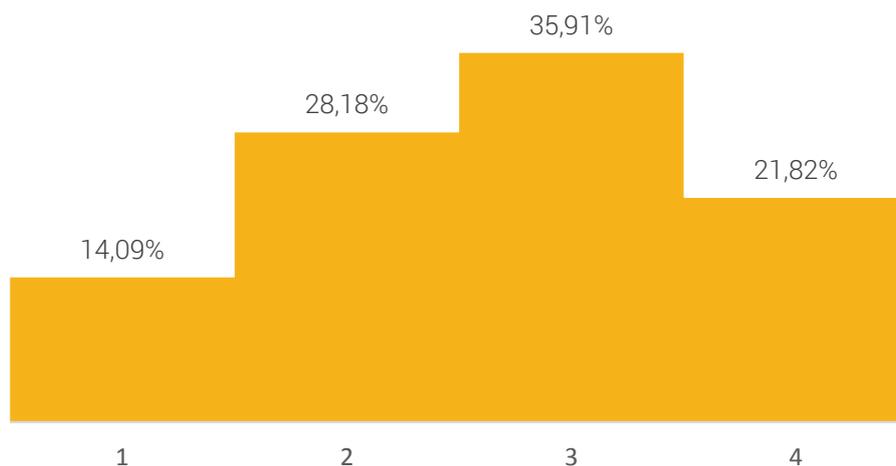


O gráfico acima classifica o conhecimento que as EJs acreditam possuir sobre o trabalho que o Núcleo exerce. Sendo 4 “Muito conhecimento” e 1 “Pouco conhecimento”. 43,64% das EJs atribuíram grau de conhecimento 3 em relação ao trabalho desempenhado pelo Núcleo, 30,91% disseram ter muito conhecimento sobre esse trabalho, enquanto 17,27% relacionaram o conhecimento que possuem sobre o trabalho exercido pelos seus Núcleos igual a 2.

1.5.3 SATISFAÇÃO DO TRABALHO DESEMPENHADO

A maioria das EJs, 35,91% das respostas, atribuíram satisfação igual a 3 para os resultados alcançados pelos seus Núcleos, 28,18% julgaram com grau de satisfação 2 enquanto 21,82% responderam estar muito satisfeitos com esses resultados.

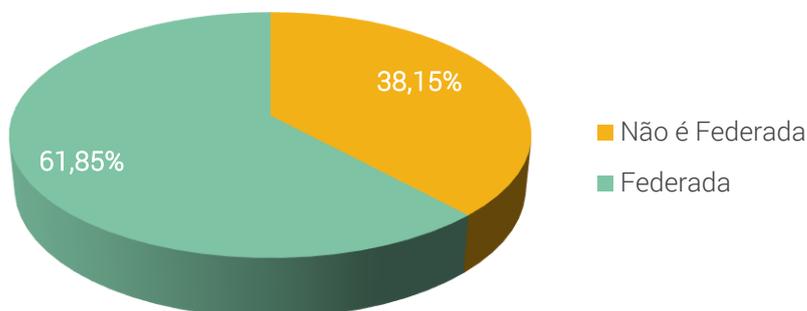
Gráfico 6 – Satisfação das EJs com os resultados do Núcleo



1.6 FEDERAÇÕES

1.6.1 PARTICIPAÇÃO EM FEDERAÇÕES

Gráfico 7 - EJs federadas x EJs não federadas

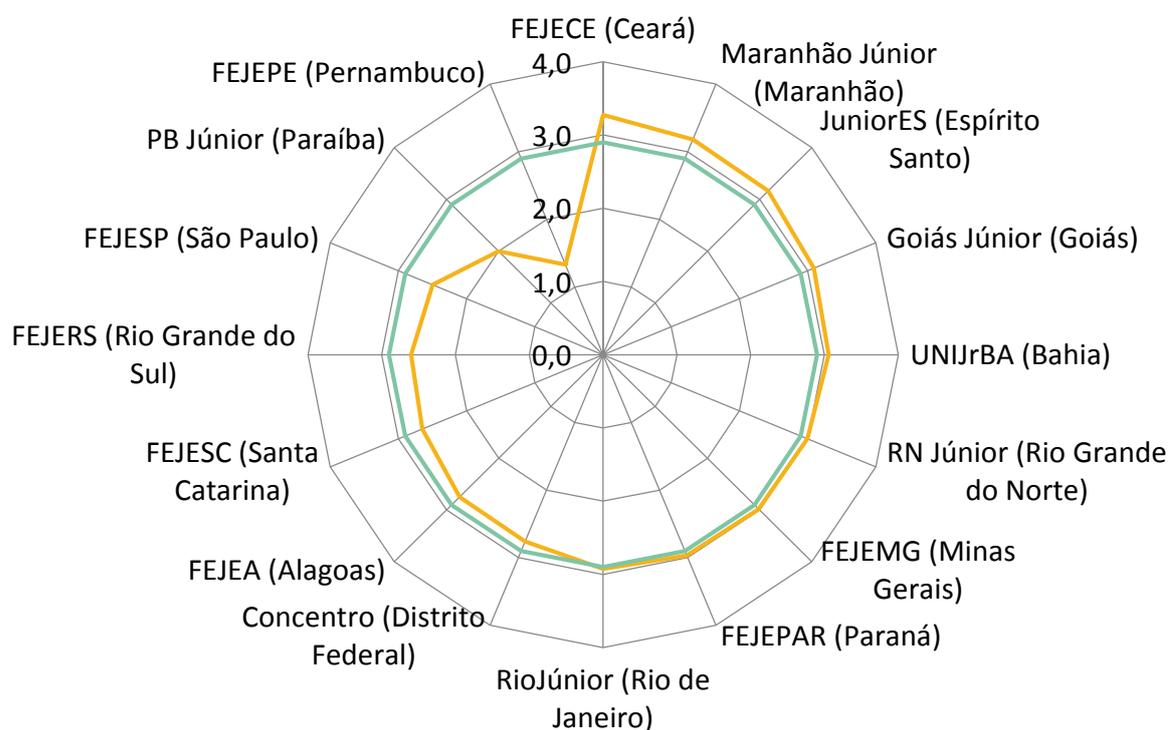


De acordo com o gráfico acima, é possível observar que 61,85% das EJs que responderam ao Censo são federadas, enquanto 38,15% não são federadas.

1.6.2 CONHECIMENTO DO TRABALHO DESEMPENHADO

1.6.3 SATISFAÇÃO DO TRABALHO DESEMPENHADO

Gráfico 9 - Satisfação das EJs com os resultados da Federação

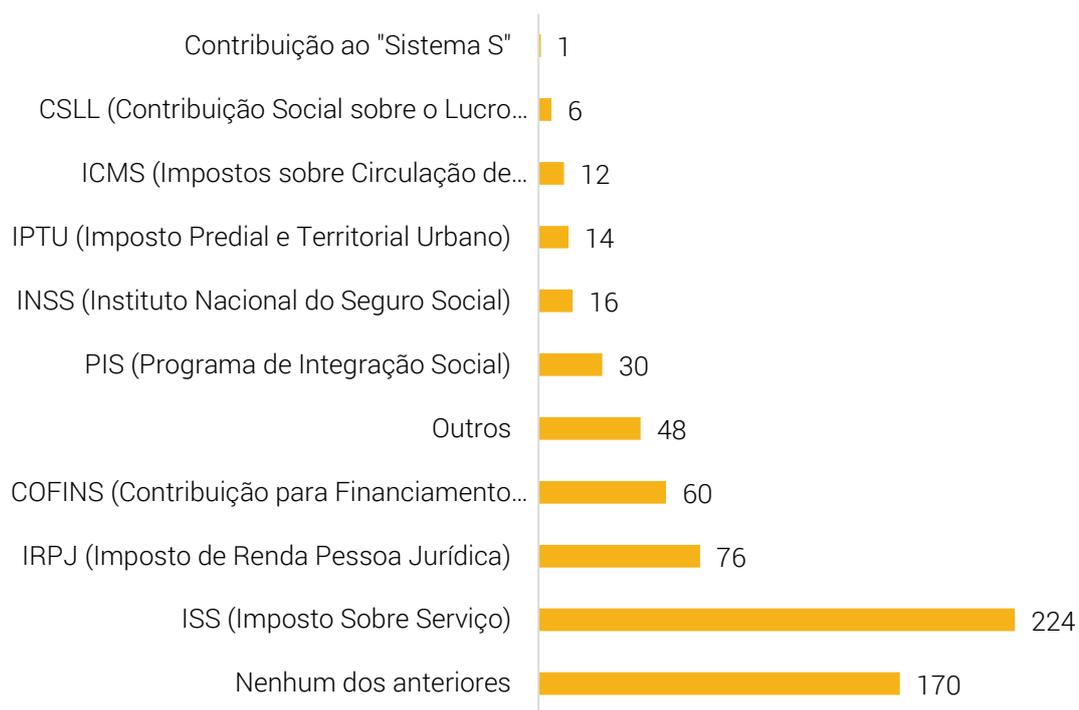


O gráfico radar acima possui duas variáveis, em verde é a média da satisfação das Empresas Juniores com os resultados das Federações, que foi de 2,8, e em laranja a nota de cada uma, sendo que 4 corresponde a "Muito satisfeito" e 1 "Pouco satisfeito". Com isso, podem-se observar também quais Federações apresentaram o nível de satisfação abaixo e acima da média obtida. Apenas as Empresas Juniores federadas responderam essa questão. É possível observar a que a FEJECE obteve maior índice de satisfação, seguida pela Maranhão Jr e pela JuniorES.

1.7 CRITÉRIOS DE CONFORMIDADE

1.7.1 TRIBUTOS PAGOS

Gráfico 10 – Quais tributos a EJ paga

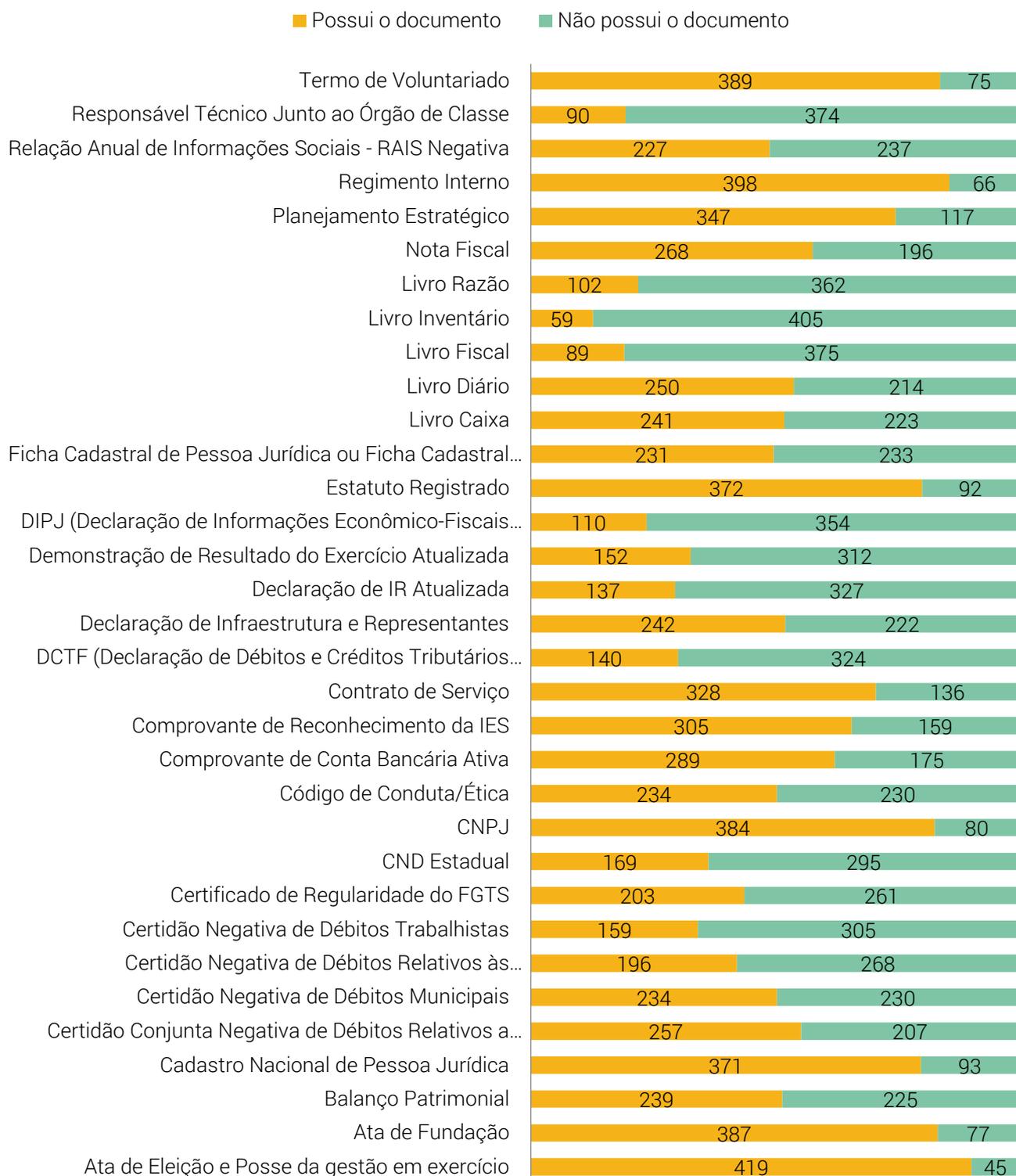


No gráfico acima, é possível observar quais tributos as EJs pagam. 224 Empresas Juniores pagam ISS (Imposto Sobre Serviço), 76 pagam Imposto de Renda Pessoa Jurídica e 60 responderam pagar CONFINS. 170 EJs responderam não pagar nenhum dos impostos listados acima.

1.7.2 DOCUMENTAÇÃO

Em relação à regulamentação das Empresas Juniores, consideramos alguns documentos e perguntamos quais deles as Empresas Juniores possuem. No gráfico abaixo temos a frequência de Empresas Juniores que possuem tais documentos em relação ao total de EJs que responderam a questão. Os documentos que as EJs responderam possuir com maior frequência foram a Ata de eleição e Posse da gestão em exercício (419), Regimento Interno (398) e Termo de voluntariado, 389 EJs responderam possuir. Por outro lado, os documentos que tiveram menor incidência de respostas foram o Livro Inventário, 59 EJs responderam ter tal documento e apenas 89 Empresas Juniores afirmaram ter o Livro Fiscal.

Gráfico 11 - Quais documentos a EJ possui

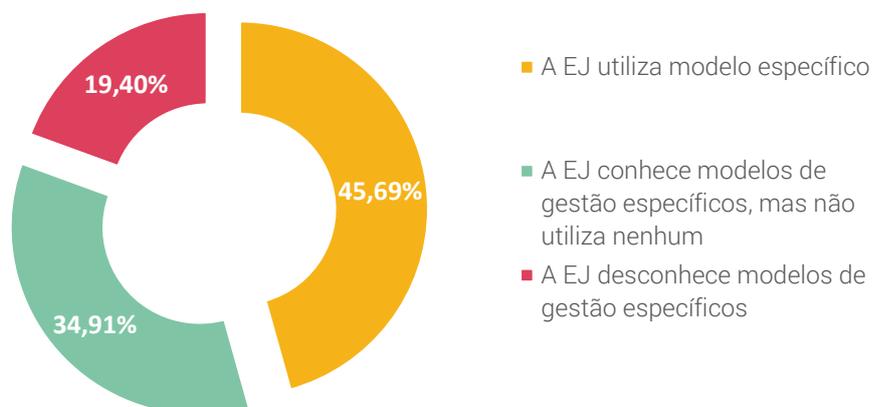


1.8 MODELO DE GESTÃO

1.8.1 UTILIZAÇÃO DE ALGUM MODELO DE GESTÃO

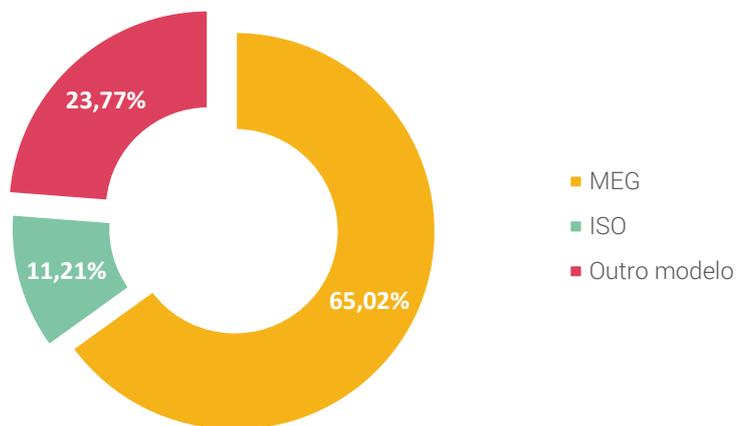
Perguntamos se as Empresas Juniores utilizam algum tipo de Modelo de Gestão. De acordo com o gráfico 12, 45,69% responderam utilizar algum tipo de Modelo de Gestão, 34,91% responderam conhecer algum tipo de modelo, no entanto, não o(s) utiliza(m) e 19,40% desconhecem Modelos de Gestão específicos.

Gráfico 12 - A EJ segue algum Modelo de Gestão



As Empresas Juniores que responderam utilizar algum Modelo de Gestão específico apontaram quais modelos utilizam. De acordo com o gráfico 13, 65,02% das Empresas Juniores utilizam o Modelo de Excelência em Gestão (MEG), enquanto 11,21% utilizam a ISO. 23,77% responderam utilizar outros modelos de gestão, que se encontram no Mapa Perceptual abaixo.

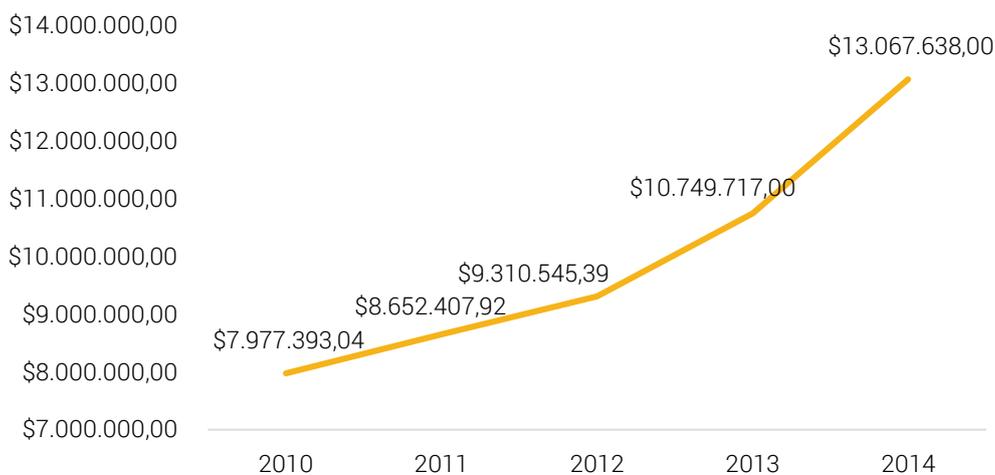
Gráfico 13 - Qual Modelo de Gestão a EJ utiliza



Mapa perceptual 1 – Modelos de Gestão utilizados pelas EJs

1.9 FATURAMENTO

Gráfico 14 - Evolução do PIB Jr.



O PIB Jr. de 2013 foi igual a R\$ 10.749.717,00, evoluindo 15,46% em relação a 2012. Já o PIB esperado para 2014 é de R\$ 13.067.638,00 (baseado

nas metas da EJs), representando um crescimento de 21,56% em relação ao ano de 2013. O gráfico acima mostra a comparação do PIB Jr dos anos anteriores.

1.10 PROJETOS

1.10.1 PROJETOS EXTERNOS

Projetos Externos (2013)	
Total de Projetos	2640
Moda (111 EJs)	0
Preço médio	R\$ 4.071,86
Projetos por membros	0,23
Média de duração	3,2 meses

O número total de projetos externos foi igual a 2640, cujo preço médio é de R\$ 4.071,86, com média de duração de 3,2 meses. O número de projetos por membro foi de 0,24. A moda quer dizer o número que mais repete, ou seja, a quantidade de projetos que as EJs mais responderam ter feito foi igual a 0, ou seja, 111 EJs disseram ter realizado 0 projetos externos. A meta de projetos estabelecida para o ano de 2014 pelas EJs foi de 4836 projetos externos. Será possível verificar se tal meta foi atingida na próxima edição do Censo.

