

EMPREENDEDORISMO, STARTUPS E INOVAÇÃO

**EMPRESAS JUNIORES COMO ESPAÇO DE DESENVOLVIMENTO
PROFISSIONAL: UM ESTUDO DA ESTRATÉGICA EMPRESA JÚNIOR DE
ADMINISTRAÇÃO COMO FERRAMENTA DE INTEGRAÇÃO TEORIA-PRÁTICA**

RESUMO

As Empresas Juniores surgem como organizações de aprendizagem possibilitando aos alunos associados a oportunidade de aplicarem na prática os conhecimentos teóricos adquiridos durante o percurso universitário. Assim, a presente pesquisa tem como objetivo analisar o papel que estas empresas desempenham aos seus membros enquanto ambiente de desenvolvimento profissional, fundamentando-se na percepção dos empresários juniores da Estratégica Empresa Júnior de Administração. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa de campo por meio da aplicação de questionário e entrevista aos membros da Empresa Júnior, além de observação das atividades realizadas na organização durante 8 semanas. Concluiu-se que, dentro desses ambientes, há um estreitamento entre a relação teoria-prática, que proporciona aos membros experiências em diferentes áreas da organização. Durante o percurso na Empresa Júnior, verificou-se que os membros conseguem desenvolver e aperfeiçoar um perfil empreendedor e profissional ao solucionarem problemas reais do mercado no qual estão inseridos.

Palavras-chave: Empresa Júnior. Desenvolvimento profissional. Teoria-prática.

ABSTRACT

The Junior Companies emerge as learning organizations, giving associated students the opportunity to practice the theoretical knowledge acquired during their university career. Thus, this research aims to analyze the role that these companies play to their members as a place of professional development, based on the perception of junior entrepreneurs of the Estratégica Empresa Júnior de Administração. In this regard, a field research was carried out through the application of a questionnaire and an interview to the members of the Junior Company, in addition to observing the activities carried out in the organization for 8 weeks. It was concluded that, within these environments, there is a narrowing between the theory-practice relationship, which provides members with experiences in different areas of the organization. During the course at the Junior Company, it was found that the members manage to develop and perfect an entrepreneurial and professional profile when solving real market problems in which they are inserted.

Keywords: Junior Company. Professional development. Theory-practice.

1 INTRODUÇÃO

Durante o percurso universitário, compreender a importância da teoria e da prática de forma independente contribui para que os acadêmicos tenham dificuldade em aplicar os conhecimentos adquiridos na academia dentro de um ambiente organizacional. Sendo assim, é necessário que as universidades desenvolvam estratégias que estreitem a relação teoria-prática dentro dos cursos de graduação, possibilitando que os discentes coloquem em prática os conhecimentos teóricos trabalhados durante as aulas.

Como uma das estratégias para o estreitamento da relação teoria-prática destacam-se as Empresas Juniores, que são organizações civis sem fins lucrativos e com fins educacionais vinculadas às universidades públicas ou privadas. Carvalho e Sangaletti (2004) comentam que as Empresas Juniores servem como um complemento para a formação teórica do aluno. Dessa forma, estas organizações apresentam-se como ambientes de aprendizagem onde, diariamente, promovem o desenvolvimento pessoal e profissional de estudantes de graduação, além do contato com o mercado de trabalho.

Para Schmitz e Tolfo (2005, p. 28), as Empresas Juniores diferenciam-se como instituições

que prestam serviços para a sociedade e que visam, prioritariamente, o aprendizado anterior ao ingresso no mercado de trabalho dos estudantes envolvidos na empresa. [...] Essas empresas caracterizam-se como um laboratório de aprendizagem, ou seja, trata-se de empresas geridas por estudantes de graduação que buscam desenvolver a autonomia e a habilidade no trabalho a ser desenvolvido.

Desde 2003, as Empresas Juniores são regulamentadas pela Brasil Júnior (BJ), Confederação Brasileira de Empresas Juniores, que tem como papel desenvolver diretrizes nacionais a fim de regulamentar as atividades destas empresas em todo o país. A BJ tem como missão “formar por meio da vivência empresarial empreendedores comprometidos e capazes de transformar o Brasil” (BRASIL JÚNIOR, 2010). Assim, dentro do ambiente de uma Empresa Júnior, os alunos são constantemente desafiados a assumirem posições de liderança, autonomia e criatividade, desenvolvendo habilidades de gestão e construção de um perfil empreendedor.

Nesse contexto, insere-se a Estratégica Empresa Júnior de Administração, objeto deste estudo, que tem como objetivo proporcionar aos integrantes a capacidade de atuação em diferentes áreas relacionadas à gestão, além de possibilitar a aplicação teórica do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão, na qual está vinculada.

