



Revista da Extensão

UNIFAMMA

Centro Universitário

VOLUME 1, 1- 2019

**EMPRESAS JUNIORES: RESULTADOS DA CONEM – EMPRESA JR DO
CENTRO UNIVERSITÁRIO METROPOLITANO DE MARINGÁ – UNIFAMMA**

Thiago Silva Prado (UNIFAMMA)¹

Filipe Barbosa Regatieri (UNIFAMMA)²

Luiz Carlos Ferreira de Lima (UNIFAMMA)³

Marcos Marotti dos Santos Filho (UNIFAMMA)⁴

RESUMO

O Movimento de Empresas Juniores (MEJ) é uma atividade comum em determinadas Faculdades, Centros Universitários e Universidades. Entretanto, pouco se vê esse tipo de empreendimento em instituições privadas. Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo geral conhecer as rotinas e andamento das atividades da CONEM – Consultoria Empresarial Júnior UNIFAMMA. A CONEM está vinculada ao Centro Universitário Metropolitano de Maringá-UNIFAMMA, localizada na cidade de Maringá, PR. Para alcançar os objetivos propostos, foi realizado um estudo de caso, em que os empresários juniores disponibilizaram informações sobre os atendimentos e serviços que já prestaram para a comunidade interna e externa. Os resultados apontaram que existe uma demanda grande de trabalho para o campo de atuação da EJ (Empresa Júnior), que envolve Recrutamento, Seleção e Treinamentos.

Palavras-chave: Empresa Júnior; Consultoria Empresarial; Recrutamento e Seleção; Treinamentos.

¹ Professor do Centro Universitário UNIFAMMA e coordenador do Projeto CONEM – Consultoria Empresarial UNIFAMMA. Mestre em Ensino pela Universidade Norte do Paraná – UNOPAR, especialista em Psicopedagogia clínica e institucional pela Universidade Estadual de Maringá – UEM, MBA em Gestão de Pessoas e Marketing pela UNIFAMMA e graduado em Administração pela UNIFAMMA.

² Graduando em Administração pelo Centro Universitário Metropolitano de Maringá e Vice-presidente na Consultoria Empresarial Júnior – CONEM.

³ Graduando em Administração pelo Centro Universitário Metropolitano de Maringá e secretário na Consultoria Empresarial Júnior – CONEM.

⁴ Graduando em Administração pelo Centro Universitário Metropolitano de Maringá e Presidente na Consultoria Empresarial Júnior – CONEM.



Introdução

Promover a prática no ensino superior é um grande desafio para as instituições, principalmente na atual conjuntura, em que existem muitas Faculdades e Universidades, ofertando os mais variados cursos, com formas de acesso atraentes, facilitando o ingresso de pessoas que sempre sonharam em ter um curso de graduação.

Dessa forma, uma EJ (Empresa Júnior) pode ser considerada como um atrativo aos candidatos que não possuem experiência profissional na área de estudos escolhida, ou seja, mesmo que o aluno nunca tenha trabalhado, pode se inscrever no processo seletivo e desenvolver seus conhecimentos, habilidades e atitudes, o que inclusive acaba de certa forma sendo uma garantia de maior facilidade de empregabilidade no futuro.

Nessa perspectiva, o presente estudo tem por investigação saber como acontecem os trabalhos de uma Empresa Júnior na cidade de Maringá/PR, voltada para área de Recrutamento, Seleção e Treinamentos, atendendo o público interno e externo de uma Instituição de Ensino privada na mesma cidade.

Em relação aos objetivos, temos como geral conhecer as rotinas e andamento das atividades da CONEM – Consultoria Empresarial Júnior UNIFAMMA, mantida e apoiada pelo curso de Administração do Centro Universitário onde está inserida. E, por específicos, fazer um apanhado sobre os principais conceitos de Empresas Juniores, Recrutamento, Seleção e Treinamentos; Apresentando os relatos de atividades realizadas entre os anos de 2017 e 2018 na referida EJ, e, por fim, discutir os reflexos da CONEM junto aos empresários juniores, a sociedade acadêmica e comunidade em geral.