Fazendo um comparativo com o C&I do ano passado, temos:

- Número de Projetos Externos

2012: 1832

2013: 2751

- Preço Médio do Projeto

2012: R\$ 5077,26

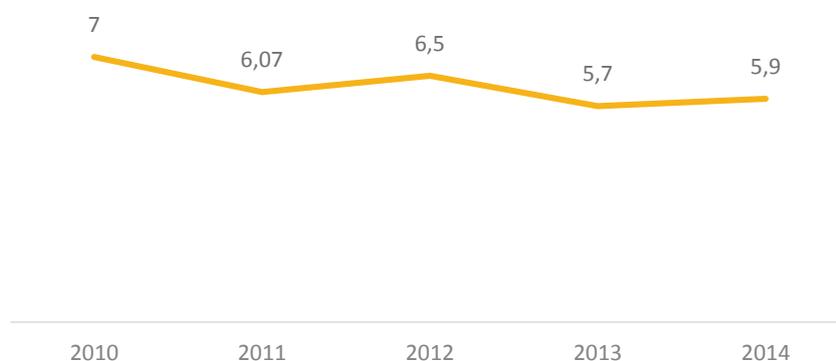
2013: R\$4750,14

- Média de Duração dos Projetos

2012: 3,5 meses

2013: 3,2 meses

Gráfico 15 - Média de projetos por EJ

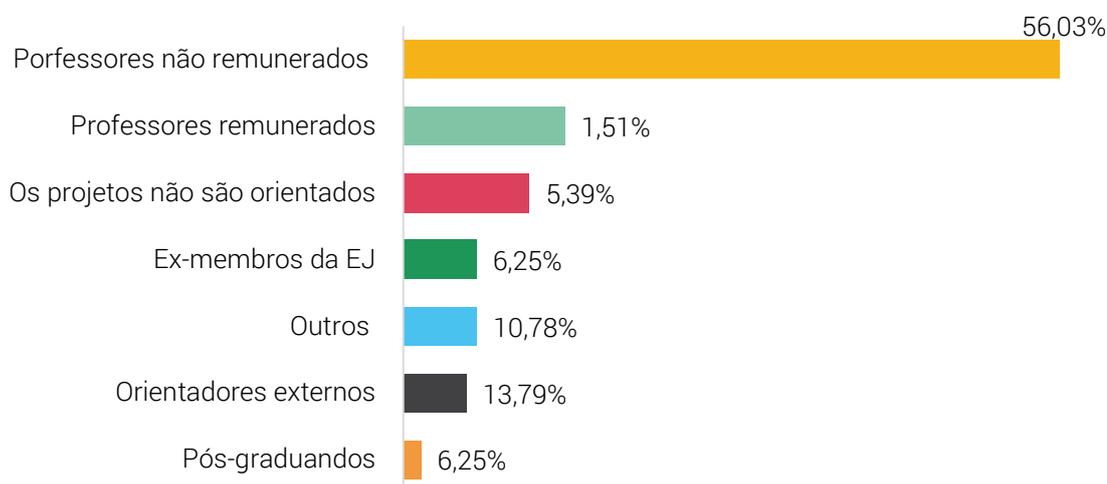


A média de projetos externos por EJ foi igual a 5,9, portanto, houve um aumento dessa média em relação ao ano anterior.

1.10.2 ORIENTAÇÃO DE PROJETOS EXTERNOS

Em relação à orientação externa que os projetos realizados pelas EJs são submetidos, percebe-se que 56,03% das EJs responderam que seus projetos externos são orientados por professores não remunerados, 13,79% disseram ser por professores remunerados e 10,78% das EJs que responderam à pesquisa não possui orientação em seus projetos.

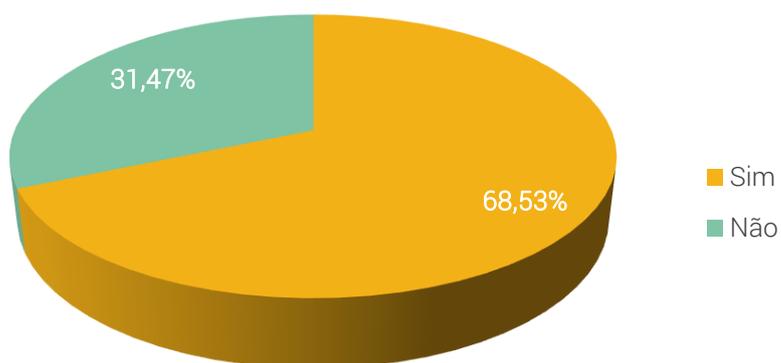
Gráfico 16 - Orientação externa dos projetos



1.11 CLIENTES

1.11.1 SATISFAÇÃO DE CLIENTES

Gráfico 17 - Coleta da satisfação do cliente



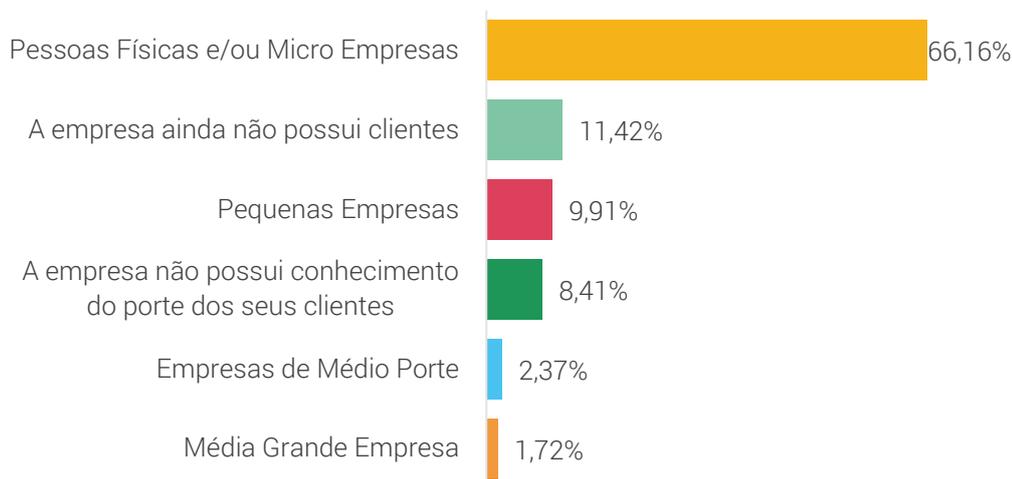
De acordo com o gráfico acima, 68,53% responderam coletar satisfação de seus clientes, enquanto 31,47% disseram que não realizam essa.

Clientes Externos	
Satisfação média 2013	68,9%
Total de clientes que procuraram as EJs	8.537
Média de clientes que procuraram as EJs	18,39

Ainda neste contexto, as Empresas Juniores responderam qual foi o índice de satisfação alcançada no ano anterior ao preenchimento do questionário. A média de satisfação de 2013 foi igual 68,9%. Reunindo a meta que as EJs traçaram para o ano de 2014, a média de satisfação esperada para o ano de 2014 foi de 89,4%. Quanto ao número total de clientes que procuraram a EJ foi igual a 8.537, a média foi de 18,39 clientes por EJ.

1.11.2 PORTE DOS CLIENTES

Gráfico 18 - Porte dos clientes externos



Em relação aos clientes que procuraram as EJs, 66,16% são pessoas físicas e/ou Micro Empresas, 9,91% foram pequenas empresas e 8,41% das Empresas Juniores que participaram da pesquisa não possuem conhecimento do porte dos seus clientes. 11,42% responderam não possuir clientes ainda.

1.12 MEMBROS

1.12.1 QUANTIDADE DE MEMBROS

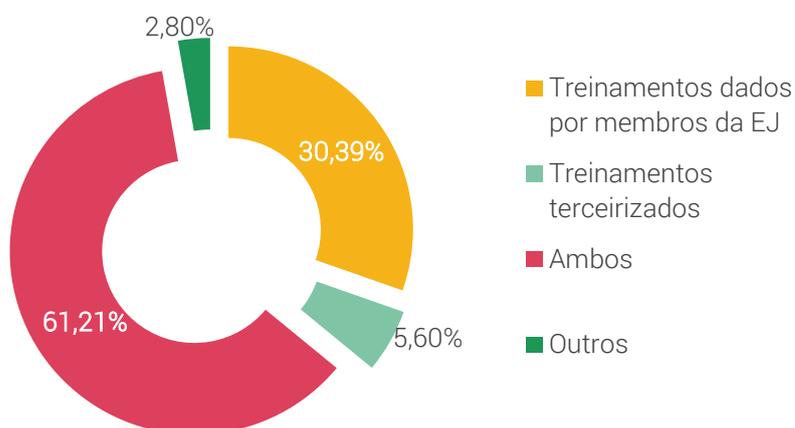
O número de empresários juniores em 2014 foi de 9.801, cuja média de permanência dos membros em suas Empresas Juniores foi de 14,5 meses. É possível observar o histórico em relação à edição do ano passado.

Membos nas EJs	
Empresários Juniores em 2013	11.301
Média de membros em 2013	24,4
Empresários Juniores em 2014	9.801
Média de membros em 2014	21,12
Média de permanência dos membros	14,5 meses

1.12.2 CAPACITAÇÃO DOS MEMBROS

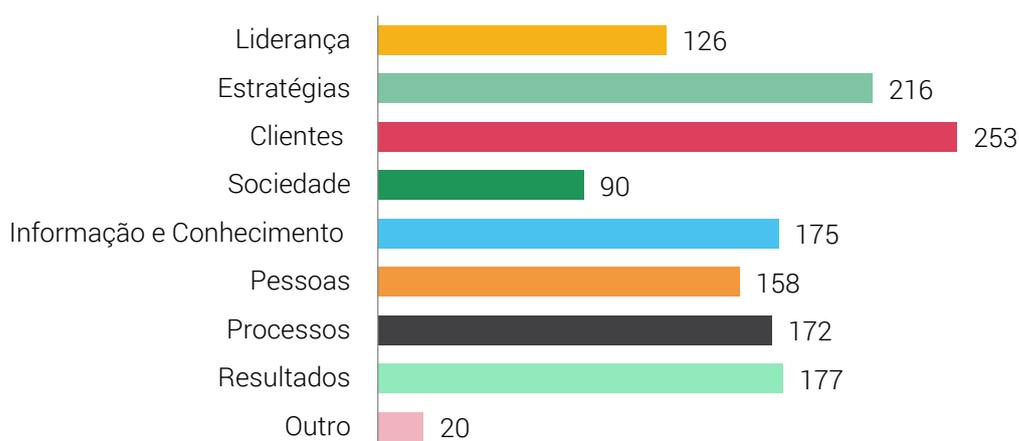
O Censo EJ quis saber como as Empresas Juniores capacitam seus membros. A maioria delas, 61,21%, respondeu ser por meio de treinamentos dados por membros da própria EJ e treinamentos terceirizados. 30,39% utilizam apenas treinamentos dados pelos membros da EJ.

Gráfico 19 - A EJ capacita seus membros de qual maneira



Ainda neste contexto das EJs se capacitarem, foi perguntado entre os critérios considerados pelo Modelo de Excelência em Gestão, quais são aqueles que as Empresas Juniores possuem mais dificuldade.

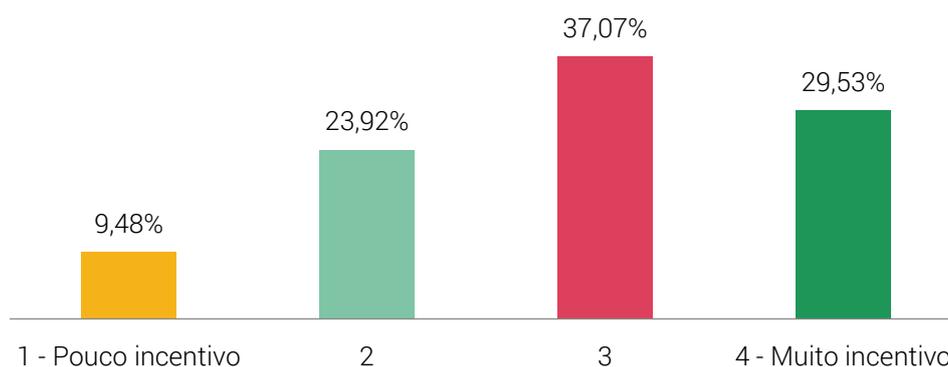
Gráfico 20 - Quais critérios a EJ tem enfrentado mais dificuldade



253 Empresas Juniores responderam ter mais dificuldade com o critério Clientes, seguido pelo critério Estratégias (216 empresas) e Resultados com 177 respostas.

1.12.3 INCENTIVO AOS MEMBROS

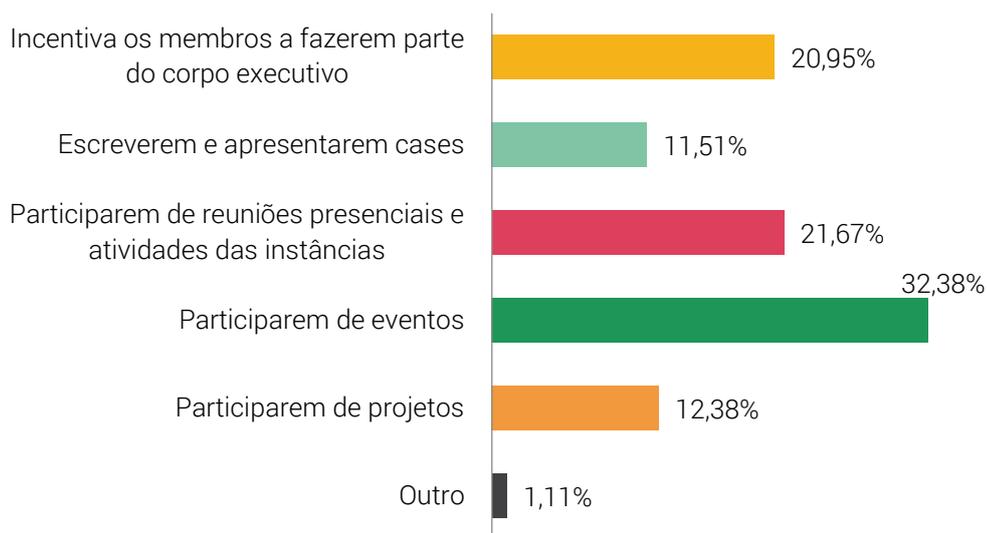
Gráfico 21 - O quanto a EJ incentiva a participação dos membros em outras instâncias como Núcleo, Federação e/ou Confederação



37,07% das Empresas Juniores atribuíram incentivo igual a 3 para que seus membros participem de outras instâncias como Núcleos, Federação e a própria Confederação, 29,53% responderam incentivar muito esse tipo de participação e 23,92% atribuíram nível de incentivo igual a 2. 9,48% das EJs responderam incentivar pouco seus membros a participarem dessas instâncias.

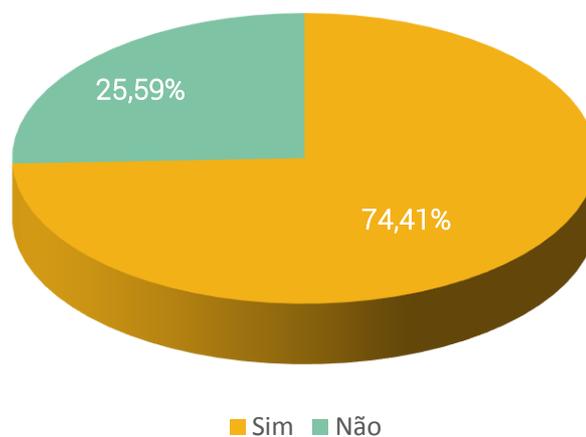
A forma que as EJs mais incentivam seus membros a participarem de outras instâncias é por meio da participação de seus membros em eventos do MEJ (32,38% das EJs), 21,67% incentivam os membros a participarem de reuniões presenciais e atividades das instâncias e 20,95% das Empresas Juniores incentivam os membros a fazerem parte do corpo executivo.

Gráfico 21 - De que forma a EJ incentiva a participação dos membros em outras instâncias como Núcleo, Federação e Confederação



1.13 PARCERIAS

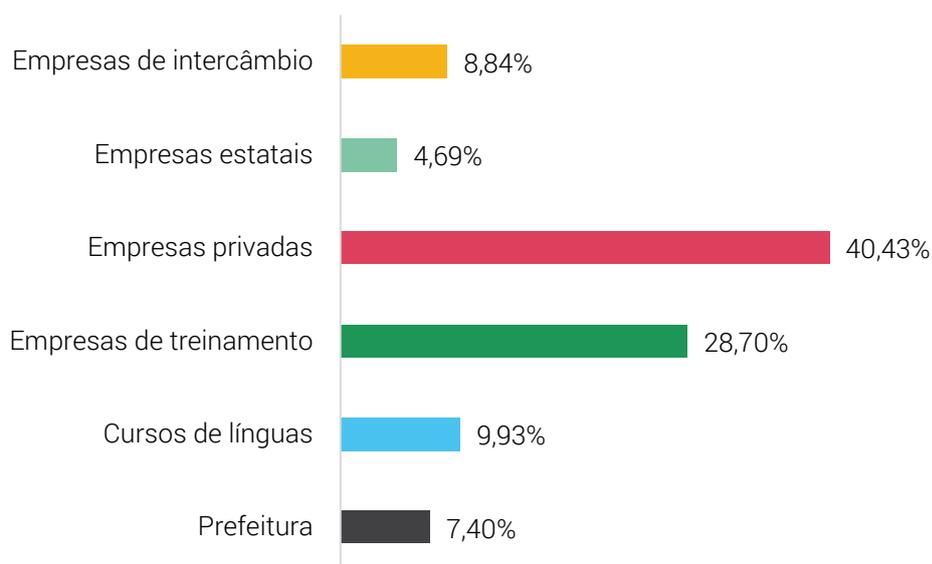
Gráfico 22 – EJs que possuem parcerias formais



Considerando as EJs que participaram da pesquisa, 74,41% responderam que possuem parceiros formais, enquanto 25,59% não possuem. O que diferencia as parcerias formais de outros tipos de parcerias é a existência de um contrato formal que especifica os interesses das partes interessadas.

Entre os que responderam positivamente à questão anterior, foram apontadas quais organizações as Empresas Juniores possuem parcerias, como mostra o gráfico 23.

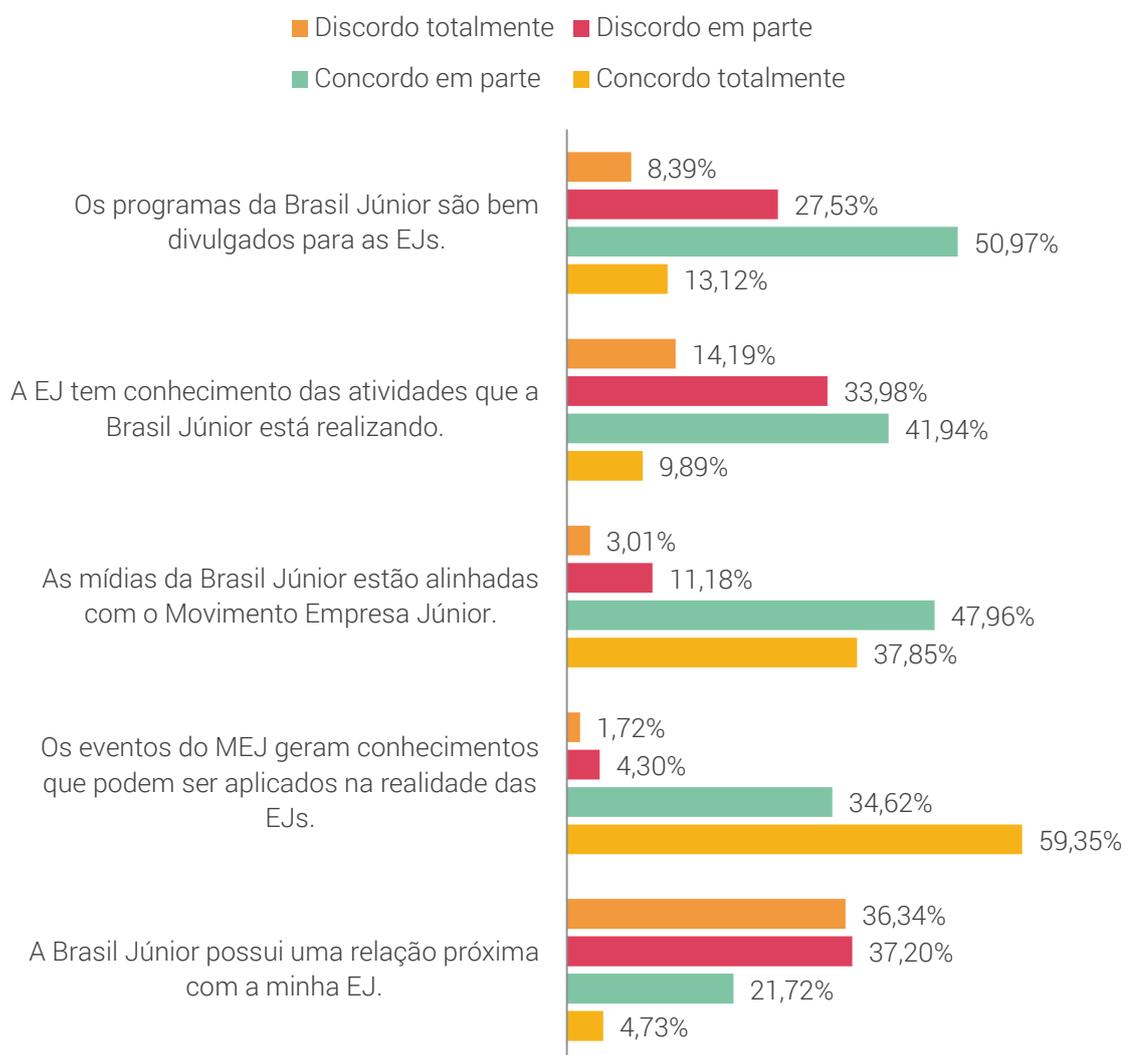
Gráfico 23 - Tipo de organizações parceiras



1.14 MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR

1.14.1 COMUNICAÇÃO

Gráfico 24 - Julgue as afirmativas a seguir de acordo com o seu grau de concordância



As Empresas Juniores julgaram de acordo com um nível de concordância as afirmativas acima. De acordo com o gráfico 50,97% concordam parcialmente que os programas da Brasil Júnior são bem divulgados e 27,53% discordaram em partes de tal afirmativa.

