

CONTRIBUIÇÕES DE EMPRESAS JUNIORES PARA O ENSINO UNIVERSITÁRIO

Mariene Alves do Vale

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Brasil

Ana Clara Cândido

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Brasil

Antonio Rodrigues de Andrade

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)
Brasil

RESUMO

As empresas juniores são associações civis sem fins lucrativos geridas exclusivamente por estudantes de graduação, com a supervisão de professores. Em alguns casos, profissionais externos à Instituição de Ensino Superior orientam a atuação profissional dos empresários juniores, tendo em vista seus conhecimentos técnicos e suas experiências de mercado. O presente estudo caracteriza-se como descritivo e qualitativo, visto que buscou conhecer e analisar as experiências de empresas juniores nas respectivas universidades nas quais estão sediadas. Dessa maneira, é possível aprofundar a investigação e explorar as vivências dos empresários juniores, o que é propício ao objetivo do estudo, tendo em vista que se deseja conhecer como as empresas juniores podem contribuir para o ensino universitário. A empresa júnior prepara os estudantes para serem profissionais mais capacitados, contribui para a implantação de melhorias e para a adoção de práticas mais efetivas no ambiente organizacional, em conformidade com as demandas do mercado atual, e coopera para o desenvolvimento da economia. As constatações observadas nos casos abordados enfatizam o foco de contribuição das empresas juniores no âmbito do ensino,

em que ações desta natureza promovem resultados positivos para todo o meio circundante.

Palavras-Chave: Empreendedorismo Universitário; Empresa Júnior; Ensino Universitário; Atuação Profissional; Universidade.

CONTRIBUTIONS OF JUNIOR ENTERPRISE TO UNIVERSITY EDUCATION

ABSTRACT

The junior enterprises are non-profit civil associations managed exclusively by graduate students, with the professor supervision. In some cases, professionals outside the Institution of Higher Education guide the professional performance of the junior entrepreneurs, taking into account their technical knowledge and their market expertise. The present study is characterized as descriptive and qualitative, since it sought to know and analyze the experiences of junior enterprises in their respective universities. In this way, it is possible to deepen the research and explore the experiences of junior entrepreneurs, which is conducive to the purpose of the study, in view of the desire to know how the

junior enterprises can contribute to university education. The junior enterprise prepares students to be more skilled professionals, contributes to the implementation of improvements and to adopt more effective practices in the organizational environment, in accordance with the demands of the current market, and cooperates for the development of the economy. The findings observed in the cases addressed emphasize the focus of contribution of the junior enterprises in the field of teaching, in which actions of this nature promote positive results for the surrounding environment.

Keywords: University Entrepreneurship; Junior Enterprise; University Education; Professional Performance; University.

1 INTRODUÇÃO

As empresas juniores (EJ) são associações civis sem fins lucrativos geridas exclusivamente por estudantes de graduação. E contam com a supervisão de professores sendo, em alguns casos, de profissionais externos às Instituições de Ensino Superior (IES) que orientam a prestação de serviços, tendo em vista seus conhecimentos técnicos e suas experiências de mercado.

O Movimento Empresa Júnior teve origem na França em 1967 e chegou ao Brasil vinte anos depois. Rapidamente se expandiu por todo o território nacional e ainda na Década de 1980 foram criadas as primeiras federações estaduais (MATOS, 1997).

Posteriormente, foi fundada a Confederação Brasileira de Empresas Juniores – Brasil Júnior, que atualmente conta com mais de 20 federações associadas, representando mais de 400 empresas juniores de todo o país.

No Brasil, as EJ estão sempre vinculadas a uma Instituição de Ensino Superior e têm suas sedes no próprio ambiente institucional, diferente do contexto europeu no qual as empresas se estabeleceram em locais externos às universidades e sem o suporte de um professor orientador (SANGALETTI; CARVALHO, 2004).

Considerando que é oneroso abrir e manter uma empresa no Brasil, não seria viável que os empresários juniores montassem uma infraestrutura à parte para atenderem seus clientes e executarem suas atividades.

Além disso, no contexto brasileiro, a prestação de serviços está focada nas empresas de micro, pequeno e médio porte (BRASIL JÚNIOR, 2017), tanto para não haver disputa de mercado com consultorias seniores que realizam projetos para as grandes corporações, quanto para contribuir com o desenvolvimento dos pequenos empresários e estimular o

empreendedorismo e a economia local e regional.

Ser integrante de uma empresa júnior é ter a oportunidade de vivenciar situações que provavelmente não seriam proporcionadas por outras atividades acadêmicas, como os estágios convencionais. Geralmente, nessas outras circunstâncias os graduandos aprendem tarefas e desenvolvem habilidades diretamente relacionadas à área de atuação, de acordo com a graduação que estão cursando, ficando restritos aos conhecimentos técnicos.