A Estratégica foi fundada em 2008 na cidade de São Luís - Maranhão por alunos do curso de Administração. A empresa presta serviços de consultoria empresarial como, por exemplo, Pesquisa de Mercado, Plano de Negócios, Mapeamento de Processos, dentre outros. Tem como missão “Gerar valor ao cliente através da consultoria empresarial para promover a sustentabilidade do

empreendedorismo local”, pautada nos valores de profissionalismo, trabalho em equipe, transparência, protagonismo e orgulho MEJ.

Assim como em outras organizações, a Estratégica é dividida em diretorias que facilitam o desenvolvimento dos processos internos e externos da empresa. As diretorias dividem-se em: Administrativo-financeiro, Comercial, Gente e Gestão, Marketing, Projetos e Presidência.

Diante do exposto, esta pesquisa se propôs a responder o seguinte problema: de que forma a Estratégica Empresa Júnior contribui para o desenvolvimento profissional dos empresários juniores enquanto ferramenta de integração teoria-prática?

Objetivou-se com este estudo analisar o papel que a Estratégica desempenha aos seus membros enquanto ambiente de desenvolvimento profissional. Para alcançar o objetivo geral, a pesquisa buscou: avaliar a importância da relação entre teoria e prática para o desenvolvimento profissional dos empresários juniores; demonstrar como a Estratégica pode ser uma organização de aprendizagem e relacionar as competências adquiridas pelos associados desde a efetivação na Empresa Júnior.

Para o desenvolvimento do presente trabalho foi utilizado o método exploratório através de uma pesquisa de campo realizada durante oito semanas nos meses de Janeiro e Fevereiro. Ao longo desses meses, foram realizadas observações das atividades desenvolvidas pelos empresários juniores no Centro de Empreendedorismo Universitário da Universidade Federal do Maranhão. Quanto às ferramentas utilizadas para a coleta dos dados optou-se pelo questionário, disponibilizado on-line para a amostra de 16 empresários juniores e a entrevista, que foi realizada com os 5 membros que compõem a atual diretoria executiva da empresa.

2 EMPRESA JÚNIOR: ESPAÇO DE PRÁTICAS ACADÊMICAS

A seguir, será apresentado o referencial teórico utilizado como base para a execução do presente estudo, no qual serão abordados a relação teoria-prática e o Movimento Empresa Júnior (MEJ) para fundamentar a análise dos resultados.

2.1 A relação teoria-prática

Historicamente, o processo educacional brasileiro era fundamentado na Pedagogia Tradicional. Durante esse período, o aluno assumia o papel de receptáculo e o professor detentor do conhecimento. Esta Pedagogia baseava-se em um ensino direto e rigoroso, determinado por um currículo inflexível e focado no professor (CAVAZOS, 2013, p. 41). Dessa forma, o ensino não se fundamentava na relação teoria-prática, o que limitava o processo ensino-aprendizagem e a construção de conhecimento.

A partir do surgimento da Pedagogia Crítico Social dos Conteúdos, discutida por Dermeval Saviani na década de 70, houve uma reorganização do processo educacional brasileiro que passou a se preocupar com a função transformadora da educação em relação à sociedade. Esta pedagogia, segundo Saviani (2005, p. 88), busca “compreender a questão educacional com base no desenvolvimento histórico objetivo”.

Aranha (1996, p. 216) complementa dizendo que a Pedagogia Crítico Social dos Conteúdos busca “construir uma teoria pedagógica a partir da compreensão de nossa realidade histórica e social, a fim de tornar possível o papel mediador da educação no processo de transformação social”. Assim, passou-se a estreitar a relação entre a teoria e a prática visando desenvolver o conhecimento do aluno a partir da resolução de problemas reais da sociedade.

No cenário atual, observa-se que o ambiente acadêmico preocupa-se cada vez mais em harmonizar essa articulação, buscando reduzir a distância entre o que é ensinado na sala de aula e o que acontece na prática (FEITOSA E FRANCO, 2006). Com isso, o ensino-aprendizagem dos estudantes universitários torna-se mais produtivo à medida que os discentes têm a oportunidade de solucionar problemas reais ao aplicarem os conhecimentos teóricos aprendidos durante a academia.

Para Mogika (2003), ao não relacionar a teoria e a prática, a tendência ao empobrecimento teórico da formação ocorrerá frequentemente, o que pode contribuir para a dificuldade de compreensão e aprendizagem dos alunos. Portanto, é necessário que as universidades desenvolvam meios para que haja essa articulação, tendo em vista sua importância para o desenvolvimento profissional dos universitários.