Em relação às atividades que a Brasil Júnior está realizando, 41,94% responderam concordar em partes que as EJs conhecem tais atividades, enquanto 33,98% discordaram em partes.

47,96% das Empresas Juniores concordam em partes que as mídias da Brasil Júnior estão alinhadas com o MEJ e 37,85% concordam totalmente.

A maioria das Empresas Juniores (59,35%) responderam concordaram que os eventos do MEJ geram conhecimentos que podem ser aplicados na realidade da EJ, enquanto 34,62% concordaram parcialmente.

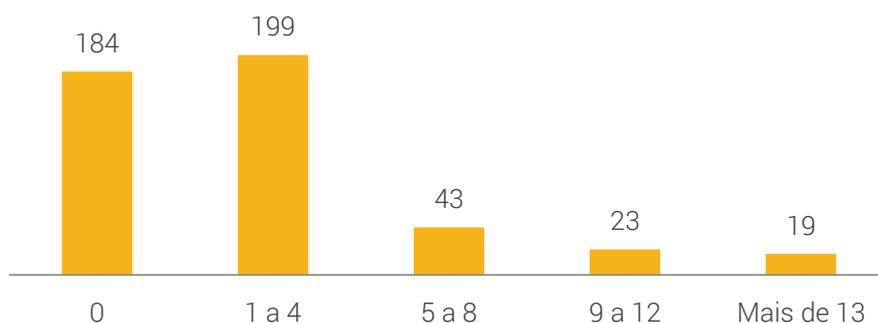
Em relação à afirmativa que diz que a Brasil Júnior possui uma relação próxima com a EJ, 37,20% discordaram em partes, enquanto 37,20% discordaram totalmente com essa afirmativa.

Abaixo é possível identificar as médias de cada afirmativa.

Julgue as afirmativas a seguir de acordo com o seu grau de concordância	
Os programas da Brasil Júnior são bem divulgados para as EJs.	2,23
A EJ tem conhecimento das atividades que a BJ está realizando.	1,95
As mídias da Brasil Júnior estão alinhadas com o MEJ.	2,93
Os eventos do MEJ geram conhecimentos que podem ser aplicados na realidade das EJs.	3,35
A Brasil Júnior possui uma relação próxima com a minha EJ.	1,25

1.14.2 APARIÇÕES NA MÍDIA

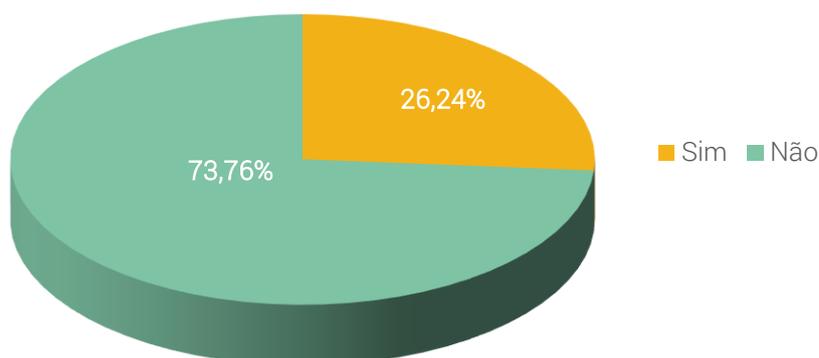
Gráfico 25 - Quantas vezes a EJ apareceu na mídia



Perguntamos para as EJs quantas vezes elas apareceram na mídia no último ano, de acordo com o gráfico 25, grande parte das EJs que responderam o Censo, responderam ter aparecido na mídia de 1 a 4 vezes, enquanto 184 Empresas Juniores responderam não ter tido nenhuma aparição. 19 EJs disseram ter aparecido mais de 13 vezes.

1.14.3 PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS

Gráfico 26 - A EJ aprovou cases, workshops e/ou painéis no último ano

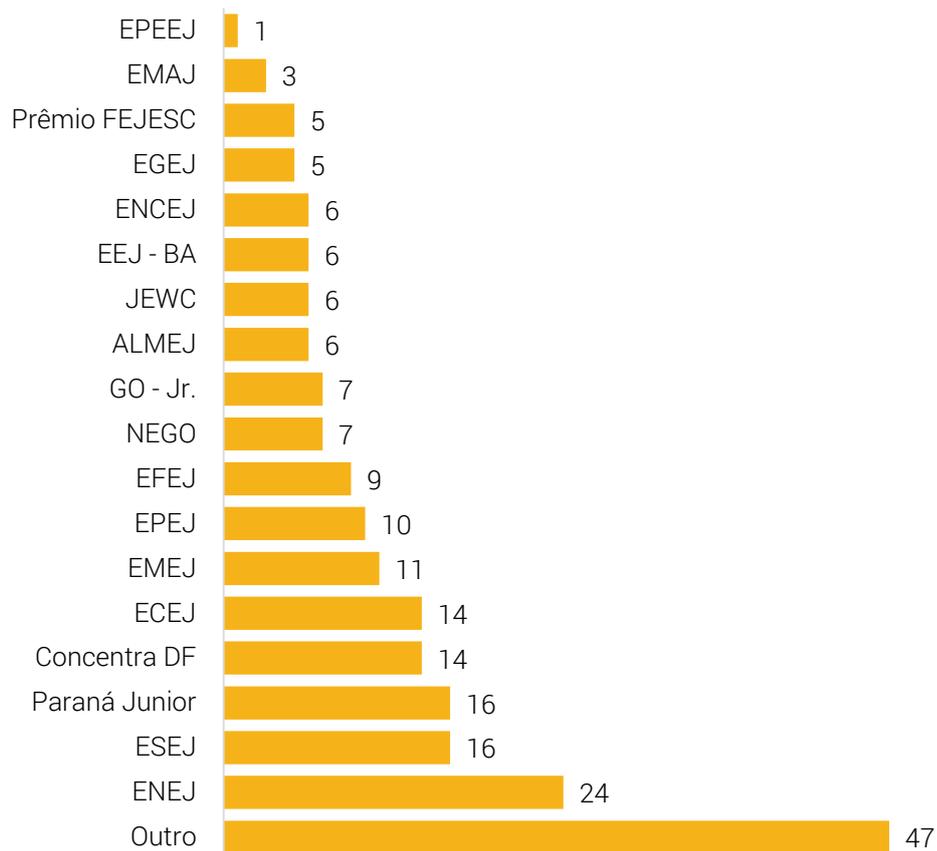


De acordo com o gráfico 26, 73,76% aprovaram algum case no ano de 2013, enquanto 26,24% responderam não ter aprovado.

Foi perguntado também quais eventos as EJs disseram ter aprovado tais cases, workshops e/ou painéis.

Entre os eventos listados no questionário, o que teve maiores respostas foi o ENEJ, com 24 respostas, seguido pelo ESEJ e Paraná Júnior, com resposta de 16 EJs em ambos.

Gráfico 27 – Em qual(is) evento(s) a EJ aprovou os cases, workshops e/ou painéis



1.14.4 PROGRAMAS DA BRASIL JÚNIOR

Julgue de 1 a 4, o quanto a EJ acredita conhecer as iniciativas da Brasil Júnior	
Benchmarking e Workshops	2,38
Censo & Identidade	2,91
ENEJ	3,79
Escolas Empreendedoras	1,53
PEG EJs	2,39
Prêmio Cultura Empreendedora	1,69
Projeto de Lei (PLS437/2012)	2,02
Programa Embaixador BJ	1,82
Panorama Jr.	1,05
Selo EJ	3,60

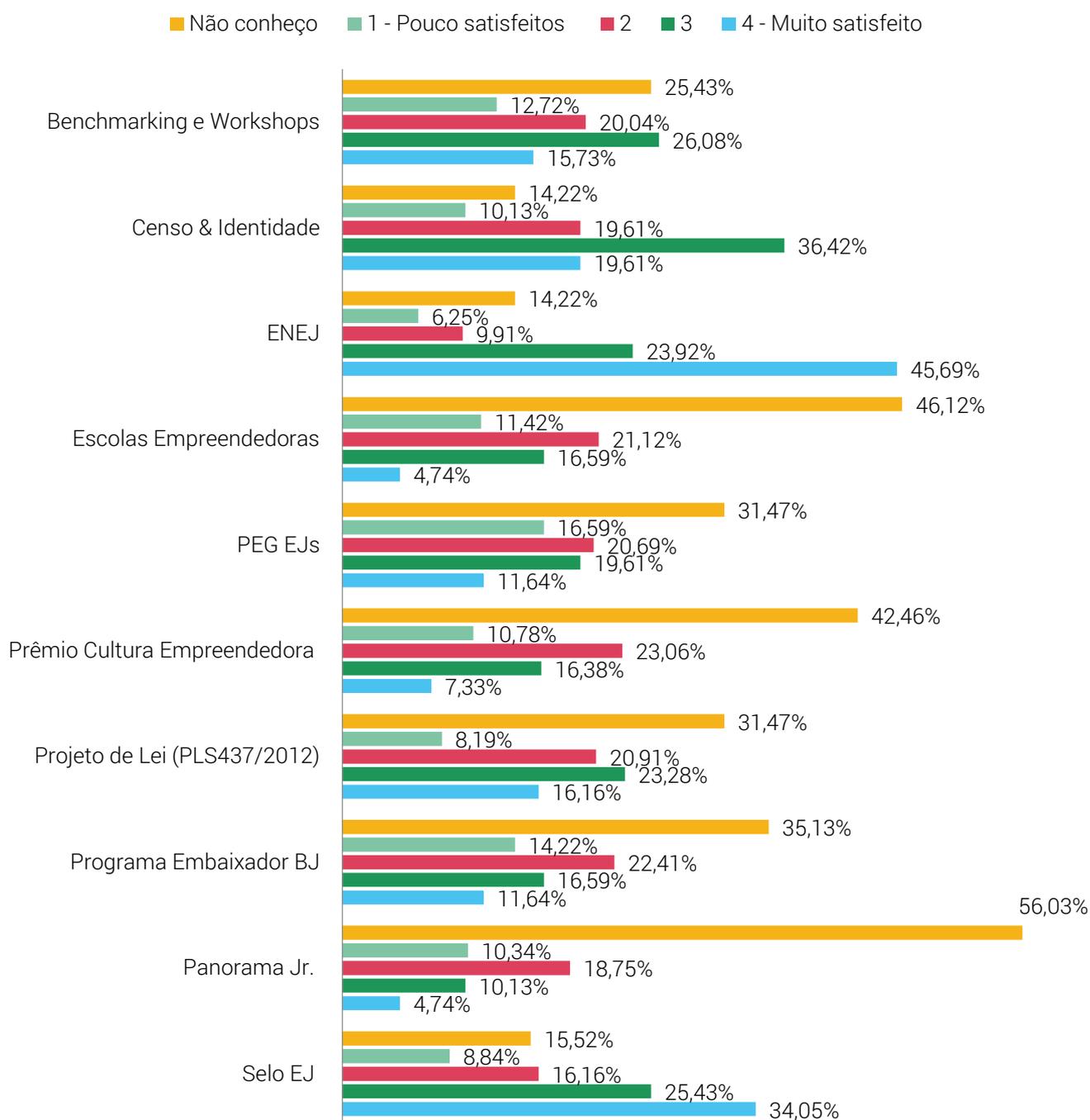
Na tabela acima é possível identificar a média de cada iniciativa analisada anteriormente, de acordo com o grau de conhecimento adotado. A iniciativa com a menor média foi o Panorama Jr., Escolas Empreendedores e Programa Embaixador BJ.

Julgue de 1 a 4, as iniciativas da Brasil Júnior de acordo com a satisfação da EJ	
Benchmarking e Workshops	2,14
Censo & Identidade	2,35
ENEJ	3,03
Escolas Empreendedoras	1,69
PEG EJs	1,84
Prêmio Cultura Empreendedora	1,80
Projeto de Lei (PLS437/2012)	2,26
Programa Embaixador BJ	1,88
Panorama Jr.	1,61
Selo EJ	2,67

Na tabela acima temos a média de satisfação de cada iniciativa avaliada. As que apresentaram menor média foram Panorama Jr., Escolas

Empreendedoras e o Prêmio Cultura Empreendedora. O ENEJ foi a iniciativa com maior média de satisfação.

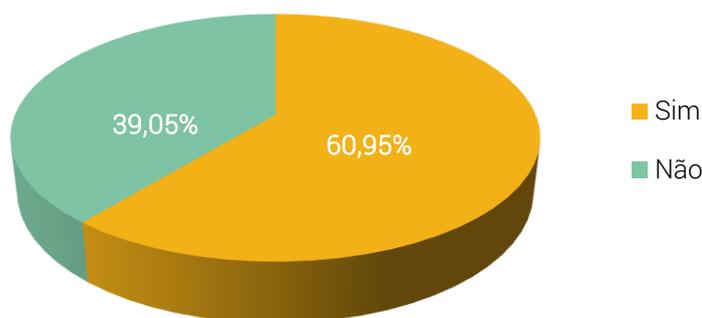
Gráfico 29 - Julgue as atividades da Brasil Júnior de acordo com a satisfação da EJ



No gráfico acima, temos a avaliação de cada iniciativa de acordo com a satisfação das EJs.

1.14.5 UTILIZAÇÃO DO PE EM REDE

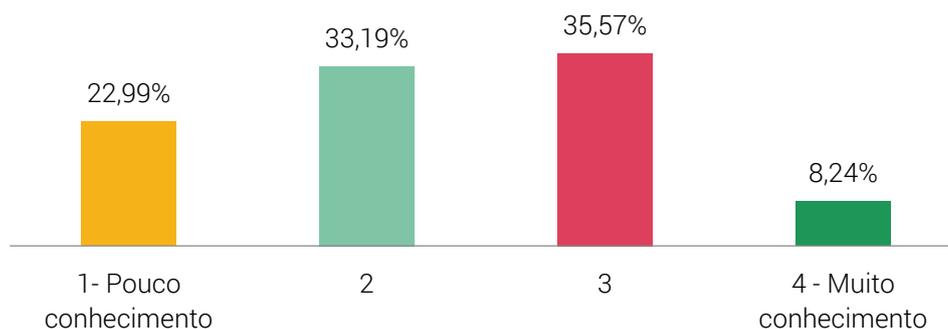
Gráfico 30 - Ao definir suas estratégias, a EJ leva em conta o Planejamento Estratégico em Rede do MEJ?



Através do gráfico 30 é possível observar que 60,95% das Empresas Juniores participantes da pesquisa responderam que levam em consideração o Planejamento Estratégico em Rede na tomada de decisões da EJ, enquanto 39,05% responderam que não.

1.14.6 CONHECIMENTO DO TRABALHO DA BJ

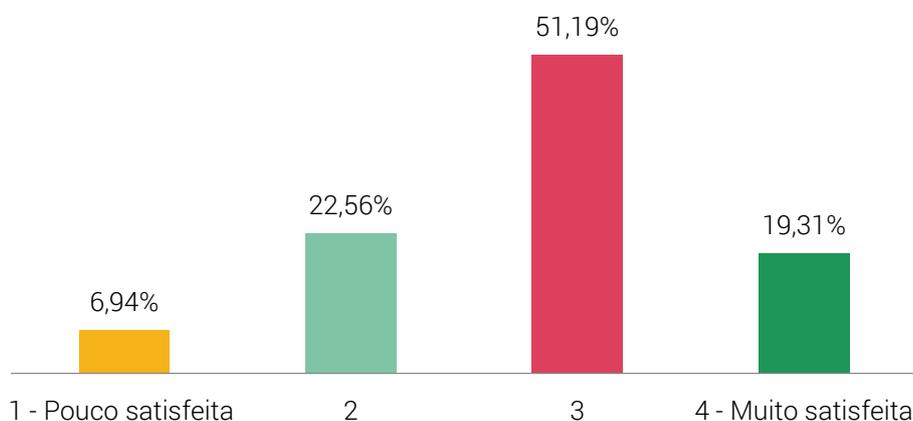
Gráfico 31 - O quanto a EJ acredita conhecer o trabalho da Brasil Júnior



Em relação ao nível de conhecimento das EJ sobre o trabalho desempenhado pela Brasil Júnior, 35,57% atribuíram nível de conhecimento igual a 3, 33,19% nota 2, enquanto 22,99% responderam conhecer pouco o trabalho da BJ. 8,24% das EJ responderam conhecer muito o trabalho da Confederação.

1.14.7 RESULTADOS DA BRASIL JÚNIOR

Gráfico 32 - O quanto a EJ está satisfeita com os resultados atingidos pela Brasil Júnior no ano de 2014



O Censo EJ coletou que 51,19% das Empresas Júniores atribuíram nível de satisfação 3 para os resultados atingidos pela Confederação no ano de 2014, seguido por 22,56% que relacionaram tais resultados ao nível de satisfação 2 e 19,31% responderam estar muito satisfeitos. 6,94% das EJs disseram estar pouco satisfeitos.



IDENTIDADE

O perfil do empresário júnior

2.1 DENSIDADE GEOGRÁFICA

No mapa 1 é possível observar a distribuição geográfica de todas as respostas válidas recebidas durante o período de coleta da pesquisa. De acordo com o mapa abaixo, o estado com maior frequência de respostas é Minas Gerais, com 956 respostas válidas, seguido pelo Paraná, com 890 respostas e São Paulo com 621 questionários válidos.

Mapa 1 – Unidade Federativa de Residência



Destaca-se o recebimento de respostas dos estados do Acre e Sergipe, que não tiveram nenhuma resposta na edição do ano de 2013 e no Identidade 2014 contaram com 1 e 31 respostas respectivamente.

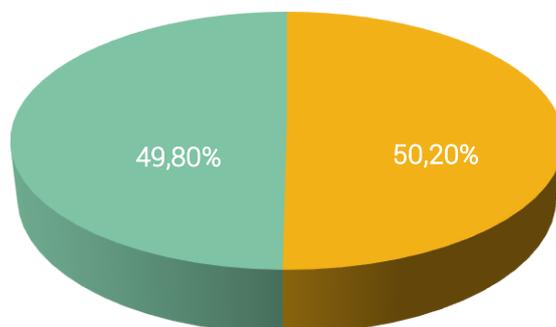
2.2 INFORMAÇÕES GERAIS

2.2.1 GÊNERO

O gráfico abaixo corresponde à distribuição dos empresários juniores e pós-juniores que responderam a pesquisa de acordo com o gênero. Pode-se observar que 50,20% correspondem ao sexo feminino, enquanto 49,80% ao sexo masculino.

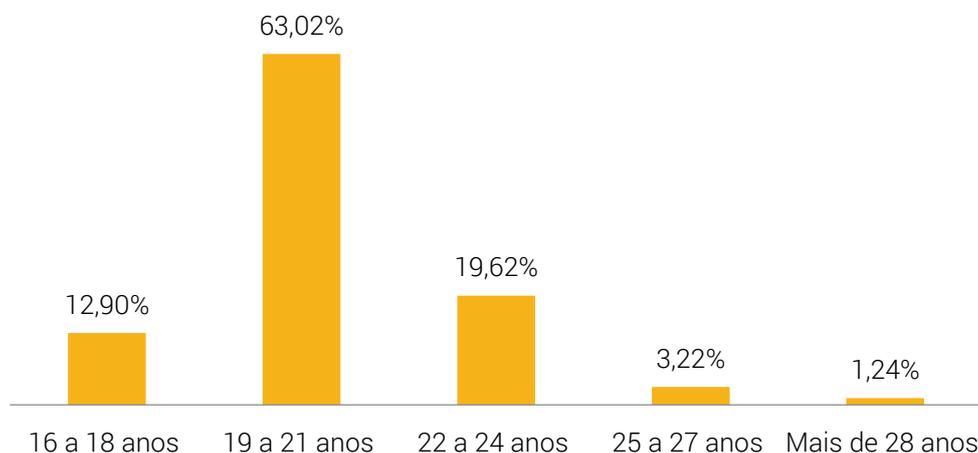
Gráfico 1 - Gênero

■ Feminino ■ Masculino



2.2.2 FAIXA ETÁRIA

Gráfico 2 - Faixa etária

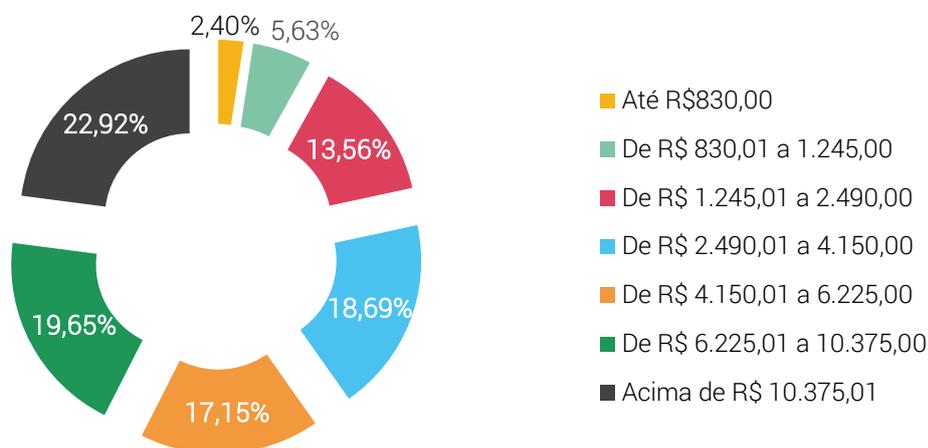


Em relação à faixa etária dos participantes da pesquisa, de acordo com o gráfico 2, 63,02% dos empresários juniores pertencem à faixa etária de 19 a 21 anos, 19,62% de 22 a 24 anos e 12,90% de 16 a 18 anos. A média de idade dos empresários juniores é de 20,5 anos.