Compreender então como é a rotina dos empresários juniores é relevante principalmente no sentido de verificar se aquilo que absorvem em sala de aula pode realmente ser aplicado nas rotinas de uma empresa. Se sim, ou seja, se a prática vai ao encontro dos conteúdos curriculares, a avaliação está além dos benefícios para os participantes, pois, podemos considerar que os cursos de origem dos membros da EJ estão atingindo os seus respectivos planos, ao preparar efetivamente os seus egressos para atuar com brilhantismo no mercado de trabalho.

Para a sociedade acadêmica, o presente relato serve como uma fonte de conhecimento sobre o que são Empresas Júniores, incentivando outros alunos a buscarem colocar em prática os conhecimentos advindos da sala de aula. Já para a comunidade local, a EJ é um apoio de grande valia, uma vez que qualquer pessoa pode participar dos programas e serviços oferecidos. No caso da CONEM, de orientações vocacionais e de currículo, processos de recrutamento e seleção, assim como treinamentos específicos.

Os procedimentos metodológicos adotados envolvem um estudo de caso, ao verificar exclusivamente as práticas da CONEM UNIFAMMA, por meio de uma pesquisa qualitativa, descritiva e explicativa. Os dados foram coletados em pesquisa documental, onde os empresários juniores disponibilizaram algumas informações úteis ao presente artigo. Ressaltamos que, para cumprir os protocolos éticos, nenhum nome ou dados de terceiros estarão divulgados, somente estatísticas e resultados das ações e rotinas da EJ.

O texto está dividido em seis capítulos. Nessa distribuição, o primeiro refere-se à introdução, seguida de um capítulo elaborado com base nas informações do Movimento Brasil Júnior (MBJ), com considerações sobre conceitos e práticas das Empresas Júniores. O item três trata sobre a gestão de pessoas, pois, como as atividades da CONEM UNIFAMMA se desmembram em Recrutamento, Seleção e



Treinamento (temas abordados no capítulo quatro), faz-se necessário conhecer de onde vêm essas práticas.

A seguir, temos os procedimentos metodológicos utilizados para a elaboração do presente artigo e também um texto com os relatos das rotinas da EJ, ou seja, uma explanação acerca dos trabalhos que já foram realizados pelos empresários juniores e as perspectivas futuras para a empresa.

Empresa Júnior: considerações de acordo com os documentos dispostos pelo Movimento Brasil Júnior - MBJ

De acordo com o Movimento Brasil Júnior (MBJ), uma Empresa Júnior (EJ) é formada por acadêmicos que prestam serviços dos mais diversos segmentos, para instituições, organizações etc. Os alunos participantes do projeto colocam em prática conhecimentos adquiridos e se especializam em sua área de atuação, tendo acesso direto com o mercado interno e externo (MACHADO; VERDE, 2014).

De acordo com o Conselho Nacional de Empresas Juniores (CNEJ), as EJ são formadas com a junção de alunos com interesse em auxiliar o mercado profissional, com capacidade e comprometimento em “transformar o Brasil” (MACHADO; VERDE, 2014, p. 06). São sempre vinculadas a pelo menos um curso de graduação e todo serviço prestado é orientado e supervisionado por professores e profissionais especializados, entretanto, os empresários juniores trabalham de forma autônoma em relação ao vínculo com a IES.

Em relação à prestação de serviços, os empresários juniores têm que seguir alguns protocolos e precisam cumprir pelo menos uma das características seguintes:

1. Estejam inseridos no conteúdo programático do(s) curso(s) de graduação a que ela for vinculada;
2. Sejam fruto de competências ou qualificações decorrentes do conteúdo programático do(s) curso(s) de graduação a que ela for vinculada;
3. Sejam atribuições



VOLUME 1, 1- 2019

da categoria de profissionais, determinados por lei regulamentadora das categorias profissionais, à qual os alunos de graduação do(s) curso(s) de graduação a que ela for vinculada fizeram parte (MACHADO; VERDE, 2014, p. 06).