Em uma empresa júnior, além de praticar o que se aprende em sala de aula, os membros têm a possibilidade de administrarem uma empresa, desenvolverem projetos em equipe, serem agentes ativos em processos de negociação. Além de, tomarem decisões sobre a organização e serem legalmente responsáveis por ela.

A experiência tende a ser mais rica e completa do que a obtida nas atividades curriculares tradicionais, tornando-se um diferencial para o início da carreira profissional e o ingresso no mercado de trabalho.

Entretanto, além de considerar o que as empresas juniores proporcionam

para o desenvolvimento profissional de seus integrantes, é importante ressaltar também o quanto elas contribuem para a formação dos demais graduandos dos cursos aos quais estão vinculadas, para a instituição de ensino e para a sociedade em geral.

A empresa júnior prepara os estudantes para serem profissionais mais capacitados, contribui para a implantação de melhorias e para a adoção de práticas mais efetivas no ambiente organizacional, em conformidade com as demandas do mercado atual, e coopera para o desenvolvimento da economia.

No caso das universidades, cuja missão é transformar a sociedade por meio do conhecimento e que esta missão se concretiza a partir da sustentação em três pilares (OSPINA, 1990 *apud* SLEUTJES, 1999), a empresa júnior contribui para a realização de ações que contemplam a tríade ensino-pesquisa-extensão.

Diante disso, o presente trabalho busca refletir sobre como as empresas juniores podem contribuir tanto para a formação profissional dos seus próprios integrantes, quanto para outros agentes que compõem o contexto no qual elas estão inseridas.

Desta maneira, o artigo tem por objetivo descrever as experiências exitosas de duas empresas juniores na atuação em eventos acadêmicos, que têm contribuído, principalmente, para a esfera do ensino nas instituições às quais estão vinculadas.

2 EMPRESA JÚNIOR: PERCURSO HISTÓRICO

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) teve início na França em 1967, quando discentes da *École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales* – ESSEC, em Paris, propuseram a constituição de uma empresa gerida exclusivamente por estudantes (SANGALETTI; CARVALHO, 2004). O objetivo era oferecer projetos e serviços de qualidade, com custos reduzidos em relação ao mercado, e que proporcionassem oportunidades de capacitação profissional para seus integrantes.

O modelo deu certo e em dois anos surgia a *Confederation Nationale des Júnior Entreprises* (CNJE), com o intuito de "[...] promover e representar o movimento Empresa Júnior na França, protegendo e defendendo a marca/patente Empresa Júnior com a finalidade de assegurar a qualidade dos

estudos realizados por estas associações" (MATOS, 1997, p. 58). Dessa forma, ela integrava as organizações já existentes e fortalecia um movimento ainda recente, que se configurava como uma nova estrutura de gestão empresarial e de alternativa para a prestação de serviços no mercado tradicional.

No início da Década de 1990 foi fundada a *Junior Association for Development in Europe* (JADE) para a representação internacional do MEJ. Atualmente a JADE, denominada *European Confederation of Junior Enterprises*, está presente em 14 países, com 300 empresas juniores associadas, agregando mais de 22 mil empresários juniores (JADE, 2017) e promovendo frequentes oportunidades de integração e de desenvolvimento pessoal e profissional para seus associados.

A repercussão positiva do Movimento Empresa Júnior na Europa fez com que João Carlos Chaves, diretor da Câmara de Comércio Franco-Brasileira no ano de 1987, publicasse um anúncio no jornal convidando jovens universitários interessados em compor uma empresa júnior no Brasil.

A iniciativa deu origem à FGV Júnior, na Fundação Getúlio Vargas (FGV), à Júnior FAAP, na Fundação Armando Álvares Penteado e à Poli Júnior, na Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (SANGALETTI; CARVALHO, 2004). Desde então, o MEJ brasileiro vem se expandindo e se desenvolvendo e hoje "domina o panorama mundial" (JADE PORTUGAL, 2016), tendo o maior número de empresas juniores federadas e de empresários juniores associados.

Em 1990, foi fundada a Federação das Empresas Juniores do Estado de São Paulo (FEJESP), seguida por federações de outros estados que começavam a ter EJ em suas Instituições de Ensino Superior.

Dois anos depois, começaram a ser realizados os Encontros Nacionais de Empresas Juniores (ENEJ), demonstrando que o MEJ brasileiro já possuía uma amplitude capaz de reunir empresários juniores em um evento de âmbito nacional e periodicidade anual.

Em 2001, durante o ENEJ realizado em Curitiba, foi criada a Rede Brasil Júnior, que se caracterizaria como o primeiro passo para a instituição de uma entidade nacional do Movimento Empresa Júnior (OLIVEIRA, 2003).