2.2.3 RENDA FAMILIAR

A renda familiar dos 22,92% dos respondentes mostrou ser acima de R\$ 10.375,01, seguido pela faixa de renda de R\$ 6.225,01 a 10.375,00, que tiveram 19,65% das respostas e 18,59% disseram ter renda familiar de R\$ 2.490,01 a 4.150,00.

Gráfico 3 - Renda Familiar

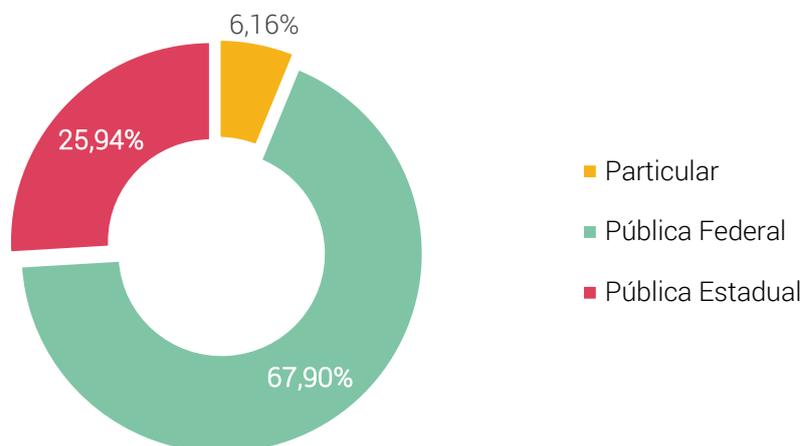


2.3 EDUCAÇÃO

2.3.1 TIPO DE INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

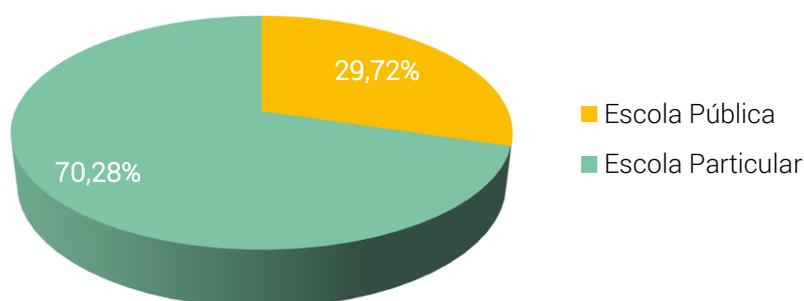
O GRÁFICO ABAIXO MOSTRA A DISTRIBUIÇÃO DOS EMPRESÁRIOS JUNIORES E PÓS-JUNIORES DE ACORDO COM O TIPO DE INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR QUE ESTUDAM OU ESTUDARAM. É POSSÍVEL OBSERVAR QUE A MAIORIA DOS RESPONDENTES, 67,90%, SÃO DE UMA IES PÚBLICA FEDERAL, SEGUIDO POR 25,94% QUE PERTENCEM A INSTITUIÇÕES DE ENSINO PÚBLICAS E 6,16% ESTUDAM OU ESTUDARAM EM INSTITUIÇÕES PARTICULARES.

Gráfico 4 - Tipo de Instituição de Ensino Superior



2.3.2 INSTITUIÇÃO DE ENSINO ANTES DA GRADUAÇÃO

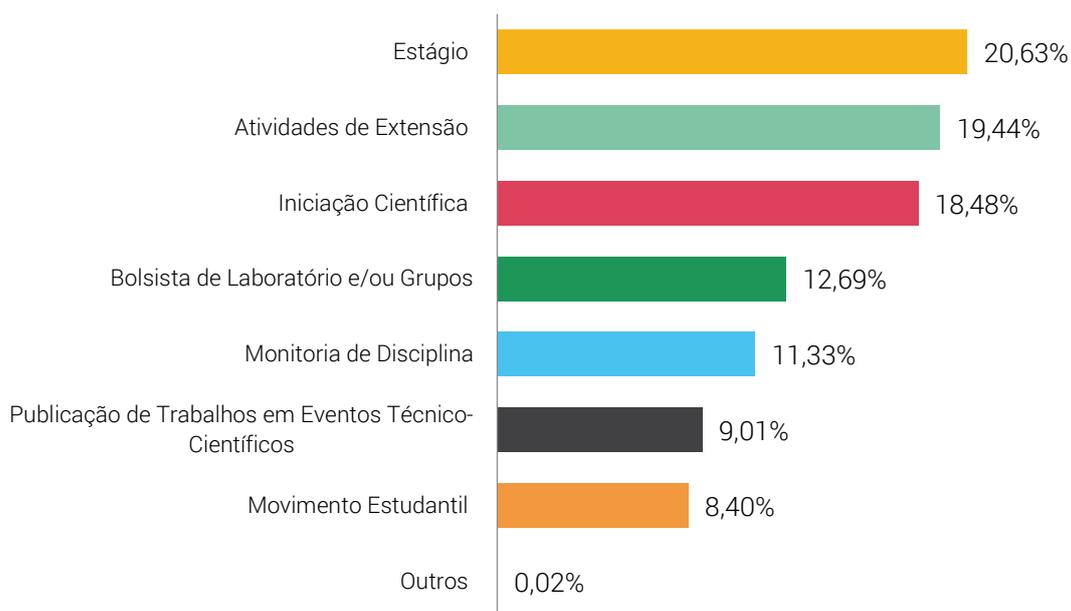
Gráfico 5 - Em que tipo de instituição de ensino você estudou a maior parte do tempo até a universidade



Foi perguntado também qual o tipo de instituição de ensino que o empresário júnior e pós-júnior estudou até ingressar na universidade. Por meio do gráfico 6, percebe-se que, 70,28% responderam ter estudado em escolas particulares, enquanto 29,72% em escola pública.

2.3.3 EXPERIÊNCIA EXTRACURRICULAR

Gráfico 6 - Experiências extracurriculares além do MEJ durante a graduação



Quisemos saber quais experiências os empresários juniores possuem ou possuíram além de se dedicarem ao MEJ. De acordo com o gráfico 6, 20,63% dos empresários juniores e pós-juniores fazem ou fizeram Estágio, 19,44% se envolvem ou envolveram com Atividades de Extensão, enquanto 18,48% responderam ter feito ou fazem Iniciação Científica.

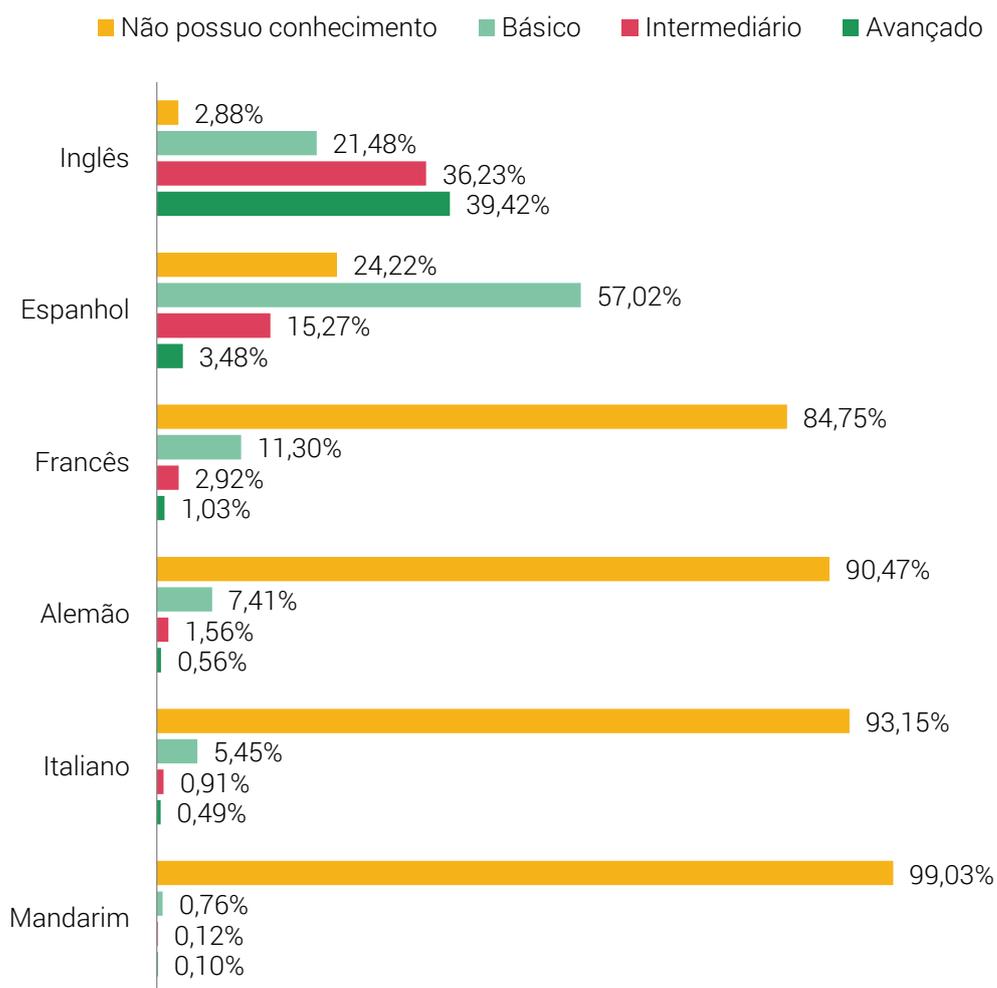
2.3.4 FLUÊNCIA EM IDIOMAS ESTRANGEIROS

Quanto aos idiomas que os empresários juniores e pós-juniores possuem fluência, observa-se que o Inglês é o idioma que possuem mais fluência, 39,42% possuem conhecimento avançado e 36,13% conhecimento intermediário.

O Espanhol apresentou maior incidência de respostas no nível de fluência básico, 57,02%, seguidos por 24,22% que responderam não ter fluência em tal idioma.

Os demais idiomas (Francês, Italiano, Alemão, Italiano e Mandarim) apresentaram maior incidência de respostas atribuídas na alternativa que diz não possuir conhecimento.

Gráfico 7 - Como você avalia sua fluência em idiomas



2.4 EXPERIÊNCIA EM INTERCÂMBIO

Através do gráfico 8, pode-se observar que 84,21% pretendem fazer intercâmbio, enquanto 15,79% não possuem essa pretensão de acordo com a pesquisa.

Gráfico 8 - Pretende fazer intercâmbio?

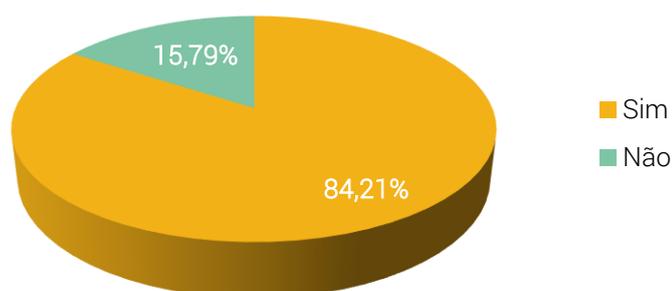
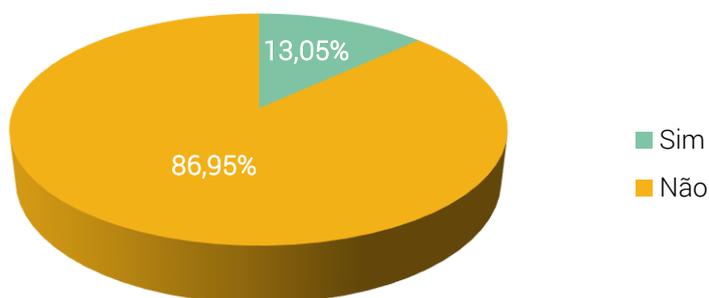


Gráfico 9 - Você já fez intercâmbio?

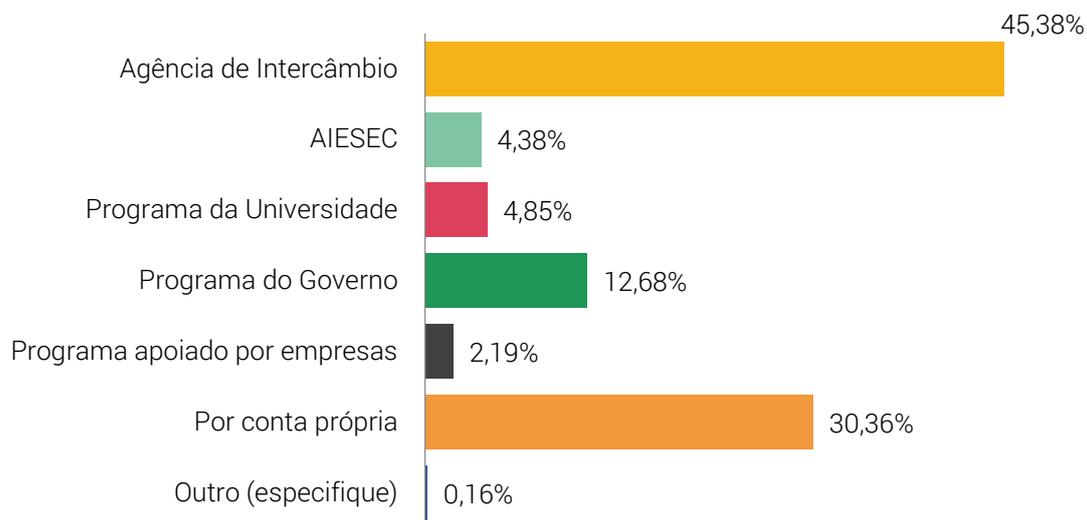


86,95% dos empresários juniores e pós-juniores não fizeram intercâmbio e 13,05% já fizeram. Entre os que responderam que já realizaram, temos que

27,47% foram para os Estados Unidos, 15,44% para o Canadá e 12,66% para a Inglaterra.

Os programas de intercâmbio por meio do qual os empresários juniores realizaram intercâmbio foram Agências de Intercâmbio, 45,38%, 30,36% realizaram por conta própria e 12,68% realizaram intercâmbio através de algum Programa do Governo.

Gráfico 10 - Por meio de qual(is) programa(s) de intercâmbio você participou



2.5 TRABALHO VOLUNTÁRIO

Gráfico 11 - Trabalho(s) voluntário(s) que você faz ou já fez parte



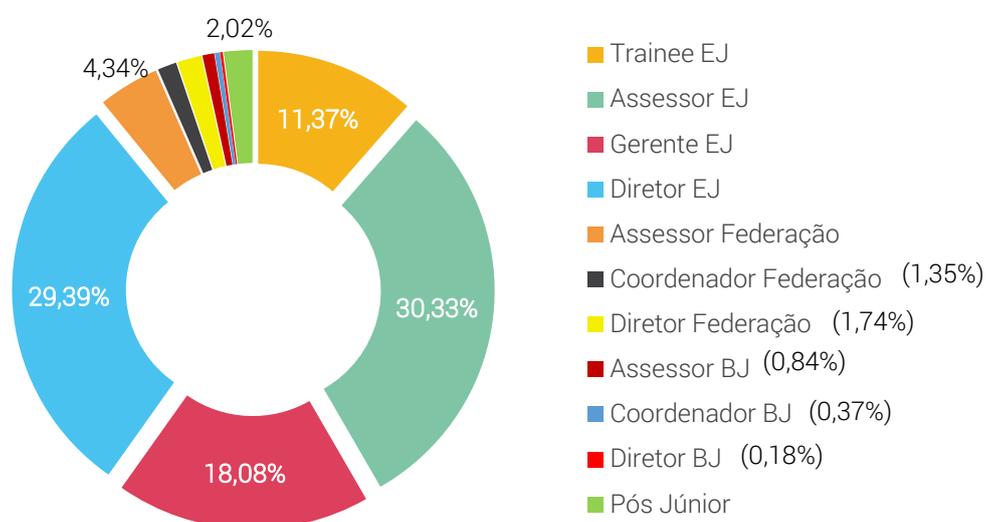
33,78% dos participantes da pesquisa responderam nunca ter realizado trabalho(s) voluntário(s). Entre os que responderam ter realizado trabalho(s) voluntário(s), 23,45% disseram ter realizado Consultoria social para Organização do Terceiro setor, enquanto 14,42% afirmaram ter realizado Campanhas de doações.

2.6 MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR

Em relação ao Movimento Empresa Júnior foram realizadas perguntas com a finalidade de entender o comportamento e conhecer melhor as pessoas que estão ou estiveram inseridos nele.

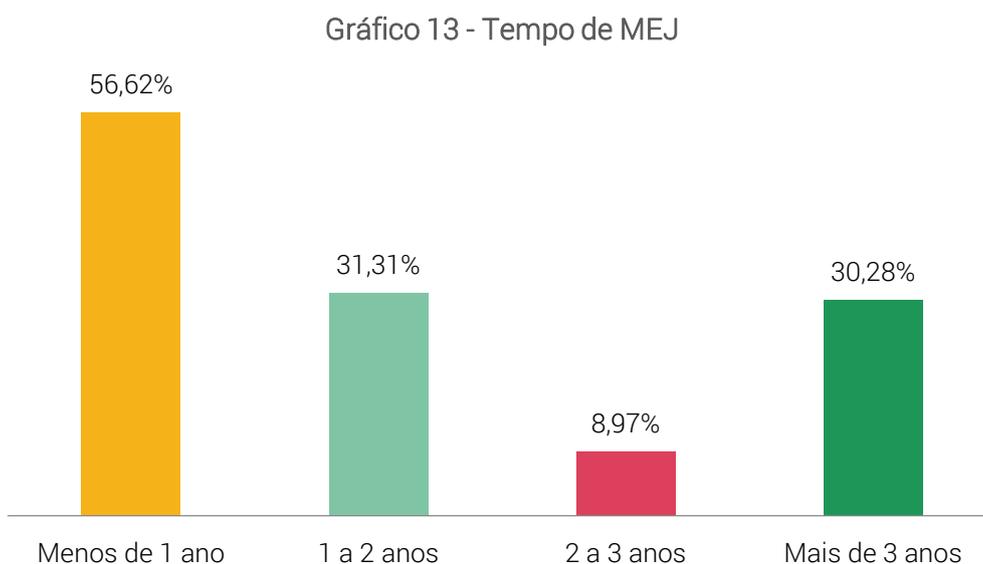
2.6.1 CARGO OCUPADO NO MEJ

Gráfico 12 - Quais cargos ocupados atualmente no MEJ



O gráfico 12 corresponde ao cargo ocupado no Movimento Empresa Júnior. De acordo com os dados abaixo, nota-se que o maior número de respostas são empresários juniores que ocupam cargos como Assessores (30,33%) e Diretores (29,39%) das EJs, seguidos por Gerentes, que correspondem a 18,08%. O número de pós-juniores foi igual a 2,02%. Tais respostas não consideram os pós-juniores que ocupam cargos em Federações e/ou Confederação.