Os recursos financeiros adquiridos pelas Empresas Juniores, advindos de prestação de serviços, não podem de forma alguma se destinar aos acadêmicos integrantes da EJ e para a instituição de ensino a qual a mesma está vinculada. A renda deverá ser revertida em ações e atividades educacionais (MACHADO; VERDE, 2014).

O Movimento Brasil Junior destaca que as EJ transformam universitários em empreendedores, estes são formados no decorrer da vivência empresarial, onde por meio das atividades, adquirem habilidades e competências ao realizarem projetos e serviços com qualidade, prestado à gestão das empresas contratantes e divulgando o empreendedorismo aos demais universitários (MACHADO; VERDE, 2014).

O termo empreendedor utilizado não seria que acadêmicos concluintes da graduação tornar-se-ão empresários. O intuito é estimular o “indivíduo que, por meio de aprofundada competência em gestão e elevado senso de responsabilidade, é capaz de gerar resultados de grande impacto e abrangência na sociedade” (MACHADO; VERDE, 2014, p. 07-08).

O Movimento Empresa Junior (MEJ) iniciou-se em 1967, em Paris na França, por meio de universitários da *L'École Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales* (ESSEC), com o intuito de buscarem uma formação acadêmica além da sala de aula, colocando em prática todo o conhecimento teórico recebido (MACHADO; VERDE, 2014).

Em meados de 1986, o MEJ, já estava presente em outros países como Bélgica, Holanda, Alemanha, Portugal e Itália, chegando ao Brasil em 1987. A seguir, temos um quadro apresentando um histórico do desenvolvimento e evolução das Empresas Juniores.



Quadro 1 – Histórico do Movimento Empresa Júnior (MEJ)

Surgimento MEJ	1967	Surge a primeira Empresa Júnior em Paris, na França. Alunos da ESSEC – <i>L'École Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales</i> , conscientes da necessidade de complementarem os seus conhecimentos por meio da aplicação prática dos mesmos, criaram a <i>Junior Entreprise</i> , uma associação que proporcionasse realidade empresarial, antes da conclusão dos cursos que estavam realizando (p. 03).
Ascensão na Europa	1969	Depois de um mapeamento de mais de 20 Empresas Júniores, os empresários decidiram se juntar e criar a Confederação Francesa de Empresas Júniores (p. 03).
	1986	Quando o Movimento atingiu a marca de mais de 100 empresas, países como Bélgica, Holanda, Alemanha, Portugal e Itália já tinham Empresas Júniores nascentes (p. 03).
	1986	Cria-se a Confederação Europeia de Empresas Júniores (JADE) (p. 03).
Chegada ao Brasil	1987	João Carlos Chaves, Diretor da Câmara de Comércio Franco-Brasileira, orienta alunos de Administração da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo a fundarem a primeira Empresa Júnior do Brasil, a Empresa Júnior – EJFGV (p. 04).
	1990	É criada a primeira Federação Estadual de Empresas Júniores do Brasil, a FEJESP, de São Paulo (p. 04).
	1993	A FEJESP organiza o I Encontro Nacional de Empresas Júniores (ENEJ) em São Paulo, unindo empresários júniores de todo o Brasil (p. 04).
Criação da Brasil Júnior	2003	Em agosto, durante o XI ENEJ, o OXI ENEJ em Salvador, Bahia, é criada a Confederação Brasileira de Empresas Júniores (p. 04).
	2004	A Federação de Empresas Júniores do Ceará, FEJECE, organiza a I Conferência Mundial de Empresas Júniores, o COMEJ, em Fortaleza (p. 04).
Conquistas recentes	2009	Diego Calegari, Presidente da Brasil Júnior na gestão 2009, cria o Planejamento Estratégico em Rede, o PE em Rede, definindo as diretrizes do Movimento Empresa Júnior (p. 05).
	2012	Por iniciativa do Senador José Agripino (DEM-RN), é criado o Projeto de Lei do Senado (PLS) 437/2012, que disciplina a criação e a organização das empresas júniores com o funcionamento perante as instituições de ensino superior (p. 05).
	2013	O Movimento Empresa Júnior completa 25 anos no Brasil e a Brasil Júnior completa 10 anos de existência (p. 05).