De acordo com a comissão organizadora do Encontro Nacional de Empresas Juniores do presente ano, em 2003 "[...] jovens inconformados buscavam reinventar o seu mundo, e fundaram um Brasil novo: um Brasil Júnior, gigante pela própria natureza" (ENEJ, 2017). Então no ENEJ daquele ano, realizado em Salvador, foi oficialmente constituída a Confederação Brasileira de Empresas Juniores – Brasil Júnior, que representa as empresas juniores de todo o país.

Em 2016, a Brasil Júnior possuía 22 federações, 444 empresas juniores e mais de 15 mil empresários juniores e o Movimento Empresa Júnior realizou 4865 projetos, que movimentaram 11 milhões de reais (BRASIL JÚNIOR, 2017).

Vale ressaltar que existem EJ ativas que não estão vinculadas às federações, visto que ser federada não constitui um critério para abertura e funcionamento da empresa júnior. Todavia, isso dificulta o contato e o acesso a tais empresas, conseqüentemente, inviabiliza o registro do número total de EJ em atividade no país.

A compreensão do que é uma empresa júnior no contexto brasileiro e

de como ela deve funcionar pode ser obtida a partir do conhecimento de duas referências principais sobre o tema.

A primeira é o 'Conceito Nacional de Empresa Júnior', documento formalizado em 2003 pela Diretoria Executiva da Brasil Júnior, que acabava de ser constituída, mas já apresentava um resultado dos esforços de vários empresários juniores comprometidos com a causa das EJ no país. Esse documento teve como objetivo definir claramente o que são empresas juniores, como elas se configuram, os aspectos acadêmicos, jurídicos, tributários e éticos sobre o qual se baseiam (OLIVEIRA, 2003).

A segunda e mais recente referência, que se constitui como significativa conquista do MEJ e institui definitivamente o conceito de empresa júnior no Brasil, é a Lei nº 13.267, sancionada em 6 de abril de 2016, que "Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior". A empresa júnior é então entendida como uma:

[...] associação civil gerida por estudantes matriculados em cursos de graduação de instituições de ensino superior,

com o propósito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento acadêmico e profissional dos associados, capacitando-os para o mercado de trabalho (BRASIL, 2016).

Os estudantes devem receber a supervisão de professor vinculado à Instituição de Ensino Superior na qual a EJ está inserida e, em alguns casos, podem contar com a orientação de profissionais especializados na área de atuação. Também é comum que haja um Conselho Administrativo, formado por pós-juniores da própria EJ, que auxilia na análise das propostas de prestação de serviço e fornece orientações sobre as execuções dos projetos, além de tratar de assuntos internos da empresa, contribuindo assim para a tomada de decisão.

A gestão interna é configurada de acordo com a realidade de cada EJ, mas geralmente é organizada em Presidência e Diretorias Administrativa, de Comunicação/Marketing, Financeira, de Projetos, de Qualidade e de Recursos Humanos, podendo haver diretorias compostas, por exemplo, Administrativo-Financeira. Em algumas empresas juniores há ainda uma diretoria exclusiva para tratar dos assuntos relacionados ao MEJ.

Diferente do ambiente europeu, em que as EJ prestam serviços para grandes empresas, no Brasil o foco de atuação são as micros, pequenas e médias empresas. Essa prática é válida para os empresários juniores, que podem ter uma visão global do funcionamento de uma organização, o que dificilmente seria possível no ambiente de uma grande corporação (SANGALETTI; CARVALHO, 2004). Além disso, faz com que se mantenham fiéis a essência do Movimento Empresa Júnior, ou seja, cooperam para o progresso das empresas de micro, pequeno e médio porte.

A prestação de serviços para essas empresas é uma conduta igualmente positiva para seus gestores, que podem obter um serviço de qualidade por um valor mais acessível do que o necessário para a contratação de consultorias tradicionais do mercado. Consultores juniores e clientes são beneficiados e, em conjunto, beneficiam a sociedade ao contribuírem para o desenvolvimento e a sustentabilidade de um ambiente empreendedor na região em que atuam e onde possuem os seus negócios (ANDRADE, 2009).

A experiência adquirida na EJ complementa a formação dos

estudantes e promove não apenas capacitação profissional como também o desenvolvimento pessoal. A exposição a situações reais de elaboração de projetos, negociação com clientes, execução de serviços, dentre outras atividades, faz com que os empresários juniores desenvolvam e aperfeiçoem habilidades como liderança, comunicação, planejamento, gestão de prazos, tomada de decisão e relacionamento interpessoal.

Em um cenário corporativo cada vez mais exigente, a vivência na empresa júnior tende a ser um diferencial conquistado pelos empresários juniores que, ao concluírem a graduação, encontram-se mais preparados para os desafios que serão conferidos pelas organizações contemporâneas.

