

# Ações de consultoria em tempos de pandemia: o caso da Consultoria Júnior da Urcamp

*Rita Luciana Saraiva Jorge<sup>1</sup>*  
*Marilene Vaz Silveira<sup>2</sup>*  
*Priscila Machado Chaves<sup>3</sup>*

[doi.org/10.47585/9786584591059.4](https://doi.org/10.47585/9786584591059.4)

## Histórico do movimento Empresa Júnior no Brasil

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) surgiu em 1967 na França, com o intuito de fazer os alunos colocarem em prática técnicas e conceitos lecionados em sala de aula. A primeira Empresa Júnior da história foi a ESSEC (*L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales de Paris*), em Paris – França. Os alunos desta Instituição de Ensino, conscientes da necessidade de complementarem os seus conhecimentos, através da aplicação prática deles, criaram a Junior-Entreprise, uma associação que proporcionasse uma realidade empresarial, antes da conclusão dos cursos que estavam realizando. (JADE, 2021)

Em 1986, quando já existiam mais de 100 Empresas Juniores francesas, o conceito começou a difundir-se pelo restante da Europa e, depois de um tempo, chegou ao Brasil em 1987 através do Sr. João Carlos Chaves, diretor da Câmara de Comércio Franco-Brasileira. Em 1989 é criada a primeira Empresa Júnior brasileira, da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas e em 1990, sete empresas se uniram para fundar, no mês de junho, a FEJESP (Federação das Empresas Juniores do Estado de São Paulo).

Empresa Júnior é uma associação civil sem fins lucrativos, constituída e gerida por

---

1 Administradora. Mestre em Administração. Coordenadora da Consultoria Jr. da Urcamp. | Currículo: [lattes.cnpq.br/3567361341405871](https://lattes.cnpq.br/3567361341405871) | E-mail: [ritajorge@urcamp.edu.br](mailto:ritajorge@urcamp.edu.br)

2 Economista. Mestre em Integração e Cooperação Internacional. Professora da Urcamp. | Currículo: [lattes.cnpq.br/7704090467284530](https://lattes.cnpq.br/7704090467284530) | E-mail: [marilenealunos@gmail.com](mailto:marilenealunos@gmail.com)

3 Acadêmica do curso de Administração da Urcamp. | E-mail: [priscilachaves172625@sou.urcamp.edu.br](mailto:priscilachaves172625@sou.urcamp.edu.br)

alunos do curso universitário a que faz parte. Essa condição possibilita ao estudante a vivência profissional, desde cedo, sem mesmo deixar a universidade. Em geral, as experiências empíricas dão-se nas suas áreas de atuação, sob a supervisão e a orientação de professores e/ou profissionais especializados (BRASIL JÚNIOR, 2021).

O Movimento Empresa Júnior através da vivência empresarial forma empreendedores que são agentes transformadores da realidade. A realização de projetos representa uma grande oportunidade de aprendizado, pois entregar um serviço de qualidade com baixo custo, faz com que seja possível vivenciar as atividades práticas relacionadas ao curso e complementar com a experiências que não são contempladas em sala de aula. (MEJ, 2021)

Além disso, desenvolve as empresas clientes, fomenta o empreendedorismo no nosso país, e proporciona experiência prática aos empresários juniores. O MEJ é um movimento que através da educação e empreendedorismo transforma universitários, empresários e principalmente, o Brasil.

*“Se todos estão avançando juntos, o sucesso cuida de si mesmo.”*

- Henry Ford -

O Centro Universitário da Região da Campanha - URCAMP por intermédio de sua Consultoria Júnior Inov@ possui uma atuação há 17 anos nos mais diversos segmentos do mercado regional, visa desenvolver projetos nas mais diferentes áreas do conhecimento. A Consultoria Junior possui um amplo portfólio de prestação de serviços para diversas empresas localizadas no município de Bagé e região, executando um trabalho de qualidade com o objetivo de diagnosticar e solucionar problemas, promover e disseminar informações e oferecer amplo suporte nas mais diversas áreas organizacionais.

A Diretoria Executiva é eleita a cada ano em assembleia composta por um presidente, vice-presidente, diretor financeiro, diretor de processos, diretor de recursos humanos e diretor de marketing. Os cargos abrangem as principais áreas de uma organização.

No ano de 2020, mesmo com a virtualização das atividades acadêmicas por conta da Pandemia da Covid-19 a diretoria executiva da Inov@ Consultoria Júnior da Urcamp executou projeto atendendo demanda de uma empresa na área da saúde. O projeto realizado objetivou realizar uma pesquisa para conhecer o perfil do público alvo e suas preferências a fim de subsidiar a decisão da instalação de uma Clínica Médica em Bagé.

A apropriação dos resultados é da Consultoria Jr. e do proponente da demanda ficando os direitos de autoria e participação em publicações entre os parceiros do projeto. Todo o trabalho, e seus resultados, tem a garantia de sigilo sobre todas as informações e opiniões dadas durante o seu desenvolvimento. A coleta de dados foi feita a partir da aplicação de questionário online ao público alvo da amostra e foram analisados em conjunto com o anonimato do entrevistado respeitado. Foram entrevistadas 520 pessoas de forma remota.