Fonte: Organizado pelos autores de acordo com Machado e Verde (2014).



O movimento Brasil Júnior tem batalhado para que se expandisse a todas as regiões do país o nascimento de EJ, com o principal intuito de formar, por meio de serviços prestados à comunidade, empreendedores capazes de transformar o Brasil, “a partir de então, o Movimento Empresa Júnior passou a se compreender como Rede e trabalhar de forma alinhada para ampliar o seu impacto” (MACHADO; VERDE, 2014, p. 11).

O que se espera de um Empresário Júnior

O empresário Júnior tende sempre a empreender a mudança dentro da EJ, desenvolvendo a capacidade e comprometimento com o aprendizado, transformando-se em um agente de mudança nas Instituições de Ensino Superior, no mercado profissional e consequentemente no Brasil todo (MACHADO; VERDE, 2014).

No meio acadêmico, é responsável por incentivar e implantar o empreendedorismo, sendo o exemplo a ser seguido e um motivador no local onde tem a vivência empresarial. Para o mercado profissional, atuam em diversas atividades, principalmente para empresas de pequeno porte, que estão recebendo serviços com qualidade e com um desembolso menor, além disso, conseguem acompanhar o desenvolvimento do mercado consumidor. No sentido de mudar o Brasil, estão envolvidos no fato de que transformando as pessoas por meio das atividades e dos exemplos, ajudam a promover um país com mais moção empreendedora (MACHADO; VERDE, 2014).

Quando se tem a atuação nessas três vertentes (Universidade – Mercado – Brasil), o empresário Júnior consegue reter o conhecimento teórico adquirido em sala, o prático ao realizar a atividade proposta pela EJ e a formação cidadã quanto



aos benefícios oferecidos aos demais acadêmicos e as empresas contratantes pelas atividades (MACHADO; VERDE, 2014).

Gestão de pessoas: breves considerações

Foi no final do Século XX que grandes mudanças começaram a ocorrer no mundo empresarial, decorrentes das inovações tecnológicas, principalmente da tecnologia da informação. Isto fez com que as organizações mergulhassem em um mundo de competições, pois passaram a buscar melhorias em seus processos, objetivando a conquista de novos mercados e clientes (CESAR, 2017).

Assim, como outras áreas da administração, durante toda a sua história, a gestão de pessoas passou e ainda passa por diversas transformações para se adequar as mudanças que as organizações estão sujeitas, sejam elas tecnológicas ou sociais (GIL, 2016).

Seguindo estas linhas de transformações, faz-se necessário ao gestor da área de RH (Recursos Humanos), desempenhar o papel de agente de transformação, atuando na preparação e utilização da mão de obra da melhor forma possível. Então, a redefinição dos sistemas de gestão de RH é essencial, para que sejam úteis diante das constantes mudanças, possibilitando assim, que as empresas mantenham-se dentro dos padrões organizacionais e que estejam sempre renovando suas relações de trabalho, evitando modelos antiquados e ineficientes (TREFF, 2016).

Na busca de estratégias para manter o alto nível de competitividade, tornou-se necessário reconhecer o RH como sendo um importante aliado, então, as organizações começaram a desenvolver métodos de preparação e avaliação de pessoas, pois tornou-se evidente que o capital humano é um grande recurso que as empresas possuem, onde estes sendo corretamente utilizados geram benefícios às



práticas de gestão, agindo também na consolidação dos processos administrativos (CESAR, 2017).