3 METODOLOGIA

O estudo caracteriza-se como descritivo e qualitativo, pois buscou-se conhecer e analisar as experiências de empresas juniores nas respectivas IES em que estão sediadas. Dessa maneira, é possível aprofundar a investigação e explorar as vivências dos empresários juniores, o que é propício ao objetivo do estudo, tendo em vista que se deseja

conhecer como as EJ podem contribuir para o ensino universitário.

De acordo com Gil (1994, p.46), "[...] as pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática". Sendo assim, o tipo de pesquisa atende adequadamente a proposta deste estudo, visto o interesse de proporcionar conhecimento útil à prática de outras empresas juniores e demonstrar a importância da existência de tais empresas. Importância esta tanto para a formação dos graduandos que as integram, quanto para os demais discentes das IES às quais estão vinculadas e para a sociedade em geral.

Em conformidade com a pesquisa do tipo descritiva, foi utilizado como procedimento o estudo de caso, que proporciona a obtenção de dados sobre fenômenos diversos, como individuais, organizacionais e sociais (YIN, 2015). Apesar de tratar de situações particulares, o estudo de caso proporciona dados mais consistentes nas circunstâncias em que as variáveis existentes não podem ser manipuladas, por se tratarem de eventos, atitudes e percepções dos envolvidos. Ainda

assim, o conhecimento produzido a partir da análise dos dados possui potencial para ser aplicado em outros contextos.

Optou-se por um estudo de caso múltiplo, devido ao propósito de analisar diferentes contribuições que as EJ podem oferecer com relação à promoção do ensino no ambiente acadêmico.

As unidades de análise foram duas empresas juniores, uma do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e outra do curso de Psicologia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). A escolha se deu pelas características destas duas empresas, assim como pela disponibilidade dos empresários juniores, pós-juniores e professores orientadores de fornecerem as informações necessárias ao estudo. A primeira, embora tenha algum tempo de fundação, está em fase de reestruturação organizacional e estratégica, a segunda, por sua vez, possui experiência mais ampla na execução de projetos e prestação de serviços.

O estudo baseou-se em dados primários e secundários para obtenção

das informações de interesse. Os dados primários foram coletados por meio de entrevistas com empresários juniores, pós-juniores e professores orientadores. Foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturada, a fim de nortear os assuntos a serem abordados, mas possibilitando que os participantes discorressem sobre suas experiências sem se limitarem a respostas pré-estabelecidas.

Os dados secundários foram compostos de materiais disponibilizados pelas EJ referentes à documentação legal, como estatuto e regimento interno, com o intuito de compreender a estrutura organizacional, as normas e os princípios que regem cada empresa, e também as produções oriundas das iniciativas de cada EJ no que diz respeito às contribuições para o ensino em suas respectivas IES.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta seção é destinada à apresentação e à análise dos casos estudados no âmbito da atuação de duas empresas juniores de universidades públicas brasileiras.

4.1 A Trajetória da Info Júnior - UFSC

A primeira organização estudada foi a Info Júnior, empresa júnior do Departamento de Ciência da Informação (CIN), instalado no campus Trindade da Universidade Federal de Santa Catarina, em Florianópolis, que atualmente engloba as graduações de Arquivologia, Biblioteconomia e Ciência da Informação.

De acordo com o estatuto da empresa, a mesma foi fundada em dezembro de 2005 e tinha a denominação de Biblio-Júnior - Empresa Júnior de Biblioteconomia - UFSC. Nessa época existia apenas o curso de graduação em Biblioteconomia, por este motivo se deu a escolha do nome. Ela contemplava em seu estatuto que discentes de Biblioteconomia da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) também poderiam ser membros da EJ.

A finalidade da Biblio-Júnior era proporcionar aos seus integrantes condições para aplicação dos conhecimentos adquiridos nas respectivas graduações, contribuindo para o desenvolvimento acadêmico, profissional e humano. A empresa manteve-se em atividade com a ativa prospecção de clientes e a intensa

prestação de serviços durante os seus primeiros cinco anos de fundação.

Nesse ínterim, foram implantados os cursos de Arquivologia e Ciência da Informação (CI) no CIN e um dos docentes incentivou os graduandos a conhecerem a EJ, participarem de eventos do MEJ e se envolverem com essa causa. Foi então que no segundo semestre de 2016, discentes de CI assumiram a diretoria e a EJ passou a ser denominada de Info Júnior, tendo em vista que a empresa está vinculada a todo o Departamento de Ciência da Informação, não apenas a um ou outro curso.