Como uma das estratégias para incentivar as universidades a trabalhem a relação teoria-prática, estão as Diretrizes Curriculares dos Cursos de Graduação que, segundo o Parecer da CNE/CES 776/97, são orientações para a construção dos currículos acadêmicos que devem ser respeitadas por todas as instituições de ensino superior (IES). O Parecer 776/97, aprovado pela CNE/CES em dezembro de 1997, tem como propósito nortear essas diretrizes para “assegurar a flexibilidade e a qualidade da formação oferecida aos estudantes”.

O Parecer em questão apresenta princípios que devem ser observados pelas diretrizes curriculares, sendo alguns destes:

- I. Incentivar uma sólida formação geral, necessária para que o futuro graduado possa vir a superar os desafios de renovadas condições de exercício profissional e de produção do conhecimento, permitindo variados tipos de formação e habilitações diferenciadas em um mesmo programa;
- II. Estimular práticas de estudos independentes, visando uma progressiva autonomia profissional e intelectual do aluno;
- III. Encorajar o reconhecimento de conhecimentos, habilidades e competências adquiridas fora do ambiente escolar, inclusive as que se refiram à experiência profissional julgada relevante para a área de formação considerada;
- IV. Fortalecer a articulação da teoria com a prática, valorizando a pesquisa individual e coletiva, assim como os estágios e a participação em atividades de extensão (PARECER CNE 776/97)

Feitosa e Franco (2006) ressaltam que podem ser utilizadas diferentes alternativas, permitindo aos estudantes serem inseridos em um ambiente que lhes proporcione o conhecimento da realidade de trabalho e associação do aprendiz

da sala de aula com o conhecimento organizacional. A exemplo disso, há programas de extensão desenvolvidos nas universidades como cursos de práticas, estágios curriculares, ligas acadêmicas e as Empresas Juniores.

Dessa forma, observa-se que as universidades preocupam-se em tornar o processo de ensino mais produtivo, fazendo com que haja uma participação mais ativa dos alunos na construção do conhecimento. Isso vem ocorrendo, também, devido à crescente utilização das metodologias ativas que, segundo Bastos (2006, p. 10) são “processos interativos de conhecimento, análise, estudos, pesquisas e decisões individuais ou coletivas, com a finalidade de encontrar soluções para um problema”.

Para Cohen (2017), uma metodologia ativa “tem como premissa que apenas ver e ouvir um conteúdo de maneira apática não é suficiente para absorvê-lo”. Portanto, é fundamental que os alunos tornam-se protagonistas no processo de ensino, sendo desafiados a solucionar problemas e situações reais da sociedade em que estão inseridos.

Posto isso, torna-se evidente que, ao longo dos anos, o processo educacional brasileiro passou por mudanças que visam contribuir para uma melhor construção do conhecimento dos graduandos. Observa-se que há uma maior preocupação em articular a relação entre os conhecimentos teóricos com a prática a fim de formar profissionais que adquiram valores e experiências para mudar e melhorar a sociedade em que vivem.

Nesse contexto, as Empresas Juniores exercem um papel importante para o estreitamento dessa relação, tendo em vista que, dentro dessas organizações, os associados colocam em prática os conhecimentos teóricos trabalhados pelos professores ao realizarem projetos para clientes reais. Além disso, os empresários juniores exercem, constantemente, a criatividade, visão crítica, organização e liderança, o que enriquece o processo de formação profissional durante a academia.

2.2 Movimento Empresa Júnior (MEJ)

O Movimento Empresa Júnior inicia em 1967 a partir da fundação da Junior Enterprise, a primeira empresa júnior do mundo em Paris, na França. Alunos da L'École Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales (ESSEC) criaram a empresa com o propósito de adquirirem competências relacionadas à gestão, onde colocavam em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula dentro de uma realidade empresarial (AVENI; FERREIRA, 2016, p. 80).

Segundo Cunha (2013), em 1969, dois anos após a criação da primeira Empresa Júnior, empresários juniores de 20 novas empresas fundaram a Confederação Francesa de Empresas Juniores que, em 1986, somava mais de 100 empresas. Durante esse período, o Movimento se expandiu por toda a Europa atraindo países como Alemanha, Bélgica, Itália, Portugal e Holanda.

No Brasil o movimento chega após 20 anos da sua criação, em 1987, quando alunos dos cursos de Administração, Direito e Economia da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, orientados por João Carlos Chaves, Diretor da Câmara de Comércio Franco-Brasileira da época, fundaram a primeira Empresa Júnior brasileira: EJFGV (CUNHA, 2013).

A partir disso, o Movimento Empresa Júnior expandiu-se rapidamente por todas as regiões do país sendo necessária a criação de uma instituição que regularizasse as atividades das Empresas Juniores. Assim, em 2003 fundou-se a

Confederação Brasileira de Empresas Juniores (BJ), que tem como missão “formar por meio da vivência empresarial, empreendedores comprometidos e capazes de transformar o Brasil” (BRASIL JÚNIOR, 2010).