É imprescindível o planejamento da área de gestão de pessoas, pois é necessário que as empresas busquem o equilíbrio entre ambiente interno e externo, evitando o uso de modelos ultrapassados mantendo-se sempre atualizadas no mercado (FERREIRA, 2015).

Cesar (2017, p. 25) afirma que “Gestão de Pessoas é a função gerencial que visa à cooperação das pessoas que atuam nas organizações para o alcance dos objetivos tanto organizacionais quanto individuais”.

Uma forma de atingir ambos os objetivos é associar as personalidades com as ocupações, ou seja, os gestores podem fazer uma pré-análise de seus colaboradores buscando encaixá-los nas atividades e setores em que mais podem agregar benefícios para a empresa. Existem seis tipos de personalidades, sendo elas “realista, investigativa, sociável, convencional, empreendedora e artística” (ROBBINS, 2015, p. 35).

As pessoas com personalidade realista são aquelas que preferem um contato com atividades que exigem um maior esforço físico e boas habilidades na execução, são exemplos: mecânicos e operadores de broca. Já as pessoas com personalidade investigativa são aquelas que preferem atividades que exijam maior nível de concentração e reflexão e maior capacidade de compreensão e organização, são exemplos: biólogos, economistas e matemáticos. O perfil sociável é descrito como aquelas que preferem atividades que visam o desenvolvimento de outras pessoas, ou seja, buscam ajudar os outros, exemplos: professores, consultores e psicólogos clínicos. As convencionais são aquelas que optam por atividades que seguem um padrão ou metodologia na execução, podem ser citados como exemplos os caixas e contadores. Com personalidade empreendedora são aquelas que agem com o diálogo, preferem conversas de negócios, onde é possível influenciar os outros,



exemplos: gerentes e advogados. E por último, as com personalidade artística, que preferem atividades que lhes permitam criar e se expressar, exemplos são os decoradores e músicos (ROBBINS, 2015).

Outra maneira das organizações atingirem seus objetivos é por meio da gestão por competências, que se preocupa com a utilização das habilidades e do conhecimento de seus colaboradores na realização das tarefas, visando também à agregação de valor à empresa. Assim, é importante o correto gerenciamento das competências (conhecimentos, habilidades e atitudes), pois, podem auxiliar nas tomadas de decisões, proporcionando também uma maior qualidade e desempenho perante a concorrência (TREFF, 2016).

É preciso a identificação e o desenvolvimento das competências dentro das organizações. Com isso é possível definir e organizar aquelas necessárias para que se consiga concretizar as metas futuras, podendo realizar uma avaliação de resultados (FERREIRA, 2015).

Ferreira (2015, p. 12) complementa que:

No atual cenário, em que novos atributos profissionais ganham crescente importância, é relevante adotar um novo direcionamento nos esforços de Gestão de Pessoas, e a Gestão por Competências vem ao encontro dessa necessidade, e, talvez por isso, venha sendo adotada ou considerada em diversas organizações. Quando se fala sobre planejamento estratégico de pessoal, não há como não o associar com a Gestão por Competências, visto tratar-se de um processo contínuo e alinhado com as estratégias organizacionais. Sua adoção implica redirecionamento das ações tradicionais da área de GP, tais como recrutamento e seleção, treinamento, gestão de carreira, avaliação de desempenho, carreira, sucessão e remuneração. Também implica a formalização de alianças estratégicas com as áreas – ou de negócio ou de suporte – para mapeamento, capacitação e desenvolvimento das competências necessárias ao alcance dos objetivos.



Nessa perspectiva, a seguir, procedemos a uma aproximação teórica do que definimos serem as atividades fim desenvolvidas pela Empresa Júnior do Centro Universitário Metropolitano de Maringá - UNIFAMMA, sendo elas Recrutamento de Pessoal, Seleção e também Treinamentos organizacionais.