Atualmente, a Info Júnior possui cinco membros efetivos, que compõem a diretoria executiva. De acordo com a disponibilidade dos empresários juniores, quatro deles foram entrevistados para que pudessem compartilhar os aprendizados e as experiências obtidas desde que ingressaram na EJ. Um dos principais pontos abordados diz respeito a um dos serviços prestados, que proporcionou impactos positivos tanto no próprio Departamento, quanto reflexos produtivos para as áreas de Ciência da Informação de outras IES.

A estrutura da empresa é configurada em Presidência e Vice-Presidência, Diretoria Financeira, Diretoria de Marketing e Diretoria de Projetos. Tendo em vista a necessidade de reorganização da empresa, os esforços se concentraram inicialmente na gestão interna, para que após a fase de transição, outros membros pudessem ingressar na EJ e atuar no planejamento e na execução de projetos.

Ainda assim, em janeiro de 2017 os integrantes da Info Júnior foram convidados por um docente do CIN a participarem da organização de um evento, como empresa contratada para a prestação de serviços. Nenhum deles possuía experiência prévia, mas acreditando que seria uma grande oportunidade de aprendizado e sabendo que receberiam o suporte dos professores coordenadores do próprio evento e da professora orientadora da EJ, aceitaram o convite, negociaram a proposta e assumiram o serviço.

A Info Júnior ficou responsável pela divulgação do 'Congresso de Gestão Estratégica da Informação - Empreendedorismo e Inovação' (CGEI) e criou um site para disponibilizar informações sobre o evento. Todo o

trâmite referente às inscrições foi gerenciado pela EJ, desde a elaboração do formulário para coleta de dados dos participantes até emissões de notas de empenho para pagamento.

Os empresários juniores elaboraram e providenciaram, ainda, todo o suporte ao evento, incluindo: material gráfico, como *flyers*, crachás, pastas, blocos para anotação, layout e envio dos certificados para os participantes. Também ficaram incumbidos da contratação do *coffee-break* e, em consonância com um dos programas de sustentabilidade da UFSC, referente à redução do consumo de copos plásticos descartáveis, adquiriram para cada participante um copo reutilizável personalizado com a logomarca do CGEI.

Os integrantes da Info Júnior tiveram a oportunidade de participar do congresso não apenas como espectadores, mas como profissionais que atuaram na concretização de um projeto que se transformou em realidade em um curto período de tempo, visto que o evento aconteceu em abril de 2017, menos de quatro meses após assumirem atividades específicas de sua organização.

O evento reuniu estudantes, pesquisadores e profissionais da área de Ciência da Informação e correlatas, do Brasil e do exterior, que puderam compartilhar conhecimentos e experiências e ampliar a rede de contatos. A coordenação científica pontuou que o congresso foi um marco para a Rede Sul de Gestão da Informação, integrada pelos Departamentos de Ciência da Informação das Universidades Federais de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul; da Universidade Estadual de Londrina e pelo Departamento de Ciência e Gestão da Informação da Universidade Federal do Paraná.

A Info Júnior, como figura ativa desse processo, contribuiu para que dezenas de discentes, docentes e profissionais da Ciência da Informação tivessem acesso a diversas opções de sessões dirigidas e a conferências nacionais e internacionais, ampliando assim seus conhecimentos da área, sobretudo relacionados ao empreendedorismo e à inovação.

Dessa maneira, a EJ proporcionou aos seus integrantes situações até então não vivenciadas, diante das quais necessitaram buscar informações, tomar decisões, elaborar planejamentos

e executar atividades que enriqueceram a formação profissional de cada envolvido.

Além disso, a Info Júnior fomentou o ensino na Universidade Federal de Santa Catarina, onde foi sediado o evento, igualmente com reflexos para outras Instituições de Ensino Superior brasileiras e estrangeiras, que também estavam presentes no congresso por meio da participação de seus discentes e docentes.

4.2 A Experiência de Atuação da RH Consultoria Júnior - UFMG

A segunda organização estudada foi a empresa júnior do curso de Psicologia, localizada no campus Pampulha da Universidade Federal de Minas Gerais, em Belo Horizonte.

A RH Consultoria Júnior - UFMG (RH JR.) é composta por Presidência, Vice-Presidência, diretores e assessores das áreas Administrativo-Financeiro, Marketing, MEJ, Projetos, Qualidade e Recursos Humanos, possuindo também um Conselho Administrativo formado por ex-membros.

Tendo em vista o acesso e a disponibilidade, as informações foram obtidas por meio de entrevistas individuais realizadas com a presidente

e a diretora de Marketing da gestão 2017/1, a presidente da gestão 2009/1, uma professora orientadora e um dos fundadores, que seguiu a carreira docente e tornou-se um dos orientadores da EJ.

A empresa foi fundada em 19 de março de 1996 (RH JR, 2017) por iniciativa dos discentes Victor Natanael e Rubens Hermógenes, que durante a graduação já nutriam interesse pela área de Recursos Humanos.