Após 13 anos da fundação da BJ, em abril de 2016 foi criada a Lei 13.267, conhecida como a Lei das Empresas Juniores, que disciplina a criação e organização dessas instituições com funcionamento perante às universidades. (PLANALTO, 2016).

Com o sucesso do Movimento Empresa Júnior no Brasil, surgiram as Federações que têm como objetivo dar suporte às Empresas Juniores e representá-las em cada estado brasileiro frente às autoridades governamentais, clientes e a sociedade como um todo. Segundo a Brasil Júnior (2020), o Movimento conta hoje com 27 federações que representam 26 estados e o Distrito Federal, conforme a imagem 1.

Imagem 1: Federações do Movimento Empresa Júnior no Brasil



Fonte: Autor, 2020

Cada uma dessas Federações oferecem oportunidades exclusivas às Empresas Juniores a elas filiadas, proporcionando um maior contato com a Rede, sendo este considerado o fator mais importante para a filiação em uma Federação (BONNA, 2017). Assim, ao estarem vinculadas ao Movimento através das Federações, essas organizações deixam de trabalhar de forma individualizada e passam a compartilhar com os membros de outras Empresas Juniores conhecimentos e experiências que beneficiam o seu crescimento.

Somado a isso, as Empresas Juniores federadas adquirem um caráter diferenciado no mercado, pois ganham credibilidade e são reconhecidas pelas instituições de ensino superior, empresas e clientes (DORETO, 2009). Com isso, ao fazerem parte dessa Rede ganham visibilidade, o que possibilita um maior *networking* e fechamento de contratos de serviços.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo, de caráter exploratório, adotou o método quantitativo a fim de traduzir em números as opiniões e informações dos participantes da pesquisa para classificá-las e analisá-las (MENEZES; SILVA, 2005, p. 20). Somado a isso, adotou-se, também, o método qualitativo, pois possibilitou abranger condições contextuais do ambiente onde os participantes vivem, representando suas opiniões e perspectivas.

Relativo ao caráter do estudo, a pesquisa exploratória apresentou-se como a mais apropriada para tipo de trabalho que objetivou-se desenvolver, tendo em vista que proporciona maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito (GIL, 2002, p. 41). Para o desenvolvimento da pesquisa exploratória, fez-se um estudo de campo que, para Freitas e Prodanov (2013, p. 59), “consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que presumimos relevantes, para analisá-los”.

A pesquisa de campo foi realizado no Centro de Empreendedorismo Universitário da Universidade Federal do Maranhão, onde atualmente está localizado o escritório da Estratégica Empresa Júnior, objeto deste estudo, durante os meses de Janeiro e Fevereiro, completando 8 semanas. Assim como nas demais Empresas Juniores, algumas atividades da Estratégica são realizadas *home office*. Dessa forma, fez-se necessário realizar a observação das atividades tanto presencial quanto virtual, através da multiplataforma de mensagens *WhatsApp*, onde os empresários juniores discutem assuntos referentes à Empresa Júnior em um grupo criado no aplicativo.

Para Gil (2002, p. 53), “somente com essa imersão na realidade é que se podem entender as regras, os costumes e as convenções que regem o grupo estudado”. Sendo assim, buscou-se uma aproximação com o objeto de estudo com o propósito de obter dados contextuais sobre o ambiente, indivíduos e interações.

Os instrumentos utilizados para a coleta de dados foram o questionário e a entrevista. O questionário contém 11 perguntas, sendo 10 fechadas e 1 aberta, desenvolvidas com o propósito de conhecer o perfil dos empresários juniores da Estratégica, além de analisar a percepção dos participantes sobre as contribuições da Empresa Júnior. Em relação à entrevista, foi desenvolvido um roteiro com perguntas pré-definidas, o que facilitou coletar as informações necessárias para a resposta do problema da pesquisa. As perguntas da entrevista seguiram uma lógica, iniciando com questões sobre a evolução pessoal e finalizando com indagações acerca do desenvolvimento profissional dos entrevistados.

A amostra foi delimitada em 16 membros efetivos da Estratégica, distribuídos entre consultores e diretores. Todos os 16 membros fizeram parte da coleta por questionário disponibilizado on-line. Já as entrevistas, foram realizadas apenas com os 5 membros que compõem a atual diretoria executiva da empresa, tendo em vista que, enquanto diretores, esses membros possuem mais tempo dentro da

organização e, em razão disso, teriam mais facilidade ao responderem os questionamentos.