A pesquisa demonstrou uma possibilidade de implantação da clínica médica no Município de Bagé. Algumas evidências foram constatadas na pesquisa:

- a. 84,4% dos entrevistados consideraram o serviço de saúde em Bagé como “regular” ou “ruim/péssimo”;
- b. Grande parte dos respondentes (44,8%) informaram que, por experiência, aguardam **mais de 20 dias** para conseguir agendamento de consulta com especialistas;
- c. Aproximadamente metade dos respondentes (50,8%) respondeu que se tornaria usuário de uma clínica com a proposta apresentada, o que representa, em relação ao número de pesquisados (520 respondentes), **264 entrevistados**. Destaca-se, também, a possibilidade de alcançar potenciais clientes que responderam “talvez”, ou seja, 41,5% dos entrevistados, que representam **216 entrevistados**;
- d. Foi fornecida uma lista com o contato de **146 pessoas** que, de alguma forma, demonstraram interesse em participar de uma provável promoção de inauguração da Clínica.

A equipe de consultores juniores considerou que a abertura de uma Clínica Médica se constitui em uma forma de atender melhor as expectativas de uma comunidade contribuindo para que o sistema de saúde seja mais humano, acolhedor e eficiente.

Entendeu também que na instalação de uma Clínica Médica que atenda diversas especialidades, o empresário vai concorrer diretamente com os consultórios médicos que já atendem na cidade, mas se a proposta agregar atendimento de excelência, maior facilidade de pagamento, trazer um diferencial no tempo de espera para consultas e exames poderá conquistar uma fatia significativa neste mercado que demonstra grande capacidade de expansão.

Registrou ainda a necessidade do trabalho de Marketing para atração, conquista e retenção de clientes. Ferramentas e Estratégias deverão ser utilizadas para formação da carteira de associados do Plano de Saúde a ser desenvolvido pela Clínica. O relatório final do projeto foi entregue ao demandante em setembro de 2020.

E as atividades da Inov@ Consultoria Júnior da Urcamp continuam em 2021 com novos projetos. Em fevereiro deste ano foi demandada por uma instituição financeira de grande porte uma pesquisa de percepção e satisfação de clientes. Esse projeto contou com uma equipe de 15 acadêmicos de vários cursos de graduação da Urcamp, além da coordenação e supervisão de docentes.

A partir da proposta apresentada e aprovada pelo demandante os trabalhos de pesquisa se iniciaram no mês de maio/2021 com a coleta de dados através de entrevistas via ligações telefônicas aos clientes. Para garantir uma amostra significativa com inferência à população apresentada foram efetivadas 710 entrevistas com clientes dos segmentos de Pessoa Física, Pessoa Jurídica e Agronegócio.

Após a coleta dos dados os mesmos foram tabulados e apresentados em forma de gráficos com análise e analogia ao referencial teórico. Após essa etapa, foram utilizados os recursos computacionais para estruturar os dados coletados na pesquisa, para a tabulação das respostas obtidas por meio do questionário. Os resultados foram transcritos e organizados por meio de planilha eletrônica, o que

possibilitou suporte para a produção dos gráficos e quadros necessários para um melhor entendimento das respostas. A análise dos resultados foi realizada com analogia ao referencial teórico pertinente ao tema e como contribuição do estudo apresentou-se ações e ferramentas estratégicas para a melhoria dos processos em relação aos temas abordados na pesquisa que foram: 1) Atendimento; 2) Canais de comunicação e 3) Negócios.

A equipe de consultores apontou a importância da realização de pesquisas de percepção e satisfação de clientes visto que essa ação traz informações importantes de como os clientes se sentem em relação à empresa e como está a percepção em relação ao atendimento em todos os pontos de contato para que seja melhorado continuamente. Os gestores da empresa devem estar atentos a todos os resultados apontados nesta pesquisa para haver intensificação dos pontos fortes demonstrados e melhoria nos pontos fracos que, mesmo citados por uma minoria de clientes, são fatores de alerta para ações de melhoria. Isso é determinante para garantir uma experiência de excelência, e que de fato, atenda às necessidades de cada consumidor. Inclusive, por meio das pesquisas de satisfação, é possível identificar com mais precisão se há gargalos no processo (e quais são esses gargalos) e implementar ações com mais agilidade para resolver os problemas detectados.

A Inov@ Consultoria Júnior da Urcamp considera que, mesmo com alguns fatores dificultando a coleta de dados (Pandemia da Covid-19, disponibilidade das pessoas em responder a pesquisa, serviços de telemarketing de outras empresas e a desconfiança das pessoas em responder a pesquisa devido a disseminação de golpes via telefone) os acadêmicos que participaram desses projetos conduziram o estudo de forma satisfatória. Colocar conhecimento em prática através da execução de projetos torna-se uma oportunidade de colaborar com a busca de excelência nas ações das empresas que participam, cada vez mais, do desenvolvimento da região onde atuam.

## Referências

BRASIL JÚNIOR. **Movimento de Empresas Juniores**. Disponível em: <<https://www.brasiljunior.org.br>>. Acesso em: 25 out. 2021.

BULGARI, Mônica; DOMINGUES, Paloma; LEITE, Rosângela Curvo. **Atendimento a cliente: Buscando a excelência**. 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao Espírito Empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2007.

JADE (CONFEDERAÇÃO EUROPEIA DE EMPRESA JUNIORES). Disponível em: <<https://www.jadenet.org>>. Acesso em: 25 out. 2021.

MEJ (MOVIMENTO EMPRESA JÚNIOR). Disponível em: <<https://precisaoeng.com/movimento-empresa-junior>>. Acesso em: 25 out. 2021.

SILVA, Lucas Henrique Caldeira. **A Informatização das Instituições Financeiras no Processo de Relacionamento com o Cliente**. Disponível em: <<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/4786>>.