2.6.2 TEMPO DE MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR

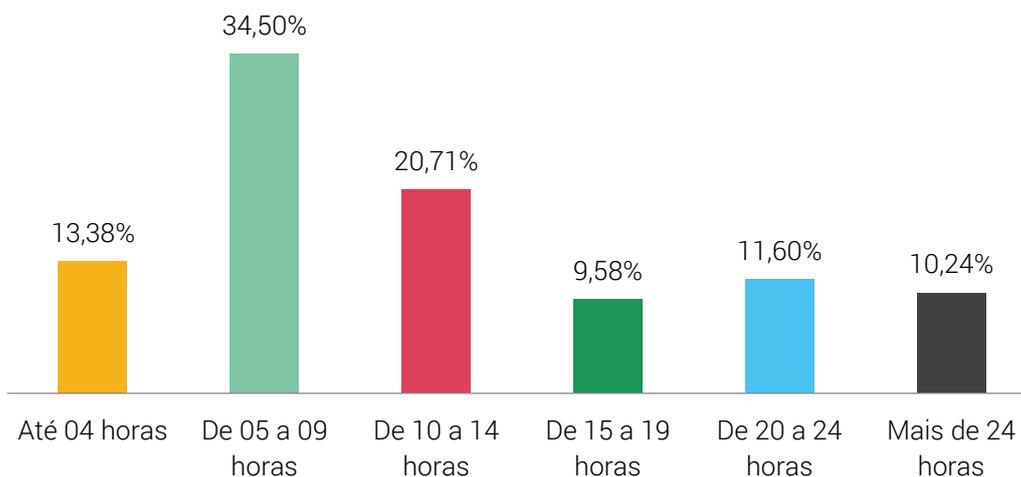


Em relação ao tempo de MEJ, o gráfico acima mostra que 56,62% afirmaram ter menos de um ano de MEJ, seguidos por 31,31% que possuem de 1 a 2 anos e 30,28% que tem mais de 3 anos de Movimento Empresa Júnior.

2.6.3 DEDICAÇÃO SEMANAL

O gráfico 14 mostra o tempo despendido pelos empresários juniores e pós - juniores em suas EJs. Pode - se perceber que a opção com maior número de respostas, com 34,50% foi de 05 a 09 horas, seguida por 10 a 14 horas (20,71%) e 13,38% que responderam se dedicar até 04 horas semanalmente em suas EJs.

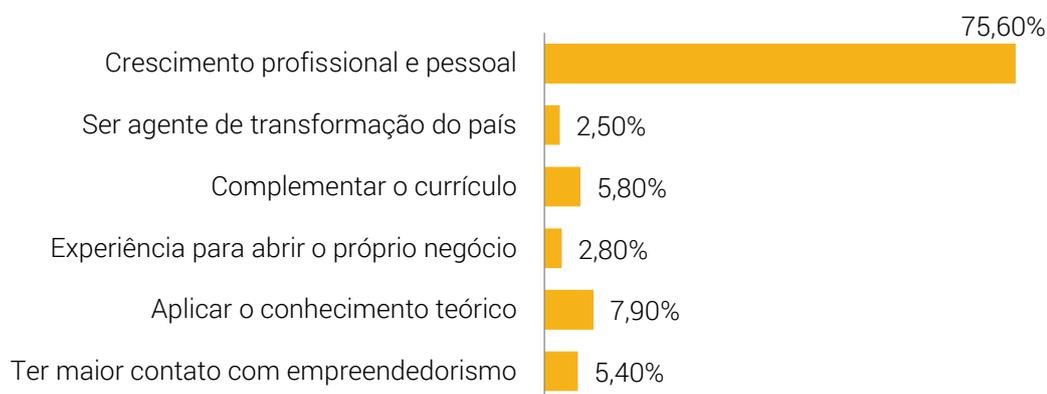
Gráfico 14 - Qual é/era o tempo despendido semanalmente à Empresa Júnior



2.6.4 MOTIVAÇÃO

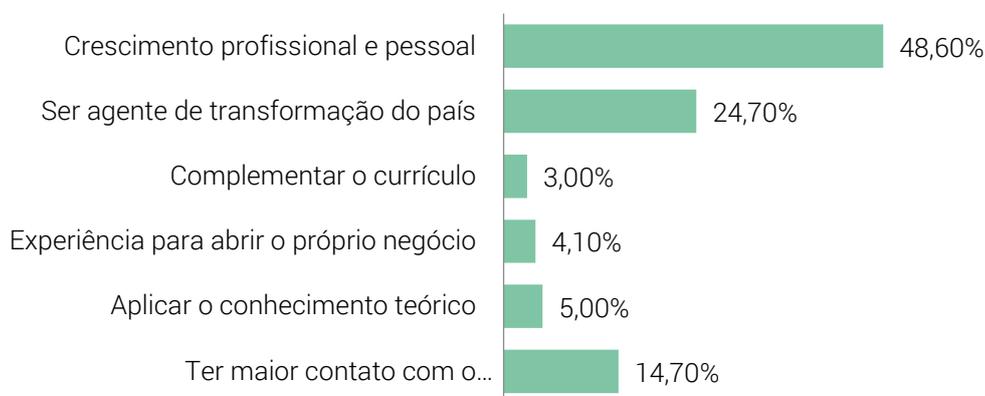
Em relação ao principal motivo de inserção das pessoas no Movimento Empresa Júnior, 75,60% respondeu ser devido ao crescimento profissional e pessoal, seguidos pelo fato do MEJ ser uma oportunidade em aplicar o conhecimento teórico (7,90%).

Gráfico 15 - Qual foi o principal motivo para entrar no Movimento Empresa Júnior



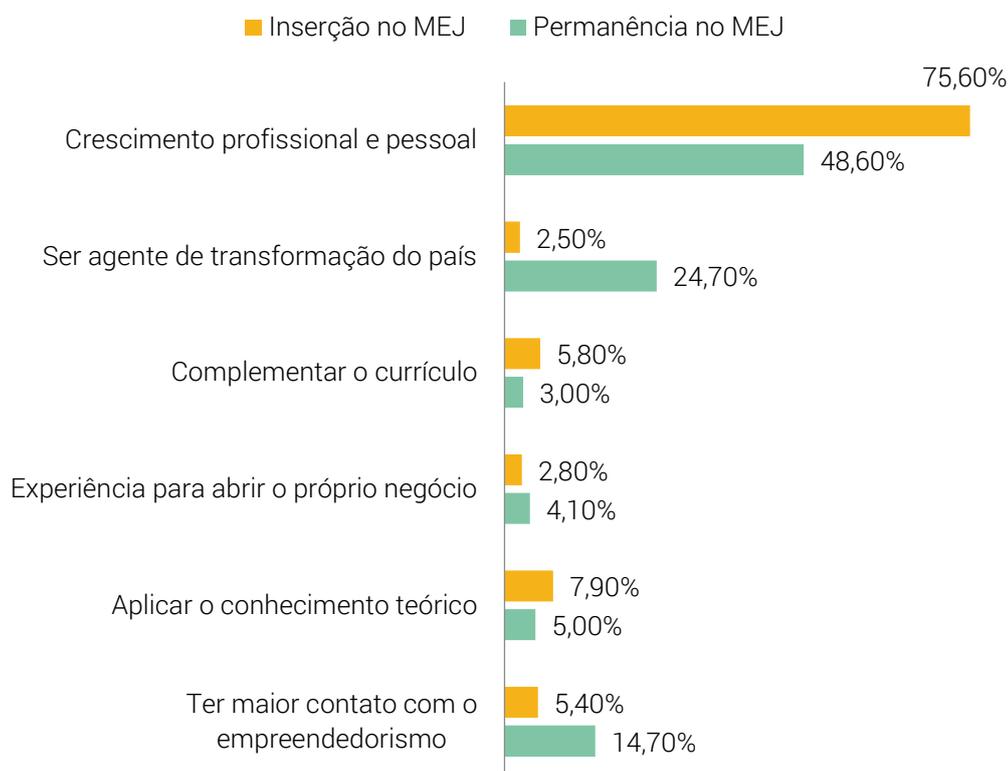
Quanto ao principal motivo de permanência dos respondentes no Movimento Empresa Júnior, o crescimento profissional e pessoal teve o maior número de respostas, 48,60%, seguido pela alternativa que afirma que o Movimento Empresa Júnior é um agente de transformação do país, 24,70%.

Gráfico 16 - Qual foi o principal motivo para continuar fazendo parte do Movimento Empresa Júnior



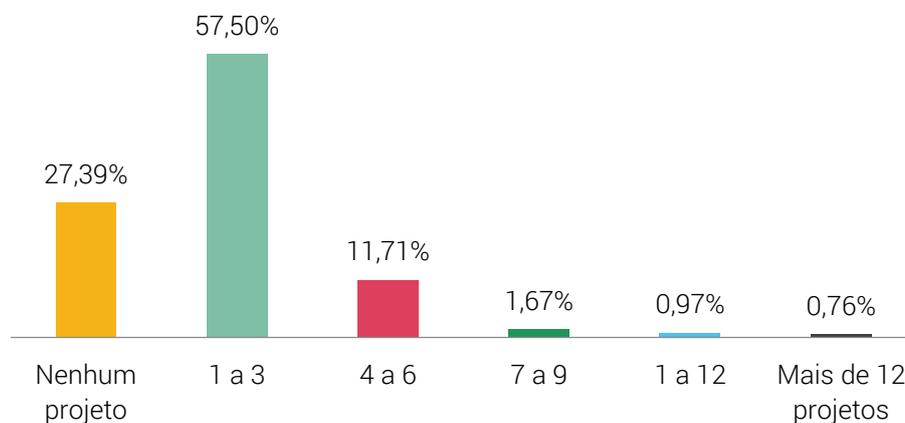
O gráfico 17 mostra um cruzamento entre o motivo de inserção e o de permanência no Movimento Empresa Júnior. O Crescimento profissional e pessoal é principal motivo de inserção e permanência dos empresários juniores no MEJ. Motivos como “Ser agente de transformação do país” e “Ter maior contato com o empreendedorismo” são motivos que demonstraram crescimento de respostas de uma questão para a outra. “Aplicar o Conhecimento teórico” e “Complementar o currículo” foram motivos que tiveram diminuição de respostas de uma questão para outra.

Gráfico 17 - Principal motivo para inserção no MEJ x principal motivo para continuar no MEJ



2.6.5 PROJETOS EXTERNOS

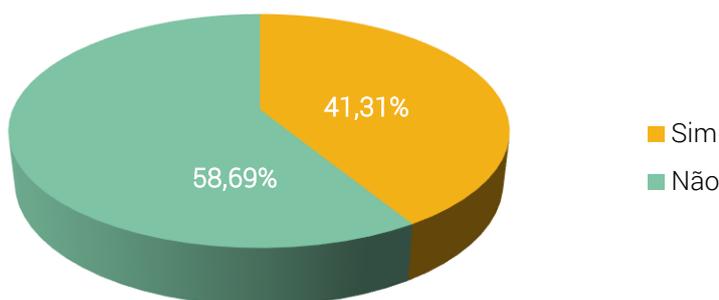
Gráfico 18 - Quantos projetos externos você realizou



Em relação ao principal motivo de inserção das pessoas no Movimento Empresa Júnior, 75,60% respondeu ser devido ao crescimento profissional e pessoal, seguidos pelo fato do MEJ ser uma oportunidade em aplicar o conhecimento teórico (7,90%).

2.6.6 CONHECIMENTO DO PE EM REDE

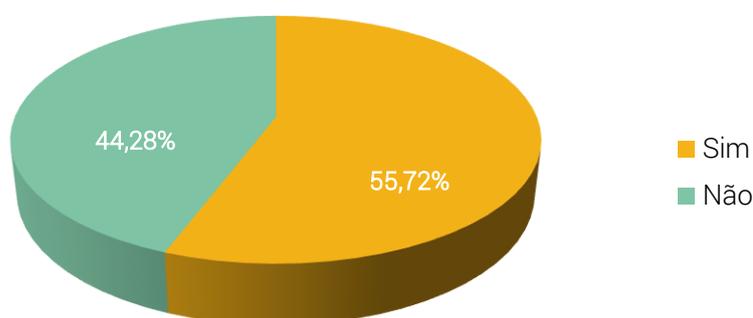
Gráfico 19 - Conhecimento do PE em Rede



O Identities 2014 perguntou se os empresários juniores e pós-juniores conhecem o Planejamento Estratégico em Rede. 58,69% afirmaram não conhecer o PE em Rede, enquanto 41,31% disseram conhecer.

2.6.7 INICIATIVAS DA BRASIL JÚNIOR

Gráfico 20 - Contato com alguma iniciativa da Brasil Júnior



55,72% dos respondentes afirmaram ter tido contato com alguma iniciativa da Confederação, enquanto 44,28% responderam que não.

2.6.7.1 CONHECIMENTO

Ao analisar o conhecimento dos empresários juniores e pós-juniores em relação ao Benchmarking e Workshops, a maior parte das respostas afirmou ter pouco conhecimento sobre tal iniciativa, 28,44% das respostas, seguidos por 25,95% que responderam não conhecer este programa. A menor incidência das respostas concentrou-se na alternativa que se refere a ter muito conhecimento (8,53%).

O Censo & Identidade apresentou maior número de respostas na alternativa que diz que os respondentes possui pouco conhecimento em relação a essa iniciativa (29,34%), seguidos por 23,09% que responderam não conhecer o C&I. Apenas 11% disseram ter muito conhecimento em relação a essa iniciativa.

A maioria dos empresários juniores e pós-juniores que responderam a pesquisa afirmaram não conhecer esta iniciativa, seguido por 24,83% que disseram ter pouco conhecimento. Apenas 3,64% disseram ter muito conhecimento em relação às Escolas Empreendedoras.

O Encontro Nacional de Empresas Juniores se apresentou como a iniciativa da Brasil Júnior que os respondentes possuem maior conhecimento, 32,17% das respostas, seguido por 27,59% que atribuíram nota 3 ao grau de conhecimento de tal iniciativa. Apenas 6,03% disseram não conhecer o ENEJ.

O Programa de Embaixador BJ teve 41,66% de respostas que disseram não conhecer tal iniciativa. Seguido por 22,82% que responderam ter pouco conhecimento. 6,18% responderam conhecer muito o programa de embaixador da Brasil Júnior.

De acordo com os questionários respondidos, o projeto de Lei não é conhecido por 48,95% dos respondentes, seguido por 19,40% que afirmaram conhecer pouco esta iniciativa. 5,83% responderam conhecer muito o Projeto de Lei.

O Prêmio de Cultura Empreendedora não é conhecido por 44,75% dos empresários juniores e pós-juniores que responderam a pesquisa, seguido por 23,41% que mostraram ter pouco conhecimento em relação à essa iniciativa.

O Panorama Jr. foi a iniciativa em que, segundo os questionários respondidos, mostrou maior desconhecimento, 65,67% responderam não conhecer esta iniciativa. Apenas 2,37% responderam conhecer muito o Panorama Jr.

33,09% disseram não conhecer o Programa de Excelência em Gestão, enquanto 18,78% disseram ter pouco conhecimento de tal iniciativa. 17,52% atribuíram grau de conhecimento igual a 3 e 16,06% afirmaram ter muito conhecimento em relação ao PEG EJs.

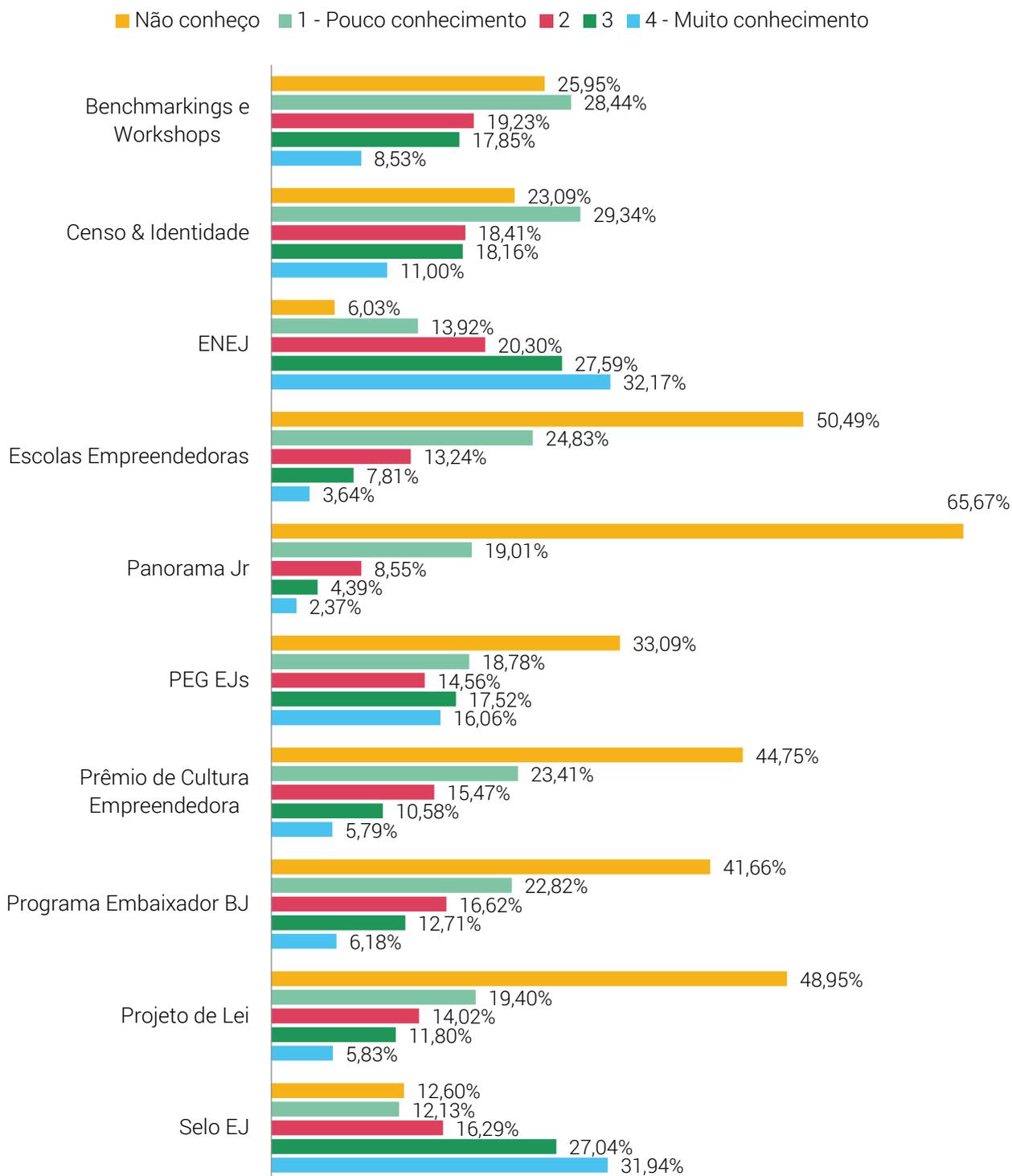
O Selo EJ é muito conhecido por 31,94% dos respondentes, seguido por 27,04% que atribuíram grau 3 de conhecimento em relação ao selo EJ.

Foi avaliada também a satisfação dos empresários juniores e pós-juniores em relação a essas mesmas iniciativas de acordo com grau de

satisfação de 1 a 4, sendo que 1 significa que estão pouco satisfeitos e 4 muitos satisfeitos.

No gráfico abaixo podemos observar o grau de conhecimento dos respondentes em relação a algumas iniciativas da Brasil Júnior.

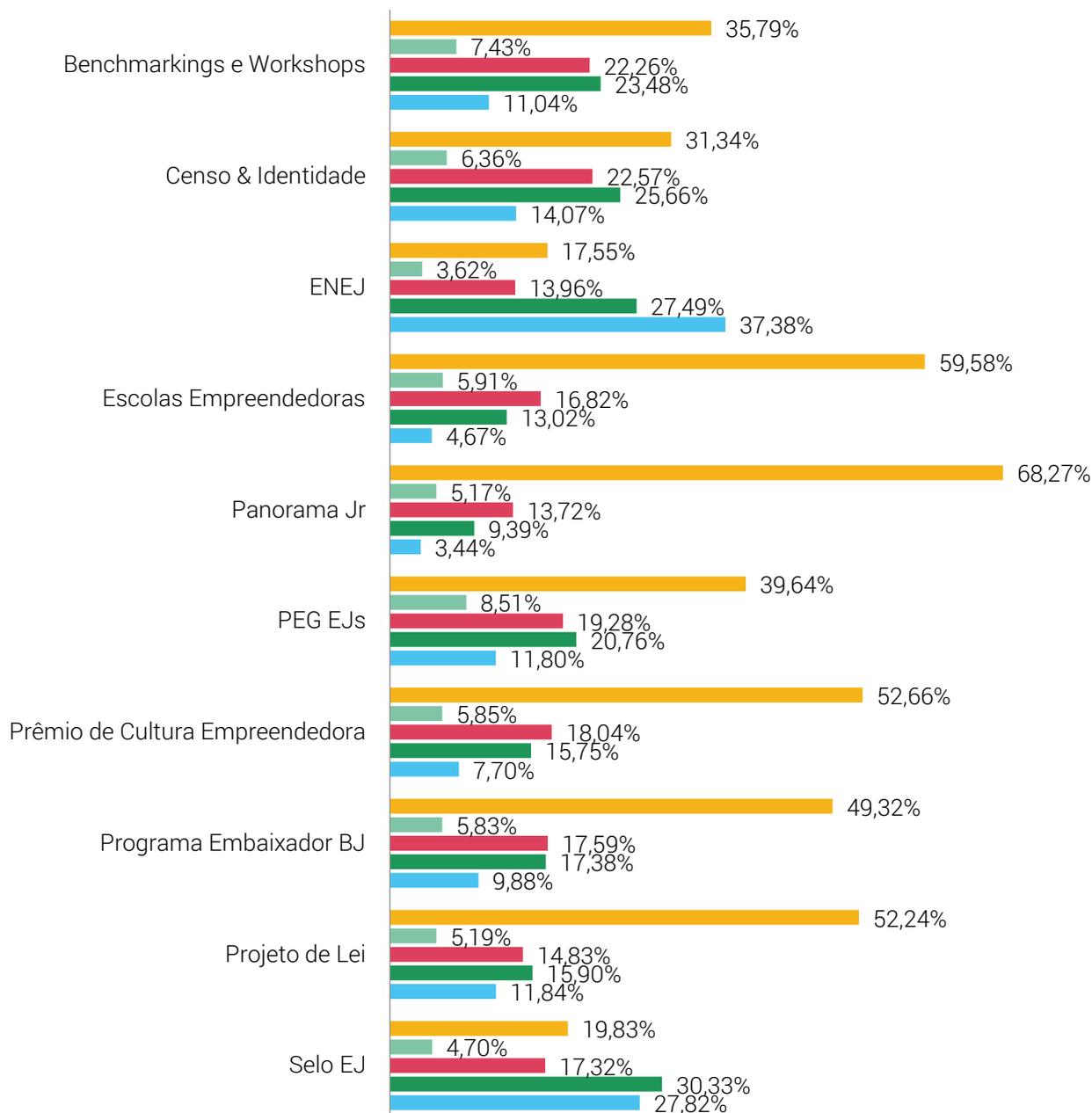
Gráfico 21 - O quanto você acredita conhecer as atividades da Brasil Júnior



2.6.7.2 SATISFAÇÃO

Gráfico 22 - Julgue as atividades da Brasil Júnior de acordo com a sua satisfação

■ Não conheço ■ 1 - Pouco satisfeito ■ 2 ■ 3 ■ 4 - Muito satisfeito



Analisando a iniciativa Benchmarking e Workshops, 35,79% responderam não conhecer tal iniciativa e, portanto, não julgaram tal iniciativa de acordo com o seu grau de satisfação. 23,46% atribuíram grau de satisfação 3 e 22,26% satisfação 2. 11,04% responderam estar muito satisfeitos com o B&W.