Após a conclusão destas etapas foi desenvolvido um relatório de observação das atividades realizadas na Empresa Júnior, a fim de documentar as informações levantadas. Para tabulação e análise descritiva dos dados dos questionários utilizou-se uma planilha de controle que facilitou visualizá-los e compará-los. Quanto às entrevistas, realizou-se a transcrição das respostas de cada entrevistado e, mediante o método de análise de conteúdo apresentado por Bardin, fez-se o estudo das informações adquiridas buscando responder o problema da pesquisa.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Inicialmente, com o propósito de identificar o perfil dos membros da Estratégica Empresa Júnior, questionou-se a idade e sexo dos associados. 6,3% dos empresários juniores responderam que têm idade entre 17 a 18 anos, 43,8% entre 19 a 20 anos, 37,5% entre 21 a 22 anos e 12,5% têm mais de 23 anos. Quanto ao sexo dos respondentes, 37,5% são do sexo masculino e 62,5% são do sexo feminino.

Ao serem questionados sobre quando iniciaram a fazer parte da Empresa Júnior, 62,5% dos entrevistados foram efetivados logo quando estavam no primeiro ano da graduação (1º e 2º período), 25% no segundo ano (3º e 4º período), 12,5% no terceiro ano (5º e 6º período) e nenhum respondente no último ano (7º e 8º período).

A fim de inferir um melhor resultado, foi analisado o histórico de efetivação dos membros da empresa e observou-se uma quantidade significativa de empresários juniores efetivados durante o 1º e 2º período do curso de Administração. Dessa forma, infere-se que ao longo do primeiro ano na academia os alunos buscam a Empresa Júnior como um complemento ao processo de ensino-aprendizagem, não ficando restritos à sala de aula.

Segundo a Diretora de Gente e Gestão da Estratégica, não existe uma época ideal para participar do processo seletivo da empresa, pois a preocupação é selecionar membros que se mostrem comprometidos em fazer parte do Movimento e que estejam motivados em adquirir novas experiências e conhecimentos. Portanto, não há restrições aos alunos que desejam fazer parte da Estratégica, exceto estarem regularmente matriculados no curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão, na qual a empresa está vinculada.

Ao averiguar o tempo que os membros pretendiam permanecer na empresa antes de serem efetivados, constatou-se que 25% pretendia manter-se por 1 ano, 31,25% por 1 ano e meio, 25% por 2 anos e 18,75% por mais de 2 anos. Relativo a este questionamento, os respondentes pontuaram os seguintes motivos para permanência, conforme o quadro 1.

Quadro 1 - Motivo do tempo de permanência na Empresa Júnior

Entrevistado	Tempo de permanência pretendido	Motivo da permanência
---------------------	--	------------------------------

A	Mais de 2 anos	“Para permanecer na empresa até terminar o curso e passar por todas as etapas”
B	1 ano	“Para conhecer mais sobre o MEJ, além de ter novas experiências, compartilhar conhecimentos e agregar tudo ao mercado de trabalho, tornando-me uma profissional de excelência”
C	2 anos	“Era o tempo que eu mantinha uma gestão como consultor e outra como diretor”
D	Mais de 2 anos	“Pois eu pretendia vivenciar todas as experiências que a EJ podia proporcionar, desde a cargos de liderança até os eventos de capacitação”
E	1 ano	“Acho que é um tempo suficiente para vivenciar novas experiências dentro da empresa”
F	1 ano e meio	“Aprendizagem e Desenvolvimento”
G	2 anos	“Almejava ser diretora e porque acredito que esse seja um tempo bom para conquistar as experiências do movimento empresa júnior, e quem sabe até 3 anos”
H	1 ano	“Adquirir experiência profissional”
I	2 anos	“Conhecimento/aprendizado”
J	1 ano e meio	“Ajudar no crescimento da empresa e ganhar experiência”
K	1 ano e meio	“Porque eu quero focar em outros projetos do curso”
L	Mais de 2 anos	“Para ajudar cada vez mais as empresas de São Luís e a EJ a crescer e atender mais empresas”
M	1 ano	“Considero que seja tempo suficiente para colaborar com a empresa e depois começar novos projetos”
N	2 anos	“Período suficiente para absorver o necessário e aproveitar outras oportunidades do curso”
O	1 ano e meio	“Para ajudar a empresa crescer e crescer nela também”
P	1 ano e meio	“Desenvolvimento de habilidades e competências para conseguir um estágio de alto nível”
Total de respondentes		16

Fonte: Autor, 2020.

Observa-se que, dentre os motivos dos integrantes, a experiência e o desenvolvimento profissional são dois fatores importantes levados em consideração pelos empresários juniores. Além disso, o tempo de permanência na empresa de alguns entrevistados está relacionado com o pensamento de buscar novos projetos dentro do curso, a exemplo das ligas acadêmicas, grupos de pesquisa, etc.