No decorrer da formação, os estudantes supracitados perceberam que não obteriam uma base sólida para atuação na área de interesse, e acreditavam que o Movimento Empresa Júnior seria enriquecedor para a formação dos alunos, mesmo os interessados em outras áreas de atuação. Com isso, desenvolveram o projeto para criação da empresa júnior e, após superar alguns obstáculos, conseguiram as aprovações necessárias para a abertura da empresa.

Desde então a RH Jr. atua na área de Recursos Humanos, como consultoria que presta serviços, principalmente, de recrutamento e seleção profissional, treinamento de pessoal, diagnóstico organizacional,

pesquisa de clima organizacional e análise e descrição de cargos (RH JR, 2017), com foco em empresas de micro e pequeno porte da região metropolitana de Belo Horizonte.

A EJ sempre contribuiu com a formação dos graduandos e tornou-se uma referência, visto que o currículo de Psicologia oferecia poucas disciplinas da área organizacional. Era comum docentes requisitarem a participação dos empresários juniores em determinadas aulas, para esclarecer como algumas atividades aconteciam na prática, como faziam parte da prestação de serviço de uma consultoria de recursos humanos e qual o papel do psicólogo nesse contexto.

Com o intuito de proporcionar capacitação não apenas para seus próprios integrantes, e fazer com que a colaboração com o ensino não se restringisse às participações ocasionais em aulas, no segundo semestre de 2006 a RH Jr. deu início à promoção de eventos de capacitação gratuitos e abertos aos demais discentes da universidade e à comunidade externa.

O primeiro deles foi o Ciclo de Palestras 'Práticas em Psicologia Organizacional e do Trabalho', que aconteceu em um dos auditórios da

UFMG durante todo um sábado. No semestre seguinte optou-se por ampliar o evento, oferecendo aos alunos, além de palestras no horário noturno, minicursos vespertinos com temas relacionados aos serviços prestados pela empresa. Observou-se que a adesão aos minicursos não foi significativa e então ficou definido que seriam realizadas apenas as palestras.

O Ciclo de Palestras Organizacionais e do Trabalho – nome adotado para divulgação do evento, que a cada edição contava com um tema específico – passou a ser realizado sempre no meio do semestre. Essa característica possibilitou a participação de um número maior de pessoas, pois não coincidia com período de entrega de trabalhos e realização de provas, o que poderia comprometer a equipe organizadora e inibir a participação dos demais discentes da universidade e interessados da comunidade externa.

As palestras eram realizadas sempre de terça a quinta-feira no horário noturno, para não ser concomitante com os horários de aula, visto que o curso possuía turmas no matutino e no vespertino. Além disso, permitia que profissionais pudessem ser convidados

para palestrar, sem interferir em suas agendas no horário comercial.

Os palestrantes convidados, na maioria das vezes, eram profissionais externos à universidade, que atuavam na área de Recursos Humanos em organizações de diferentes segmentos e portes e que se disponibilizavam a participar gratuitamente do evento. Geralmente, os temas e profissionais eram sugeridos pelos integrantes à Diretoria de Marketing da RH Jr., responsável direta pela organização dos ciclos de palestras.

O currículo da formação em Psicologia, àquela época, não exigia o cumprimento de carga-horária em atividades extracurriculares, como eventos, de qualquer maneira eram entregues certificados aos participantes. O intuito era incentivar o comparecimento dos colegas de curso, que poderiam acrescentar ao *curriculum vitae* a participação no ciclo de palestras promovido pela RH Jr., e oferecer aos discentes de outros cursos, inclusive de outras IES, uma comprovação da presença no evento.

Em todas as edições era solicitado aos participantes que preenchessem um formulário de avaliação. Posteriormente, os formulários eram

tabulados e os dados analisados, para que o evento pudesse ser aperfeiçoado. Era também um espaço para os participantes sugerirem temas e indicarem profissionais que pudessem ser convidados a palestrar em outras oportunidades.

A formação em Psicologia continuou defasada no âmbito organizacional, mas a adesão ao evento diminuiu com o passar dos anos. A gestão de 2015 percebeu a necessidade de mudança e, em parceria com a Cria UFMG – empresa júnior do curso de Comunicação Social – reelaborou o evento, que passou a ter uma identidade visual própria e um novo formato, sendo chamado de ‘TraDe’.

Em 2017 foram realizados dois ‘TraDe’, sendo que a edição do primeiro semestre teve como tema central ‘Autoconhecimento: nas engrenagens da vida profissional e pessoal’ e um dos convidados foi uma pós-júnior da própria empresa, que é uma profissional reconhecida em sua área e tornou-se uma inspiração para os atuais empresários juniores da RH Jr.