Em relação ao Censo & Identidade, entre os que julgaram tal iniciativa de acordo com sua satisfação, 25,66% deram nota 3 em relação à sua satisfação e 22,57% nota 2. 14,07% responderam estar muito satisfeitos e 6,36% pouco insatisfeitos com o C&I.

Quanto ao Encontro Nacional de Empresas Juniores, 37,38% responderam estar muito satisfeitos e 27,49% mostraram ter grau de satisfação igual a 3.

Mais da metade dos participantes da pesquisa não julgaram o programa Escolas Empreendedoras por julgarem não ter o conhecimento necessário. 16,82% responderam com o nível de satisfação 2 enquanto 13,02% relacionaram tal iniciativa com uma satisfação igual a 3.

O Selo EJ apresentou 30,33% de satisfação atribuída ao grau 3 e 27,82% à satisfação máxima. 4,70% responderam estar pouco satisfeitos com tal iniciativa.

Já o Panorama Jr. teve maior incidência de respostas associadas à falta de conhecimento necessário para considerar o quanto estão satisfeitos. Seguidos por 13,72% que responderam grau de satisfação igual a 2. O menor índice de satisfação teve 5,17% das respostas.

O PEG EJs teve 20,76% das respostas relacionadas à satisfação igual a 3 e 19,28% atribuíram nota. 11,80% demonstraram por meio da pesquisa, estarem muito satisfeitos e 8,51% disseram estar pouco satisfeitos com o PEG EJs.

O Projeto de Lei teve 15,90% das respostas no grau de satisfação igual 3 e 14,83% atribuíram nota 2. 11,84% responderam estar muito satisfeitos com essa iniciativa.

49,32% das respostas não julgaram o Programa Embaixador BJ de acordo com o nível de satisfação por julgarem que não possuem o conhecimento necessário. Por outro lado, no grau de satisfação igual a 2 e 3,

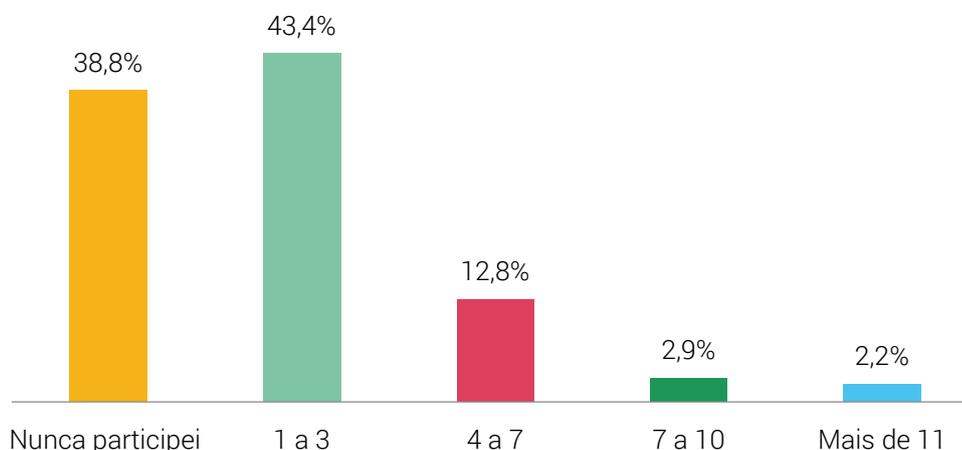
tiveram 17,59% e 17,38% das respostas respectivamente. 9,88% afirmaram estar muito satisfeitos.

18,04% dos empresários juniores e pós-juniores atribuíram grau de satisfação 2 ao Prêmio de Cultura Empreendedora e 15,75% relacionaram tal iniciativa ao grau 3 de satisfação. O número de respondentes que estão totalmente satisfeitos é de 7,70%. 5,85% mostraram estar pouco satisfeitos.

O Selo EJ teve maior incidência de respostas relacionado ao grau de satisfação igual a 3, enquanto 27,82% responderam estar muito satisfeitos com o Selo EJ.

2.6.8 PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS

Gráfico 23 - Quantidade de eventos do MEJ que participou

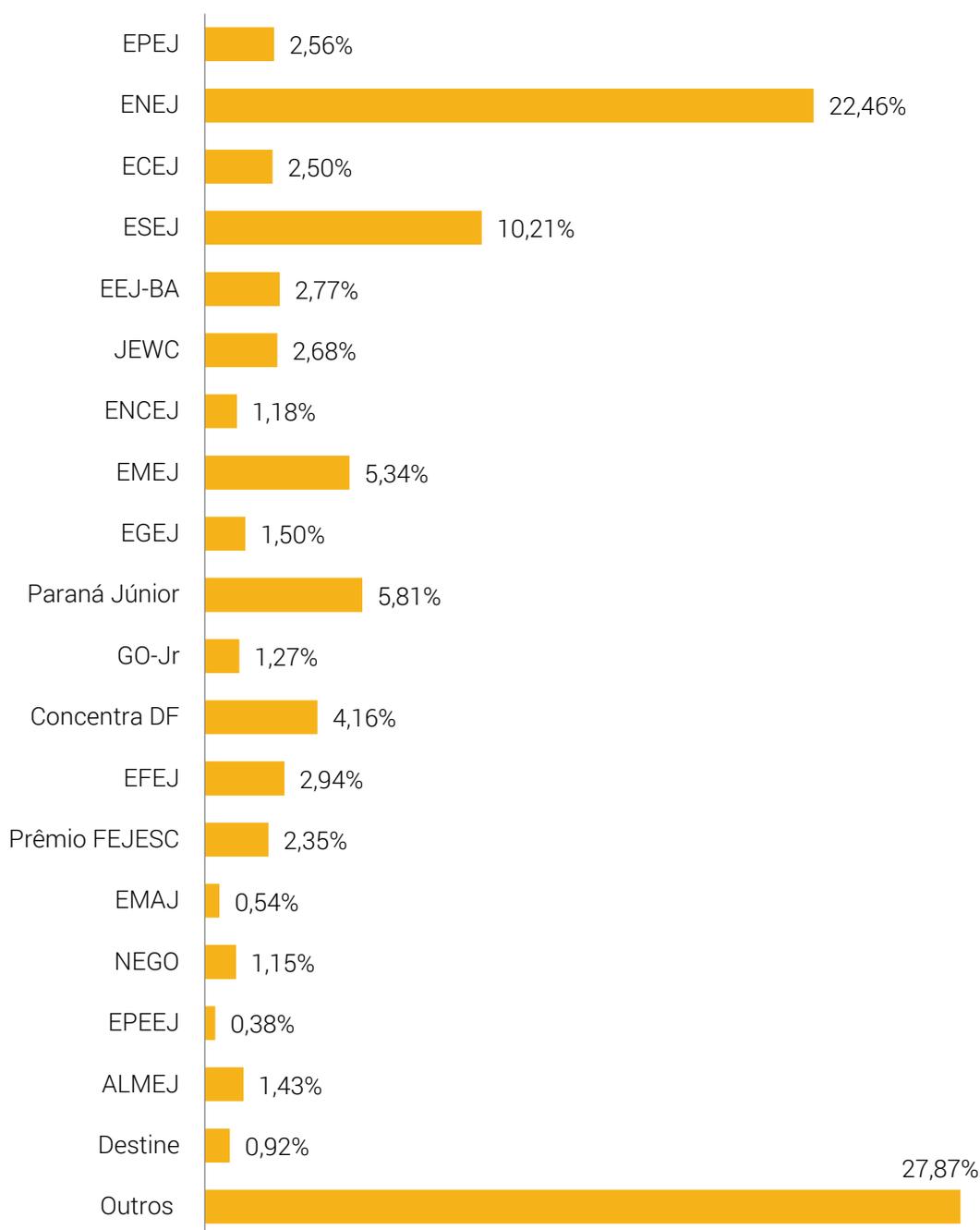


Perguntamos para os empresários juniores e pós-juniores quantos eventos do Movimento Empresa Júnior já compareceram. De acordo com o gráfico 23, 43,39% responderam ter participado entre 1 a 3 eventos do MEJ, seguido por 38,76% que disseram nunca ter participado.

Dentre os que já participaram de algum evento (61,2%), foram apontados quais eventos foram esses. 27,87% responderam ter participado de eventos locais, realizados por outras EJs ou pela sua Federação, 22,46%

responderam ter participado do ENEJ e 10,21% terem participado do Encontro Sulista de Empresas Juniores (ESEJ).

Gráfico 24 – Quais eventos do MEJ que participou



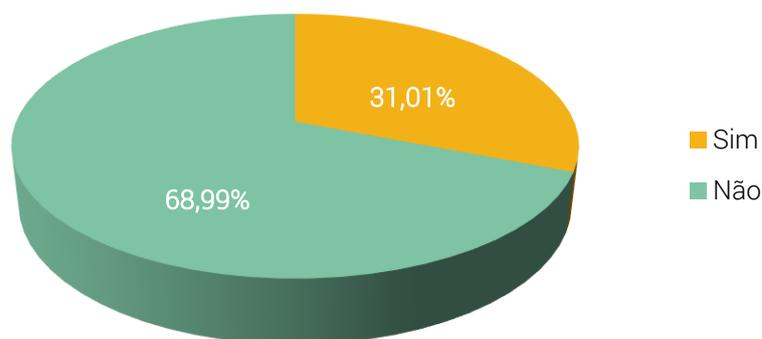
2.6.9 ENCONTRO NACIONAL DE EMPRESAS JUNIORES

De modo a avaliar o Encontro Nacional de Empresas Júniores realizado em 2014 foi perguntado quantos compareceram no evento e a influência do ENEJ no entendimento do empresário júnior sobre as questões do Movimento Empresa Júnior e na motivação com o trabalho dentro do movimento.

2.6.9.1 PARTICIPAÇÃO

Considerando o gráfico 25, 68,99% não compareceram no evento, enquanto 31,01% dos respondentes foram no ENEJ 2014.

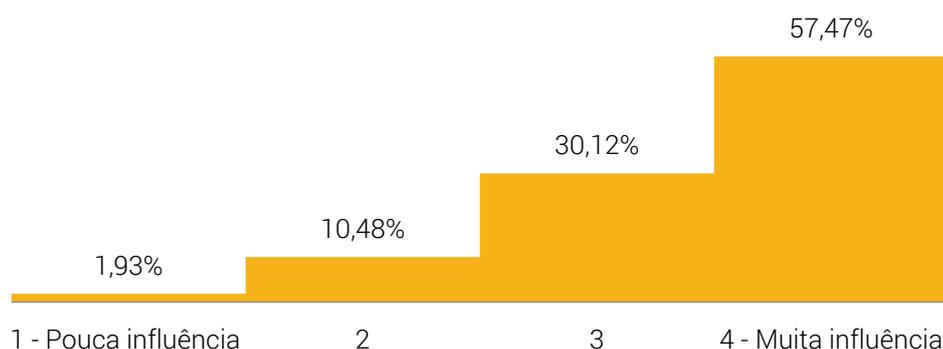
Gráfico 25 - Participação no ENEJ 2014



2.6.9.2 INFLUÊNCIA

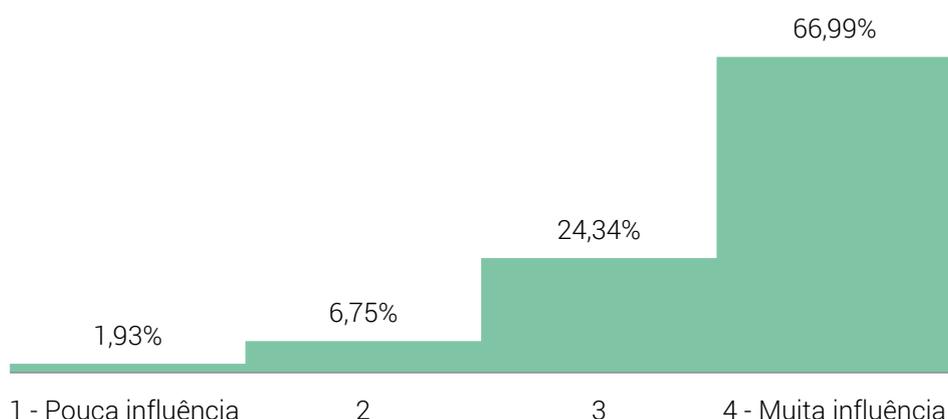
Dentre os respondentes que compareceram no evento, 57,47% disseram que o ENEJ 2014 influenciou muito o seu entendimento sobre as questões do Movimento Empresa Júnior.

Gráfico 26 - O quanto o ENEJ 2014 influenciou em seu entendimento sobre as questões do Movimento Empresa Júnior



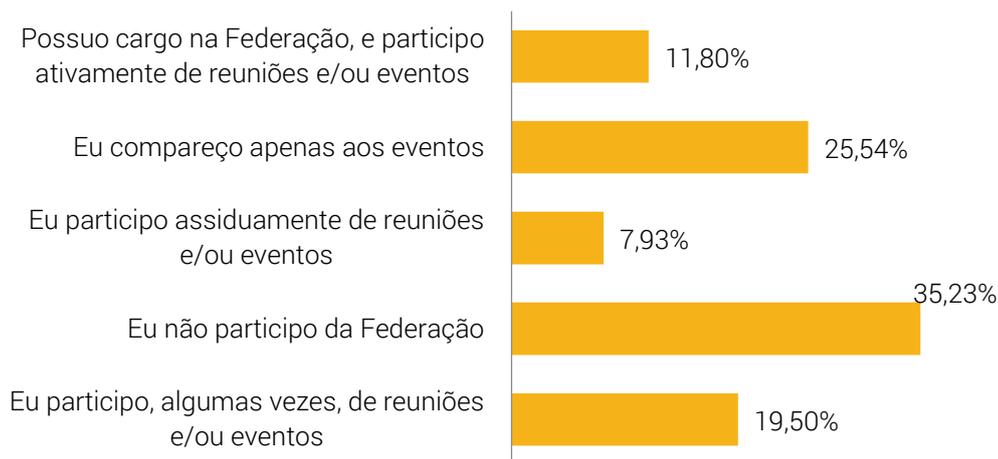
Ao serem questionados o quanto o evento influenciou na motivação com o trabalho no MEJ, 66,99% disseram ter exercido muita influência e 24,3% atribuiu nota 3.

Gráfico 27 - O quanto o ENEJ 2014 influenciou em sua motivação com o trabalho no Movimento Empresa Júnior



2.6.10 PARTICIPAÇÃO EM FEDERAÇÕES

Gráfico 28 - Participação ativa em sua Federação



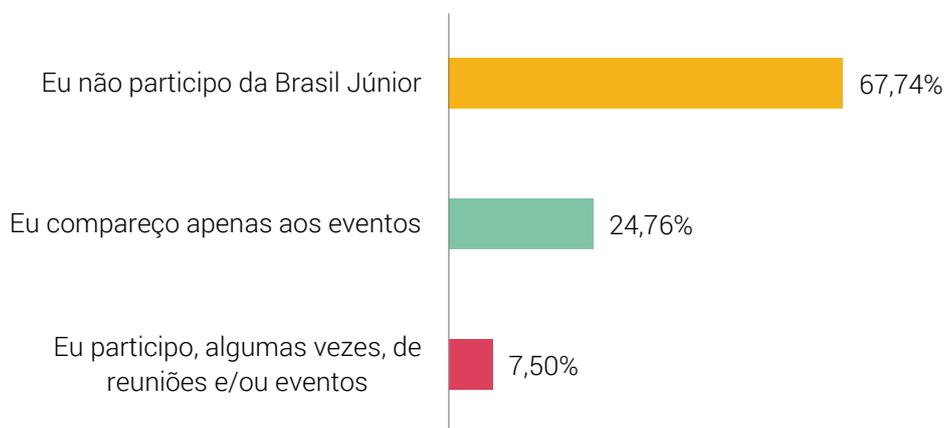
Percebe-se que o maior número de respostas, 35,23%, corresponde a empresários juniores e pós-juniores que disseram não possuir participação em suas respectivas Federações, seguidos por 25,54% que responderam

comparecer apenas aos eventos e 19,50% que disseram participar, algumas vezes, de reuniões e/ou eventos. A alternativa que obteve menor índice de respostas, com 7,93%, corresponde à participação assídua em reuniões e/ou eventos.

2.6.11 PARTICIPAÇÃO NA CONFEDERAÇÃO

Quanto à participação ativa na Brasil Júnior, 67,74% dos empresários juniores e pós-juniores alegaram não participar ativamente da Confederação, enquanto 24,76% disseram participar de eventos e 7,50% participaram algumas vezes de reuniões e/ou eventos.

Gráfico 29 - Participação ativa na Brasil Júnior

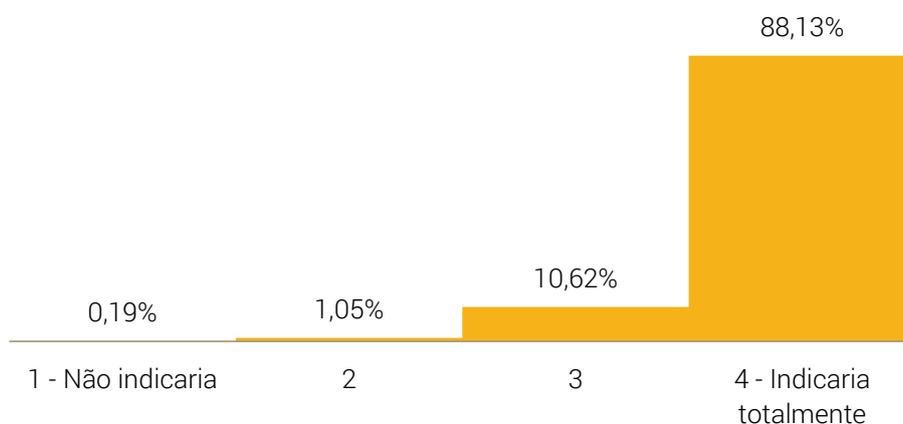


2.6.12 INDICAR O MEJ PARA UM ALUNO

Perguntamos para os empresários juniores e pós-juniores o quanto eles indicariam o MEJ para um aluno e uma EJ para alguém que precisasse de algum tipo de serviço. De acordo com o gráfico 46, 88,13% dos participantes da

pesquisa indicariam totalmente o Movimento Empresa Júnior para um aluno. 10,62% atribuíram nota 3.