É possível analisar de forma quantitativa estes resultados no quadro 2. Nota-se que, no quadro anterior, alguns dos respondentes pontuaram mais de um

motivo para permanência, assim, a construção do quadro 2 foi realizada selecionando as sentenças mais repetidas pelos empresários juniores, obtendo os seguintes percentuais de respostas:

Quadro 2 - Dados quantitativos dos motivos para permanência na empresa

Semelhanças	Respostas
Ter novas experiências e conhecimentos	37,50%
Passar por todas as etapas da empresa	18,75%
Focar em outros projetos	18,75%
Desenvolvimento profissional	18,75%
Ajudar no crescimento da empresa	25,00%

Fonte: Autor, 2020.

Quanto aos motivos pelos quais os membros resolveram participar do processo seletivo da empresa, 87,5% afirmaram que foi pela experiência profissional, 50% afirmaram que foi pela possibilidade de aplicar conhecimentos teóricos, 50% pela curiosidade, 18,75% por indicação de amigos e 12,5% por status. Os respondentes podiam marcar mais de uma opção dentre as relacionadas, conforme a tabela 1.

Tabela 1 - Motivos para participar do processo seletivo da Estratégica

Opções de respostas	Respostas	
Curiosidade	50,00%	8
Indicação de amigos	18,75%	3
Status	12,50%	2
Experiência profissional	87,50%	14
Possibilidade de aplicar conhecimentos teóricos	50,00%	8
Total de respondentes		16

Fonte: Autor, 2020.

A tabela 2 mostra o percentual dos atuais motivos que levam os empresários juniores da Estratégica a continuarem na empresa. 93,75% afirmaram que é pela possibilidade de aplicação prática de conhecimentos teóricos, 87,5% pelo conhecimento, 62,50% pela vivência profissional, 62,50% pela capacitação, 56,25% pelas relações interpessoais e 50% responderam que é pelo trabalho em equipe. Além disso, 25% dos respondentes selecionaram a opção “outro” e comentaram que, dentre os motivos da permanência na empresa, estão o “compromisso com o time”, “a família Estratégica”, “o poder de impactar a sociedade” e “oportunidade de fazer a diferença”.

Tabela 2 - Motivos atuais para permanência na Estratégica

Opções de respostas	Respostas	
Trabalho em equipe	50,00%	8
Conhecimento	87,50%	14
Vivência profissional	62,50%	10
Capacitação	62,50%	10
Relações interpessoais	56,25%	9
Aplicação prática de conhecimentos teóricos	93,75%	15
Outro	25,00%	4
Total de respondentes		16

Fonte: Autor, 2020.

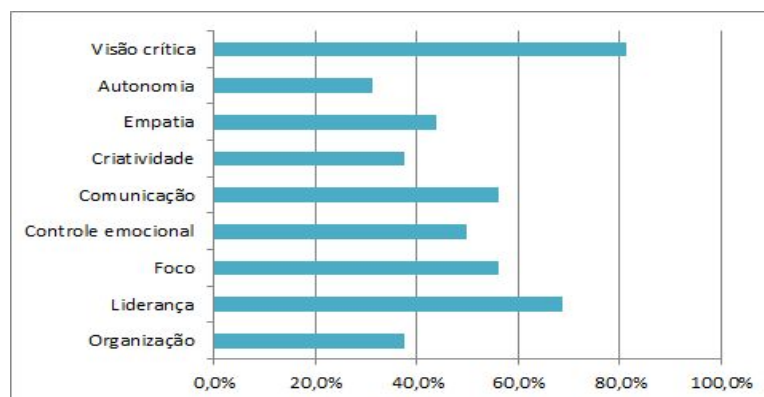
É interessante observar que, ao serem questionados anteriormente sobre os motivos da participação no processo seletivo da Estratégica, apenas 50% dos entrevistados responderam que foi pela possibilidade de aplicar conhecimentos teóricos. Ao serem novamente indagados sobre a oportunidade de aplicação prática da teoria na empresa, considerando um dos motivos atuais para permanência na Estratégica, 93,75% afirmam que continuam na empresa por este motivo.

Assim, deduz-se que durante a permanência dos associados na empresa, estes passam a ter uma nova visão acerca da relação teoria-prática. Segundo o Diretor Administrativo-financeiro da Estratégica, “as situações que envolvem as atividades da Empresa Júnior fazem com que as lições diárias nas quais temos contato na sala de aula encontrem uma aplicação prática”. Reforçando esta declaração, 93,75% dos entrevistados concordam totalmente sobre conseguirem aproximar os conhecimentos teóricos da prática, 6,25% concorda parcialmente e nenhum respondente discorda.