Dessa maneira, a EJ tem promovido a disseminação do conhecimento sobre Psicologia Organizacional, Recursos Humanos,

Carreira e temas correlatos, contribuindo tanto para a formação de seus próprios integrantes, quanto de outros estudantes e interessados, seja do próprio meio acadêmico ou da comunidade externa à UFMG.

4.3 Experiências Vivenciadas na Prática: Info Júnior e RH Consultoria Júnior - UFMG

As EJ podem estar vinculadas a uma ou mais graduações e oferecem a seus integrantes a oportunidade de vivenciar experiências diferenciadas das promovidas por outras atividades acadêmicas.

Contando com o suporte de docentes e, por vezes, de profissionais externos às IES, os estudantes elaboram e executam projetos de suas áreas de formação, ampliando seus conhecimentos técnicos. Ademais, experienciam situações de negociação com clientes, gestão de equipes, tomada de decisão, representação legal da empresa, dentre outras, de modo que desenvolvem e aperfeiçoam igualmente habilidades gerenciais e comportamentais.

Todavia, os benefícios não se restringem aos próprios membros da empresa júnior e aos seus clientes. A EJ também pode colaborar diretamente

para o desenvolvimento de iniciativas que contemplem a tríade ensino-pesquisa-extensão, base de atuação da universidade para o cumprimento da missão de transformação da sociedade.

No caso da Info Júnior, o processo começou com a oferta de um professor e não por iniciativa da própria EJ. Isso demonstra a importância do diálogo entre docentes e discentes que, ao trabalharem de maneira cooperativa, cada um no seu campo de atuação e com sua expertise, podem realizar atividades que proporcionam aprendizado e geração de conhecimento para toda a comunidade acadêmica.

Manifesta também a disposição dos empresários juniores, que não se deixaram imobilizar pelo medo do novo e pela falta de experiência diante da organização de um congresso acadêmico. Ao perceberem a chance de aprenderem novas atividades, adquirirem conhecimento de outras áreas e colaborarem diretamente para a realização de um grande evento, avaliaram suas competências e assumiram o serviço com determinação e comprometimento.

Assim, puderam oferecer aos congressistas momentos de

capacitação, de compartilhamento de saberes e experiências e de ampliação de redes de contatos, que certamente caracterizou-se como um marco na história da Rede Sul de Gestão da Informação. A contribuição ultrapassou os limites da Instituição de Ensino Superior que foi sede do evento e se expandiu desde as Américas até a Europa, tendo em vista a presença de participantes de outras instituições sul-americanas, assim como norte-americanas e europeias.

No caso da RH Consultoria Júnior - UFMG, a iniciativa de fomentar o ensino em momentos e em ambientes distintos da tradicional sala de aula, partiu da própria empresa. Diante de um currículo deficitário em Psicologia Organizacional e da demanda dos estudantes por mais conhecimentos da área de Recursos Humanos, a EJ percebeu que era necessário intervir nesse contexto.

A gestão de 2006 da RH Jr. deu início a uma ação que se tornaria tradicional no curso de Psicologia da UFMG. Os ciclos de palestras se consolidaram e, além de proporcionar informações técnicas da área, os eventos possibilitavam aos participantes melhor compreensão do papel do

profissional de Psicologia no âmbito corporativo. Além disso, expunham as práticas mais atuais que estavam presentes na área de Recursos Humanos das mais diversas organizações.

Era possível conhecer a experiência de profissionais que se dispunham a compartilhar suas vivências, estimulando os jovens estudantes a persistirem apesar das possíveis adversidades do caminho. Alguns palestrantes eram egressos do curso, e caracterizavam os eventos como oportunidades de retribuição pela formação que haviam recebido na UFMG, ao poderem contribuir para a capacitação de outros estudantes, futuros colegas de profissão.

Uma década depois a mudança na configuração do evento fez-se necessária, demonstrando como as empresas devem estar sempre atentas ao mercado, ainda que sejam empresas juniores realizando ações de apoio ao ensino na própria IES. O novo evento semestral voltou a atrair mais participantes, contribuindo assim para a capacitação de um número maior de pessoas.

A partir dos casos apresentados, pode-se perceber que cada empresa,

de acordo com sua realidade e suas possibilidades, tem cooperado para um ambiente de promoção do ensino, disseminação do conhecimento e compartilhamento de experiências. Elas contribuem tanto para o desenvolvimento pessoal e profissional de seus empresários juniores, quanto dos demais envolvidos que aproveitam as oportunidades de capacitação promovidas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde 1967 o Movimento Empresa Júnior tem se difundido ao redor do globo e desde 1987 se expande e se fortalece em terras brasileiras. As empresas juniores estão presentes em diversas Instituições de Ensino Superior espalhadas pelo país e têm colaborado para enriquecer a formação profissional no ambiente acadêmico. Além disso, possibilitam às empresas de micro, pequeno e médio porte a contratação de serviços especializados, de qualidade e com custo acessível para o aperfeiçoamento de seus negócios. Conseqüentemente, cooperam para um ambiente empreendedor e para o desenvolvimento da economia regional, impactando positivamente a sociedade.