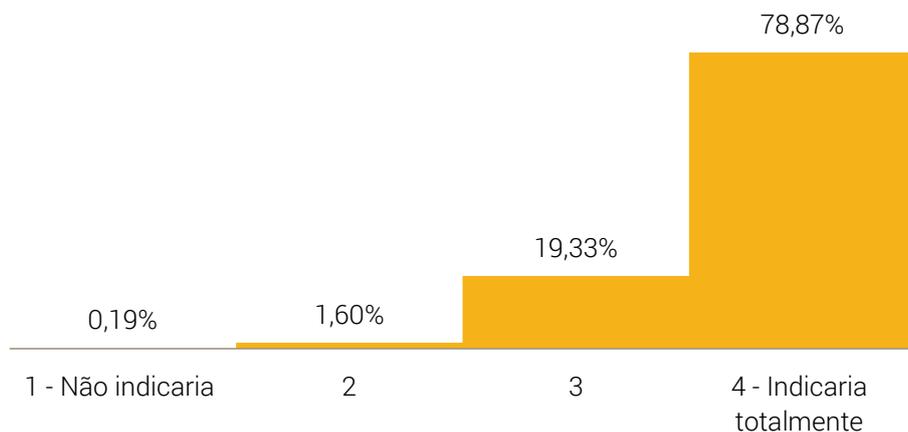
Gráfico 30 - Quanto indicaria um aluno para fazer parte do Movimento Empresa Júnior



2.6.13 INDICAR UMA EJ PARA UM CLIENTE

A pesquisa coletou a porcentagem de empresários juniores e pós-juniores que indicariam um serviço realizado por uma Empresa Júnior para uma pessoa que precisasse de algum tipo de serviço. Observa-se que 78,87% indicaria totalmente um serviço realizado por uma EJ, seguido por 19,33% que atribuíram nota 3 e 1,60% nota 2.

Gráfico 31 - Quanto indicaria uma pessoa para realizar um serviço com uma EJ

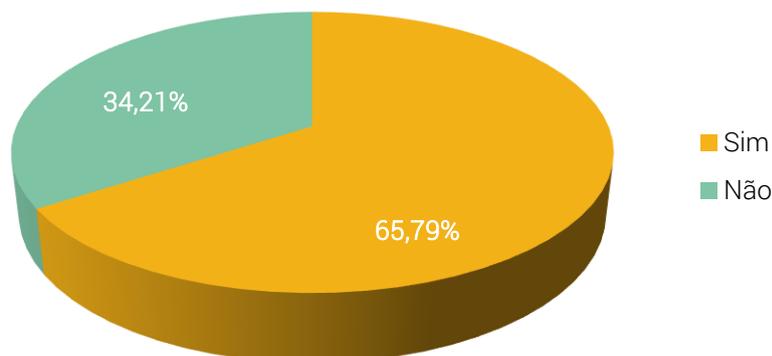


2.7 COMUNICAÇÃO

2.7.1 ACESSO ÀS MÍDIAS SOCIAIS

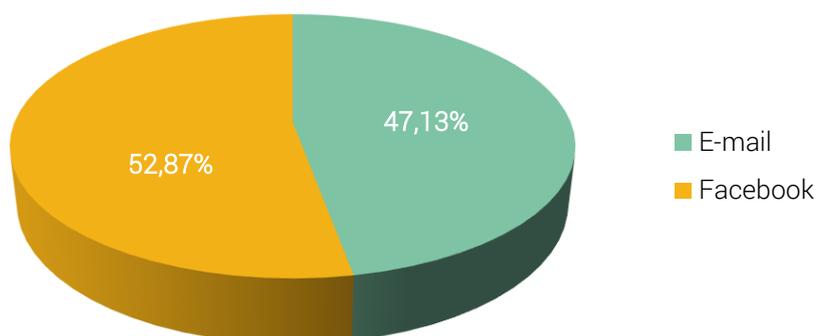
Em relação às mídias sociais da Brasil Júnior, 65,79% responderam ter acesso a tais mídias, enquanto 34,21% responderam que não.

Gráfico 32 - Acesso às mídias sociais da Brasil Júnior



2.7.2 RECEBIMENTO DE INFORMAÇÕES

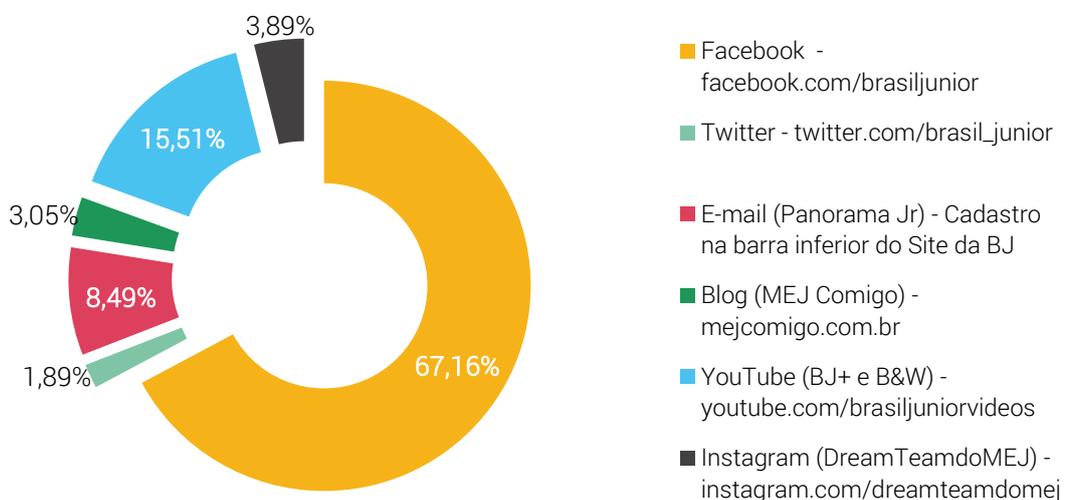
Gráfico 33 - Através de qual meio de comunicação você acha mais adequado receber informações sobre a Brasil Júnior



Segundo a pesquisa, 52,87% responderam que o Facebook é o meio de comunicação mais adequado para receber informações sobre a Confederação, enquanto 47,13% acham que o E-mail é o meio de comunicação mais adequado para receber essas informações.

2.7.3 MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Gráfico 34 - Quais meios de comunicação da Brasil Júnior você acompanha



Considerando os meios de comunicação que a Brasil Júnior possui, foi perguntado para os empresários juniores e pós-juniores quais desses meios de comunicação eles acompanham. De acordo com o gráfico 34, o Facebook é meio mais acompanhado (67,16%), seguido pelo Youtube (15,51%) e o E-mail, 8,49% das respostas. O meio de comunicação menos acompanhado é o Twitter, 1,89% e o Blog, 3,05% das respostas válidas.

2.8 EMPREENDEDORISMO

2.8.1 PERFIL EMPREENDEDOR

Os empresários juniores e pós-juniores que responderam o Identidade julgaram algumas afirmativas relacionadas ao seu perfil empreendedor, de acordo com o grau de concordância: Discordo totalmente, Discordo em partes, Concordo em partes e Concordo totalmente.

No gráfico 35, os participantes julgaram o quanto acreditam conseguir empreender em uma grande empresa. Em relação a essa afirmativa, 44,79% concordaram totalmente e 43,83% concordaram parcialmente.

42,88% responderam concordar em partes em acreditar que conseguiriam empreender no setor público. 27,69% concordaram totalmente e 23,13% discordaram parcialmente.

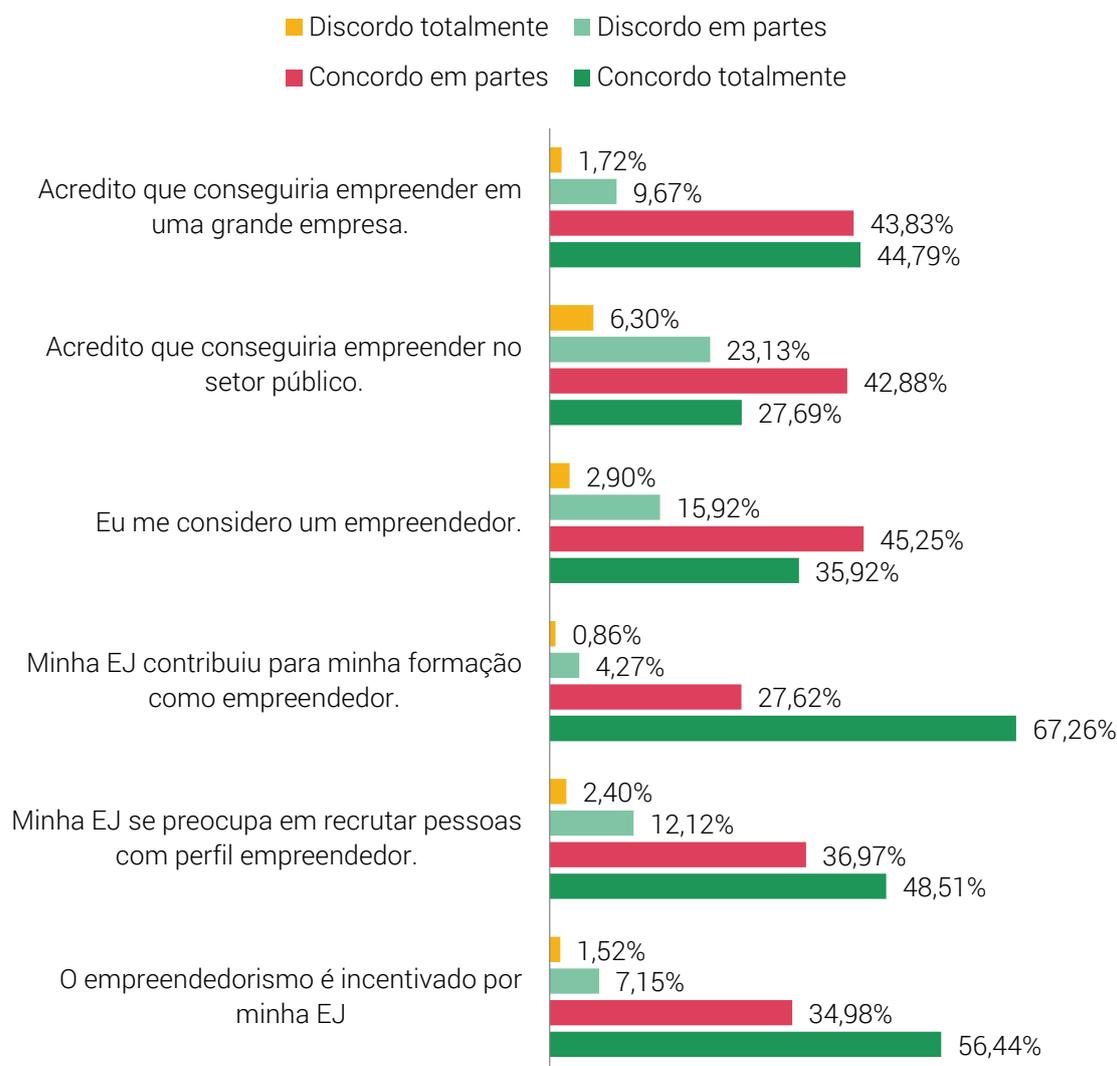
45,25% concordaram parcialmente ao se considerarem um empreendedor, enquanto 35,92% concordaram totalmente. 15,92% discordaram em partes em relação a essa afirmativa.

Considerando a contribuição da Empresa Júnior na formação de empreendedores, 67,26% concordaram totalmente em relação a tal contribuição e 27,62% concordaram em partes.

Quanto ao recrutamento de pessoas com o perfil empreendedor por parte das EJs, 48,51% concordaram totalmente com tal afirmativa e 36,97% concordaram em partes.

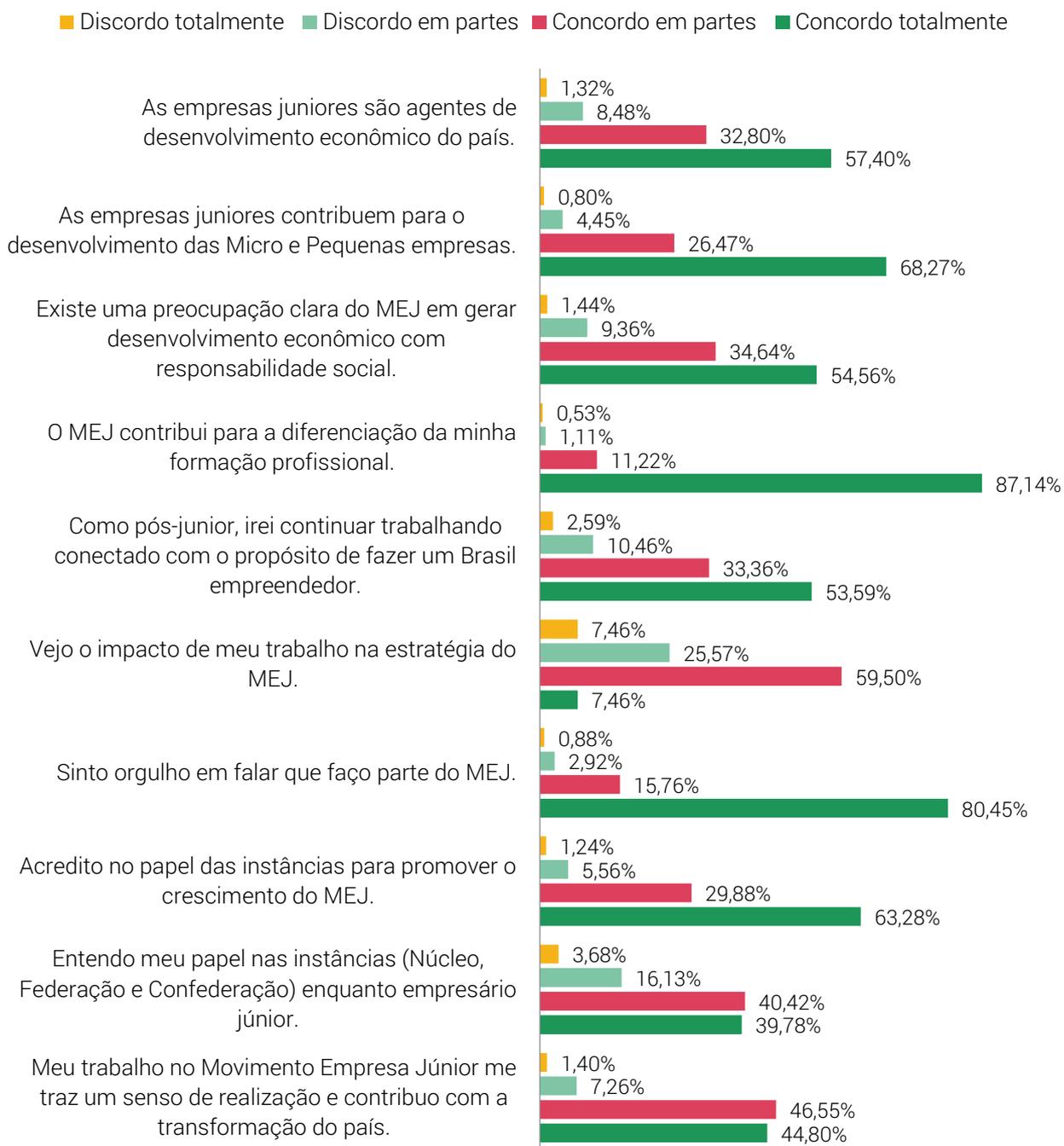
56,44% concordaram totalmente ao dizer que o empreendedorismo é incentivado pela EJ e 34,98% concordaram parcialmente.

Gráfico 35 - Julgue as afirmativas abaixo de acordo com o seu grau de concordância



2.8.2 IMPACTO DA EJ

Gráfico 36 - Julgue as afirmativas abaixo de acordo com o seu grau de concordância



Os empresários juniores julgaram de acordo com o grau de concordância que está no gráfico 36, algumas alternativas relacionadas ao impacto que suas Empresas Juniores desempenham como agentes de transformação e formação de pessoas.

A primeira afirmativa pertencente ao gráfico, diz respeito às Empresas Juniores serem agentes de desenvolvimento econômico do país, onde a maioria (57,40%) concordou totalmente e 32,80% atribuíram nota 3 a esta afirmativa.

Em relação às EJs contribuírem para o desenvolvimento das Micro e Pequenas empresas, 68,27% concordaram totalmente com tal afirmativa e 26,47 concordaram em partes.

54,56% concordaram totalmente com a afirmativa que diz que o MEJ se preocupa em gerar desenvolvimento econômico para o país juntamente com responsabilidade social, seguidos por 34,64% que julgaram com o grau de concordância igual a 3.

A sentença que afirma que o MEJ gera uma diferenciação profissional, obteve maior índice de concordância máxima, 87,14% das respostas e 11,22% concordam em partes.

53,59% concordaram totalmente com a afirmativa que diz que continuarão trabalhando para um país empreendedor mesmo como pós-juniores e 33,36% concordaram parcialmente.

A próxima afirmativa “Vejo o impacto do meu trabalho na estratégia do MEJ” obteve o menor índice de total concordância em relação às outras afirmativas, 7,46% concordaram totalmente, seguidos por 59,50% que concordaram em partes e 25,57% que discordaram parcialmente.

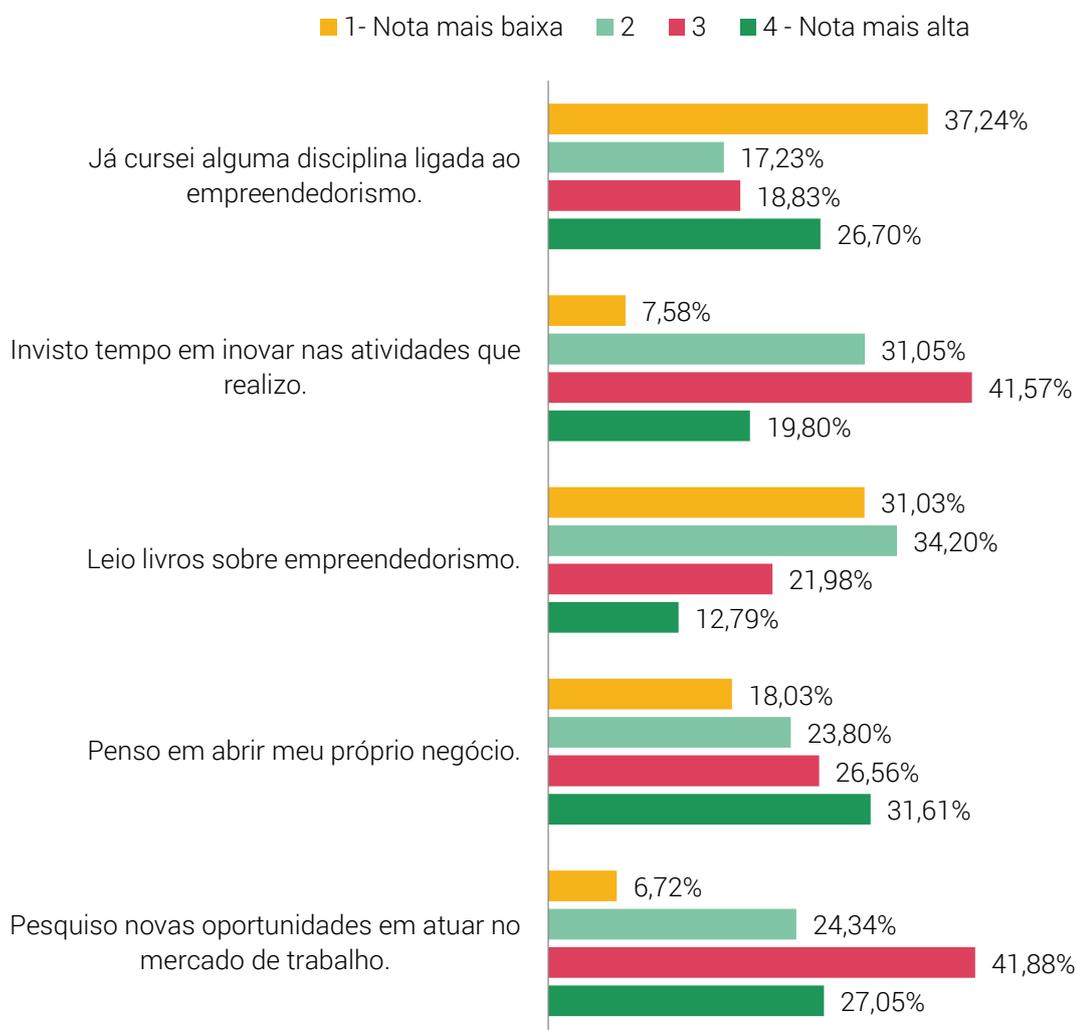
80,45% concordaram totalmente em dizer que sentem orgulho de fazer parte do Movimento Empresa Júnior e 15,76% concordaram em partes.

63,28% acreditam totalmente no trabalho das outras instâncias para o crescimento do MEJ e 29,88% concordaram em partes com esta afirmação. Quanto ao entendimento do papel do empresário júnior nos Núcleos, Federações e Confederações, 40,42% responderam concordar em partes e 39,78% concordaram totalmente.

Os participantes da pesquisa também julgaram o senso de realização que o trabalho no MEJ traz e a contribuição de tal trabalho para o desempenho do país. 46,55% dos empresários juniores e pós-juniores concordaram em partes com tal afirmação, enquanto 44,80% concordaram totalmente.