Dessa forma, 100% dos respondentes conseguem estabelecer uma relação entre a teoria e prática dentro da empresa, mesmo que parcialmente. Este dado corrobora com os estudos de Aveni e Ferreira (2016) que defendem a importância da Empresa Júnior como um elo entre a academia e o mercado, possibilitando aos associados a realização de projetos práticos.

Em relação às habilidades adquiridas pelos respondentes após efetivação na Empresa Júnior, constatou-se que, dentre as habilidades listadas no questionário, 81,25% responderam que adquiriram visão crítica, 68,75% liderança, 56,25% foco, 56,25% comunicação, 50% controle emocional, 43,75% empatia, 37,5% organização, 37,5% criatividade e 31,25% autonomia, conforme o gráfico 1.

Gráfico 1 - Habilidades adquiridas na Empresa Júnior



Fonte: Autor, 2020.

Ao observar o gráfico 1, verifica-se que, dentre as habilidades adquiridas pelos respondentes, a visão crítica foi a mais pontuada. Durante a etapa de observação, notou-se que a empresa exige que os membros desenvolvam visão sistêmica de toda a organização para que a tomada de decisão seja mais estratégica, corrigindo falhas e evitando erros. Além disso, os membros conseguem trabalhar para que as metas sejam atingidas com mais eficácia.

É interessante perceber que as habilidades adquiridas pelos participantes da Empresa Júnior estão relacionadas com as atividades realizadas na organização. Ao desenvolverem processos e realizarem projetos, os membros colocam na prática os conhecimentos teóricos trabalhados pelos professores na sala de aula e, em virtude disso, desenvolvem habilidades que os preparam profissionalmente para assumirem posições de liderança e solucionar problemas da sociedade em que vivem.

Notou-se, também, que ao fazerem parte da Empresa Júnior, os membros conseguem adquirir características e experiências importantes que aumentam suas competências e vantagens corporativas. Tocante a isso, ao serem questionados se a Estratégica é um diferencial no currículo profissional, 100% dos respondentes concordaram totalmente. Para a Diretora de Gente e Gestão, dentro da Empresa Júnior há experiências em diferentes áreas que capacitam os membros a serem mais flexíveis e adaptáveis, o que é um grande diferencial no currículo profissional dos associados.

Por fim, perguntou-se aos respondentes se os professores os percebem positivamente por fazerem parte do Movimento. 56,25% concordam totalmente, 43,75% concordam parcialmente e nenhum respondente discorda. Dessa forma, 100% dos respondentes concordam que são bem vistos pelos professores, mesmo que parcialmente.

Constatou-se que a participação dos empresários juniores no Movimento é apoiada pelos docentes, uma vez que os professores orientam estes alunos fornecendo materiais como artigos, vídeos, manuais e cursos para que tenham um embasamento e aperfeiçoem as práticas de gestão na empresa. Somado a isso, mediante suas experiências com o mercado, os professores revisam entregas de propostas comerciais e relatórios de projetos com o objetivo de ajudar os empresários juniores a agregarem valor aos seus clientes.

Diante dos dados levantados, percebeu-se que a estrutura organizacional da Empresa Júnior propicia aos participantes uma melhor compreensão e aprendizagem dos conteúdos trabalhados na academia, tendo em vista que, ao desenvolverem as atividades da organização como, por exemplo, a construção de

planejamentos, ordenação de recursos materiais e humanos, tomada de decisões e controle de resultados, os empresários juniores conseguem harmonizar a articulação entre a teoria e a prática

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou analisar o papel que a Empresa Júnior desempenha aos seus membros enquanto ambiente de desenvolvimento profissional, fundamentando-se na percepção dos empresários juniores da Estratégica Empresa Júnior de Administração da Universidade Federal do Maranhão.

Ao fim do trabalho, pode-se concluir que, para 100% dos respondentes, a Empresa Júnior é entendida como uma organização de aprendizagem que possibilita aos membros a aplicação prática dos conhecimentos teóricos desenvolvidos em sala de aula. Dentro desse ambiente, os membros são desafiados a desenvolverem atividades e a solucionar problemas reais do mercado no qual estão inseridos, como negociar com clientes e realizar projetos.

Ao longo do percurso na empresa júnior, verificou-se que os membros desenvolvem habilidades tanto técnicas quanto comportamentais que contribuem com a formação profissional. A exemplo da liderança, análise crítica, comunicação, criatividade e inovação, que propiciam a construção de um perfil empreendedor tornando os empresários juniores mais capacitados para atuarem no mercado de trabalho.

Somado a isso, observou-se, por fim, que a estrutura organizacional da Estratégica viabiliza aos membros experiências em diferentes áreas, não restringindo-os às diretorias nas quais são designados. Dessa forma, este ambiente de aprendizagem propicia aos empresários juniores a aplicação e aperfeiçoamento dos variados conhecimentos adquiridos na academia.