O presente trabalho teve como foco enfatizar a contribuição das empresas juniores no âmbito do ensino, expondo que ações desse gênero promovem resultados positivos para todo o meio circundante. Isso independe dos cursos aos quais as EJ estão vinculadas e dos segmentos em que atuam, ou mesmo da localização das universidades em que estão sediadas.

As experiências vivenciadas pelas empresas juniores apresentadas anteriormente demonstram o caminho de obstáculos e superações que caracteriza o ambiente em que estão inseridas. O aprendizado prático sobre questões rotineiras e a necessidade de adaptação às expectativas do mercado podem ser fonte de inspiração para soluções novas em problemas já conhecidos. Neste contexto, os alunos membros das empresas juniores têm a oportunidade de desenvolver aptidões e competências que se tornam diferenciais na sua formação profissional.

Este papel das empresas juniores pode ser considerado um fator agregador no currículo do aluno, bem como fomentar o ensino acadêmico enquanto propulsor de conhecimento para a sociedade.

Devido à limitação de escopo do presente trabalho, sugere-se que novos estudos sejam realizados para que diversos casos congêneres possam ser descritos. Com isso, mais experiências exitosas e até mesmo outras que com fracasso possam ser compartilhadas e servir de incentivo para diversas empresas juniores, inclusive que contemplem igualmente os pilares de pesquisa e extensão no contexto das Instituições de Ensino Superior no Brasil.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Antônio R. O curso de Administração, a empresa júnior e a formação de consultores de organização. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 6., 2009, Resende. **Anais Eletrônico...** Resende: AEDB, 2009. Disponível em: <http://let.aedb.br/seget/artigos09/474_474_474_474_EPFantonioandrade.pdf>. Acesso em: 5 maio 2017.
- BRASIL. Lei nº 13.267, de 6 de abril de 2016. Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, 7 abr. 2016. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13267.htm>. Acesso em: 5 maio 2017.
- BRASIL JÚNIOR. **Censo e Identidade - Relatório 2016**. 2017. Disponível em: <<http://brasiljunior.rds.land/censo-identidade-relatorio-2016>>. Acesso em: 30 maio 2017.
- ENEJ – ENCONTRO NACIONAL DE EMPRESAS JUNIORES. 2017. **Movimento Empresa Júnior, te convidamos a voltar para casa**. Disponível em: <<http://enej.com.br/>>. Acesso em: 13 mai. 2017.
- JADE – EUROPEAN CONFEDERATION OF JUNIOR ENTERPRISES. **The Junior Enterprise Concept**. Evere, 2017. Disponível em: <<http://www.jadenet.org/>>. Acesso em: 6 mai. 2017.
- JADE PORTUGAL – EUROPEAN CONFEDERATION OF JUNIOR ENTERPRISES. **JADE e Movimento Júnior**. Porto, 2016. Disponível em: <<http://jadeportugal.com/sobre/jade-e-movimento-junior/>>. Acesso em: 6 maio 2017.
- GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1994.
- MATOS, Franco de. **A empresa júnior no Brasil e no mundo: o conceito, o funcionamento, a história e as tendências do movimento EJ**. São Paulo: Martin Claret, 1997.
- OLIVEIRA, Edson M. **Trabalhando como consultor júnior: como ser consultor com pouca experiência**. Franca: Ribeirão, 2003.
- RH JR – RH CONSULTORIA JÚNIOR - UFMG. **Consultoria em Recursos Humanos**. Belo Horizonte, 2017.

Disponível em: <<http://rhjr.com.br>>.
Acesso em: 15 maio 2017.

SANGALETTI, Cristhini; CARVALHO, Gustavo. Introdução ao Movimento Empresa Júnior. In.: MORETTO NETO, Luís *et al.* (Orgs.). **Empresa júnior: espaço de aprendizagem.** Florianópolis: [s.c.p.], 2004. p.17-27.

SLEUTJES, Maria H. S. C. Refletindo sobre os três pilares de sustentação

das universidades: ensino-pesquisa-extensão. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v.33, n.3, p.99-111. 1999. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/7639/6177>>. Acesso em 15 maio 2017.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

Mariene Alves do Vale

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
E-Mail: marieneavale@gmail.com
Brasil

Ana Clara Cândido

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
E-Mail: acc.anaclara@gmail.com
Brasil

Antonio Rodrigues de Andrade

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)
E-Mail: antonio.andrade@unirio.br
Brasil