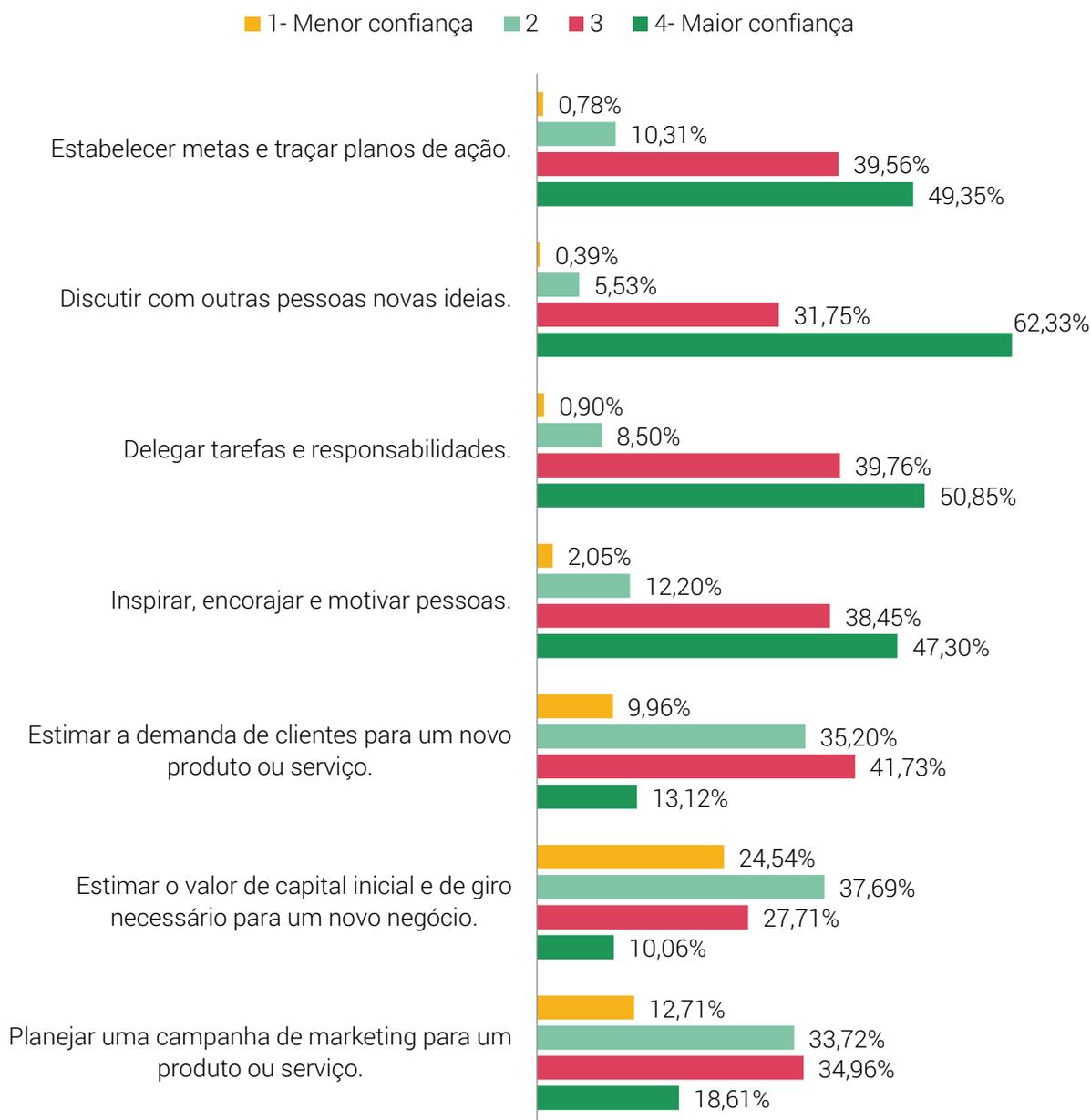
2.8.3 INTENÇÕES E ATITUDES EMPREENDEDORAS

Gráfico 37 - Julgue as afirmativas abaixo de acordo com suas intenções e atitudes empreendedoras



2.9 COMPETÊNCIA

Gráfico 38 - Julgue as atividades abaixo de acordo com o nível de confiança que você tem para realizá-las



Os empresários juniores e pós-juniores julgaram determinadas afirmativas de acordo com seu grau de confiança, em uma escala de 1 a 4, sendo que 1 significa pouca confiança e 4 maior confiança.

49,35% responderam ter confiança máxima estabelecer metas e traçar planos de ação, seguidos por 39,56% que atribuíram nota 3.

Quanto a discutir com outras pessoas novas ideias, 52,33% disseram sentir maior confiança em realizar tal atividade e 31,75% que possuem nível de confiança igual a 3.

50,85% sentem maior confiança em delegar tarefas e responsabilidades e 39,76% responderam ter confiança igual a 3 para realizar tal tarefa.

47,30% responderam ter muita confiança para inspirar, encorajar e motivar pessoas, enquanto 38,45% responderam ter confiança igual a 3.

Em relação a estimar a demanda de clientes para um novo produto e serviço, 41,73% disseram ter nível de confiança igual a 3 e 35,20% atribuíram nota 2.

37,69% responderam sentir confiança nível 2 para estimar o valor de capital inicial e capital de giro necessário para um novo negócio enquanto 27,71% atribuíram grau de confiança 3. 24,54% responderam ter pouca confiança para realiza tal estimativa.

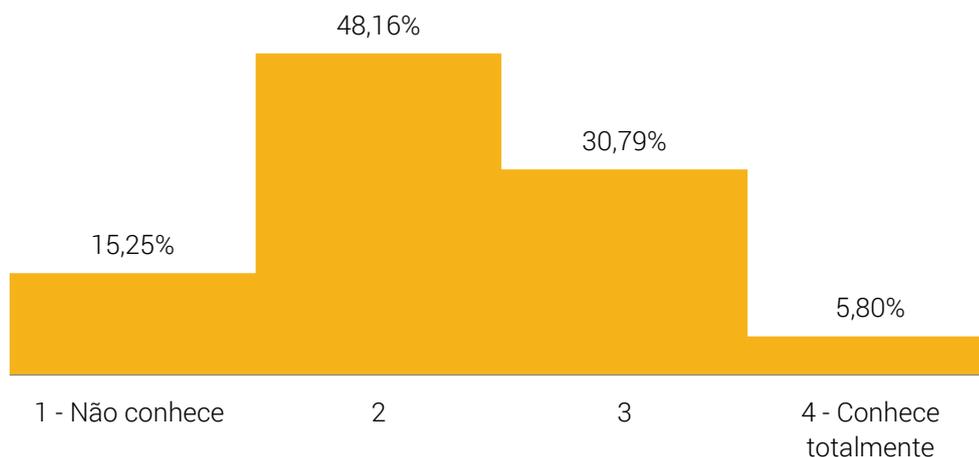
Para realizar um planejamento de marketing para um produto ou serviço, 34,96% dos empresários juniores e pós-juniores afirmaram ter maior nível de confiança para realizá-lo e 33,72% possuem confiança igual a 2 para elaborar esse planejamento.

2.10 ALINHAMENTO

2.10.1 CONHECIMENTO DO TRABALHO DESEMPENHADO NO MEJ

Foi perguntado também para os empresários juniores e pós-juniores sobre o conhecimento e apoio de suas famílias em relação ao trabalho desempenhado no Movimento Empresa Júnior.

Gráfico 39 - O quanto a sua família conhece o trabalho desempenhado por você no MEJ

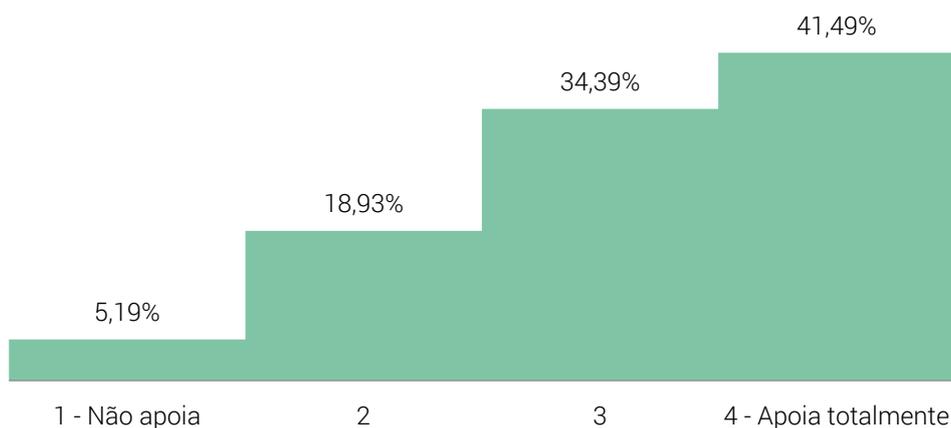


Observando o gráfico 39, a maior parte dos respondentes, 48,16% atribuíram grau de conhecimento 2 por parte das suas famílias em relação ao trabalho desempenhado por eles no Movimento Empresa Júnior, 30,79% julgaram tal conhecimento com grau 3 e, por fim, 15,25% afirmaram que suas famílias não conhecem o trabalho desempenhado por eles no MEJ.

2.10.2 APOIO AO TRABALHO DESEMPENHADO NO MEJ

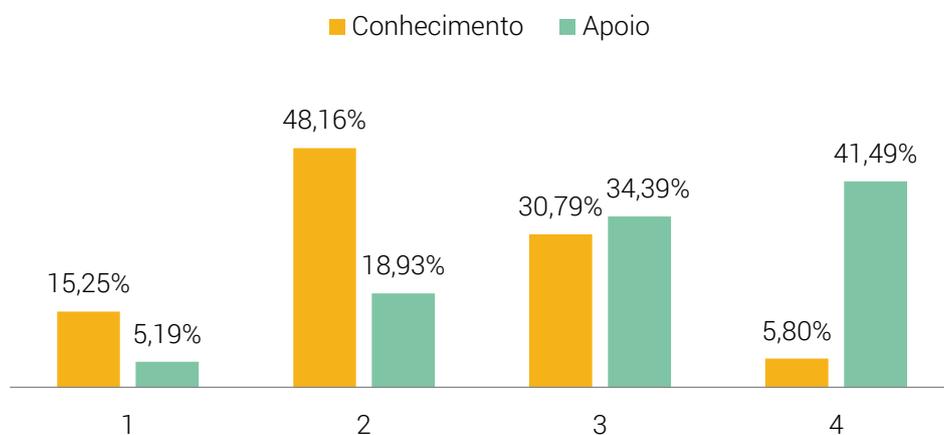
Ao perguntar sobre o apoio familiar em relação ao trabalho desempenhado no MEJ, a maior parte das respostas (41,49%) diz que a família apoia totalmente. 34,39% atribuíram nota 3 ao apoio recebido por seus familiares. 5,19% responderam que sua família não apoia o trabalho desempenhado por eles no MEJ.

Gráfico 40 - O quanto a sua família apoia o trabalho desempenhado por você no MEJ



O cruzamento de tais dados se encontra no gráfico 19, onde percebe-se que apenas 5,80% atribuíram nota máxima para o conhecimento da sua família em relação ao trabalho desempenhado por eles, no entanto, 41,49% responderam ter apoio por parte de seus familiares.

Gráfico 41 - O quanto a sua família CONHECE o seu trabalho desempenhado no MEJ x O quanto a sua família APOIA seu trabalho desempenhado no MEJ

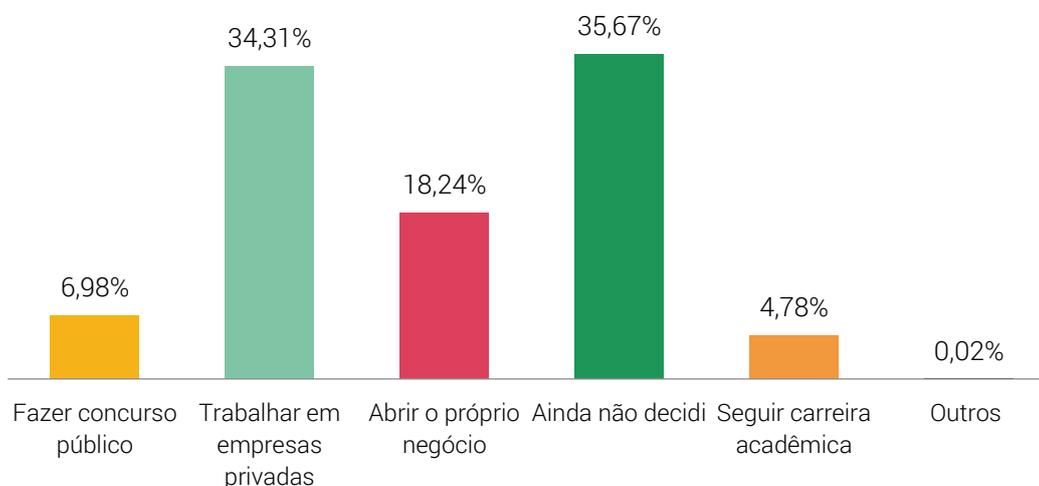


2.11 CARREIRA

2.11.1 TÉRMINO DA PASSAGEM PELO MEJ

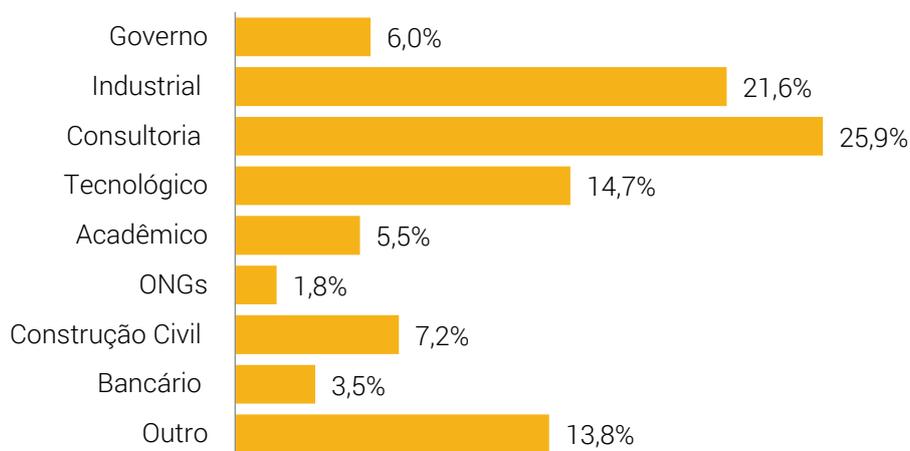
O gráfico 42 mostra o que os empresários juniores pretendem fazer quando sua passagem no MEJ terminar. De acordo com as respostas recebidas, 35,67% ainda não se decidiu, seguidos por 34,31% que pretendem trabalhar em privadas, enquanto 18,24% querem abrir o próprio negócio e 6,98% deseja realizar concurso público.

Gráfico 42 - O que pretende fazer ao término da passagem pelo MEJ



2.11.2 SEGMENTAÇÃO DE ATUAÇÃO

Gráfico 43 - Qual segmento pretende atuar

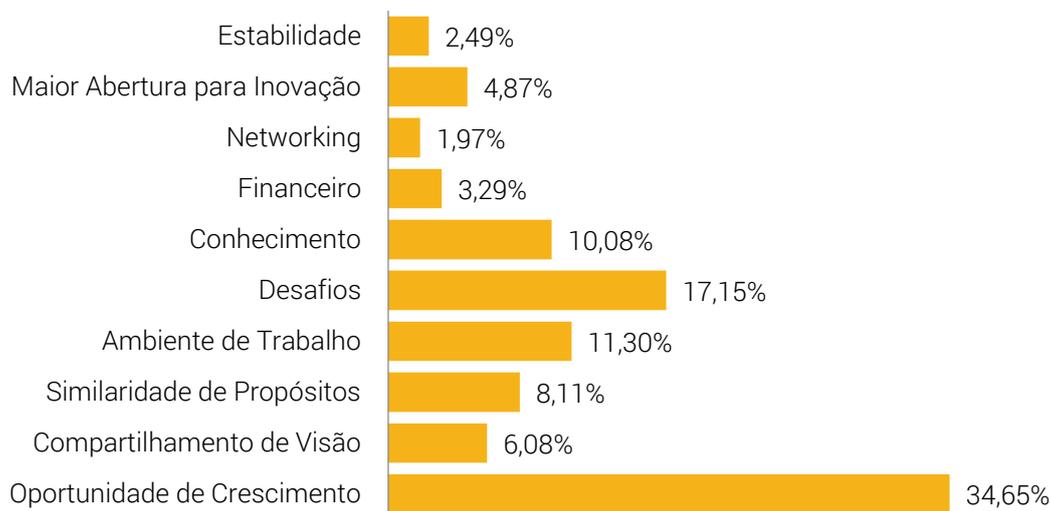


O seguimento que os empresários juniores mais pretendem atuar é no segmento de consultoria, equivalente a 25,9% das respostas, 21,6% atuariam no segmento industrial e 14,7% no tecnológico.

2.11.3 MOTIVAÇÃO PARA TRABALHAR

Segundo os empresários juniores e pós-juniores, a principal motivação para trabalhar em uma empresa é a Oportunidade de Crescimento, 34,65%, enquanto 17,15% se motivariam pelos Desafios e 10,08% pelo Conhecimento.

Gráfico 44 - Qual a principal motivação para trabalhar em uma empresa



2.11.4 EMPRESAS QUE O MEJ DESEJA TRABALHAR

Os empresários juniores apontaram quais empresas eles gostariam de trabalhar ou que indicariam para alguém para trabalhar. Abaixo se encontram as 25 empresas mais citadas pelos empresários juniores e pós-juniores no Identidade 2014 e a quantidade de vezes que foram citadas.

Ambev	417
Google	383
Petrobras	380
Falconi	228
Odebrecht	154
Danone	114
Nestle	101
Vale	99
Natura	88
Itaú	78
Bain&Company	71
Coca Cola	62

Unilever	62
Embraer	49
McKinsey	47
Brasken	43
L'Oreal	42
Globo	34
PwC - PricewaterhouseCoopers	34
Visagio	33
3M	31
Red Bull	30
E&Y	29
IBM	29
Grupo O Boticário	29

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos primeiros treinamentos que a Coordenadoria de Pesquisa realizou na gestão concluímos que uma pesquisa pode ter várias finalidades, consideramos que o Censo & Identidade tem o potencial de coletar dados que possibilita a compreensão de mudanças que ocorre no Movimento Empresa Júnior, auxilia na compreensão da realidade do nosso movimento e, principalmente, coleta dados que são transformados em informações para que toda a rede gere conhecimento.

Os dados analisados neste relatório “conclui” determinadas informações considerando o número de respostas recebidas, logo, as comparações com a última edição são tem o caráter conclusivo.

É possível observar determinados pontos positivos durante a compilação dos dados, como o maior engajamento de toda a Rede com a pesquisa, que resultou em um número de resposta muito expressivo, o que traz mais consistência às informações geradas, bem como mais estados participando tanto do Censo EJ como do Identidade. Podemos exemplificar com o estado do Sergipe que na última edição não tivemos sua participação no Identidade 2013 e este ano contamos com 31 empresários juniores participando da pesquisa.

A satisfação quanto aos Programas da Brasil Júnior foi satisfatória, com destaque para o ENEJ e Selo EJ, no entanto, há programas que ainda não são muito conhecidos pelo Movimento Empresa Júnior como o programa Embaixador BJ, Panorama Jr., Escolas Empreendedoras e o Prêmio de Cultura Empreendedora.

Por meio do gráfico 9 (página 19) é possível observar a satisfação das Empresas Juniores com suas respectivas Federações. Há Federações que a ficaram abaixo da média geral, esta que foi igual a 2,8 em uma escala de 1 a 4.

O Número de Projetos Externos realizados foi de 2751, no entanto, considerando as respostas recebidas, a moda, ou seja, o número que mais se repetiu foi 0. 111 EJs responderam não ter realizado nenhum projeto e 27,39% dos empresários juniores também responderam não ter realizado nenhum projeto externo.

A maioria das EJs que participaram da pesquisa respondeu utilizar um Modelo de Gestão específico, e o MEG é o modelo mais utilizado, implementado por 65,02% das Empresas Juniores.

A principal motivação do empresário júnior fazer parte do MEJ mostrou ser devido ao crescimento pessoal e profissional e 65,02% dos empresários juniores e pós-juniores afirmaram que o ENEJ 2014 influenciou muito a motivação do trabalho desempenhado na EJ.

Todos os feedbacks recebidos foram compilados em uma planilha que foi enviada para a diretoria executiva da Brasil Júnior sem haver identificação da EJ.

Por fim, a Equipe de Pesquisas gostaria de agradecer todos os articuladores de Desenvolvimento de 2014 pelo engajamento na sétima edição do C&I.



Nayara Lauriano

Coordenadora de Pesquisas

Cel: +55 (32) 9199-4794 | Skype: nayara.lauriano
pesquisas@brasiljunior.org.br

Julia Medeiros

Assessora de Pesquisas

Cel: +55 (81) 8108-1070 | Skype: julia.rvmedeiros
Julia.medeiros@brasiljunior.org.br

Pedro Fernandes

Assessor de Pesquisas

Cel: +55 (32) 9199-4794 | Skype: pedro-fernandes2
pedro.fernandes@brasiljunior.org.br



**Censo
& Identidade**