Este trabalho espera ter contribuído para o entendimento do leitor em relação ao papel que a Empresa Júnior desempenha na construção do perfil profissional dos empresários juniores e, principalmente, de que forma esta organização de aprendizagem estreita a relação entre a teoria e a prática.

Contudo, o desenvolvimento desta pesquisa não pretendeu apresentar conclusões universalizáveis. Sendo assim, sugere-se para futuras pesquisas o aprofundamento das informações levantadas considerando a percepção dos participantes de outras Empresas Juniores, com o propósito de constatar semelhanças e identificar novos dados. Além disso, recomenda-se às futuras pesquisas que utilizem como parte da amostra os ex membros dessas empresas, denominados de pós juniores, a fim de analisar de que modo a Empresa Júnior impactou na vida profissional.

REFERÊNCIAS

ARANHA, M. L. **Filosofia da educação**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 1996.

AVENI, Alessandro; FERREIRA, H. **Empreendedorismo social**: a inovação do movimento das empresas Júnior no Brasil. *Universitas Gestão e TI*, Brasília, v. 6, n. 2, p. 77-86, jul./Dez. 2016.

BASTOS, C. C. **Metodologias ativas**. 2006. Disponível em: <<http://educacaoemedicina.blogspot.com/2006/02/metodologias-ativas.html>>. Acesso em: 16 de mar. de 2020.

BONNA, Iuri. **A Importância da Federação para sua EJ**. São Paulo, 13 de junho de 2017. Disponível em: <<https://medium.com/@catijr/a-import%C3%A2ncia-da-federa%C3%A7%C3%A3o-para-sua-ej-ed284e58d63f>>. Acesso em: 30 de jan. de 2020.

BRASIL JÚNIOR. **Conheça o Movimento Empresa Júnior**. Disponível em: <<https://www.brasiljunior.org.br/conheca-o-mej>>. Acesso em: 29 de jan. de 2020.

BRASIL. **Lei 13.267**, de abril de 2016. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13267.htm>. Acesso em: 13 de fev. de 2020.

BRASIL. Ministério da Educação. **Parecer CNE/CES n. 776/97**, de 03 de dezembro de 1997. Dispõe sobre as orientações para as diretrizes curriculares dos cursos de graduação. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf_legislacao/superior/legisla_superior_parecer77697.pdf>. Acesso em: 18 de fev. de 2020.

CARVALHO, G; SANGALETTI, C. Introdução ao Movimento Empresa Júnior. In: MORETTO NETO, L. et al. (Org.). **Empresa Júnior: espaço de aprendizagem**. Florianópolis: Ed. Pallotti, 2004.

CAVAZOS, Jorge R. **Una mirada a la pedagogía tradicional y humanista**. Disponível em: <http://eprints.uanl.mx/3681/1/Una_mirada_a_la_pedagog%C3%ADa_tradicional_y_humanista.pdf>. Acesso em: 10 de mar. de 2020.

COHEN, Marleine. **Alunos no centro do conhecimento**. REDAÇÃO ENSINO SUPERIOR, 18 de Abril de 2017. Disponível em: <<https://revistaeducacao.com.br/2017/04/18/foco-no-aluno/>>. Acesso em 06 de jan. de 2020.

CUNHA, Filipe Apolo Gomes da. **DNA Júnior**, versão 1.1. Brasil Júnior. Disponível em: <https://ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/agrobio/DNA_Junior_EJ18.pdf>. Acesso em: 17 de fev. de 2020.

DORETO, Felipe. **Federar ou não federar?** 17 de julho de 2009. Disponível em: <<http://omeumovimento.blogspot.com/2009/07/federar-ou-nao-federar.html>>. Acesso em: 05 de fev. de 2020.

FEITOSA, M.G.G.; FRANCO, A.P. **Da sala de aula de aula ao mundo empresarial: compreendendo a aprendizagem dos consultores juniores em suas relações com o sistema cliente.** In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXX., 2006, Salvador. Anais [...]. Salvador, Bahia: [s. n.], 2006. v. 1. CD-ROM.

FREITAS, Ernani Cesar; PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

GIL, Antônio C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MENEZES, E. M; SILVA, E. L. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação.** 4ª ed. Rev. Atual, Florianópolis, Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2005.

MOGIKA, M. **Educar para a democracia.** Cad Pesquisa. 2003.

SAVIANI, Dermeval. **Pedagogia histórico-crítica.** 9 ed. Campinas, São Paulo: Autores Associados, 2005.

SCHMITZ, Suzana; TOLFO, Suzana da Rosa;. **A formação de consultores em uma empresa júnior.** Revista ANGRAD, v. 6, n. 2, p. 25-40, 2005