Recrutamento, seleção e treinamento

O processo de Recrutamento dentro de uma organização é uma atividade constante em detrimento da necessidade de preenchimento de vagas, sendo na prática o processo de atrair os candidatos do mercado de trabalho para vagas disponíveis ou não, e ainda para vagas dentro da própria empresa (processo Interno e Externo), este é apenas o primeiro processo para a tomada de decisão, o que pode vir a resultar no contrato experimental de trabalho (LACOMBE, 2011).

Com o tempo a organização e o profissional da gestão de recursos humanos elaboram um banco de talentos, uma unidade central, com todos os currículos e *portfólios*, sendo originados de anúncios anteriores, do *link* “trabalhe conosco”, presente em grande parte das organizações, por indicações e outros meios. Grandes empresas possuem suporte tecnológico capaz de filtrar os candidatos por nome, idade, formação, experiências anteriores o que vem facilitando do processo de Recrutamento (LACOMBE, 2011, p.99).

Já a Seleção é o processo da escolha do candidato com as características mais apropriadas para preencher a vaga para o qual o Recrutamento foi feito. Com o tempo, foram sendo acrescentadas a esse processo teste de inteligência, aptidões e provas de conhecimento com a intensão de auxiliar a tomada de decisão para alocar as pessoas nos locais ideais de acordo com seu perfil (MAXIMIANO, 2014).

De acordo com Maximiano (2014, s/p), o processo de seleção está baseado em três etapas: “(1) definir os critérios de seleção, (2) escolher os procedimentos e



técnicas de seleção, (3) executar o processo de seleção”. A definição dos critérios consiste no apontamento das principais características que precisam ser avaliadas, como conhecimento, as experiências, disponibilidade de horário e de possíveis mudanças, os conhecimentos que o candidato possui e os seus interesses; os procedimentos e técnicas de seleção levam sempre em conta o cargo que está sendo preenchido, tendo em conta uma triagem, verificando as informações contidas no currículo, entrevista, dinâmicas em grupos, testes e avaliações de conhecimento.

O recrutamento e a seleção por competências, outro modelo de gestão muito adotado pelas organizações, proporcionam um processo seletivo mais delicado no sentido da verificação de cada fala, gesto, experiência e até mesmo o nível de organização. Esse processo avalia o potencial de cada candidato levando em conta que “testes de inteligência não prognosticam o desempenho no trabalho ou o sucesso na vida e são bastantes tendenciosos em termos de raça, gênero ou fatores socioeconômicos” (CHIAVENATO, 2014, p. 126).

Em relação ao treinamento, trata-se do desenvolvimento educacional imediato do colaborador para que se alinhem as práticas sistemáticas da organização. É a expansão do conhecimento e habilidades, para a prática pessoal e a redução de erros. Para a organização, o treinamento está relacionado com a identificação de problemas e preparação de novas técnicas de trabalhos, além de desenvolver o indivíduo para o cargo já exercido ou para novas oportunidades (MORAES, 2011).

Os treinamentos mais frequentes nas organizações são: de integração – que é a adaptação do colaborador com o local e colegas de trabalho; técnico – a capacitação para tarefas; saúde e segurança do trabalho – preocupação institucional com a saúde do colaborador e a sua segurança diante ao trabalho; gerencial – desenvolvimento da competência técnica e administrativa; e o treinamento comportamental – o mais utilizado pelas organizações com relação a dificuldades de relacionamento no âmbito do trabalho. Vale ressaltar que treinamentos fazem parte



da complexa Gestão da Qualidade, seguindo a ISO 10015:2001, identificando as necessidades de treinamento, o planejamento, aplicação e execução e a avaliação dos resultados do treinamento (MORAES, 2011).

Algumas organizações ainda resistem com a aplicação de treinamento, com o receio de perder o colaborador para outra organização. Mas a necessidade mínima e o que é esperado é a redução de custos e o aumento da produtividade. Outra preocupação é com relação ao retorno do investimento, uma vez que o custo da organização é alto. O retorno é visto quando procedimentos antes errados são acometidos de maneira correta após o treinamento e consegue-se mensurar o custo do erro e o custo do processo correto. Treinamento é desenvolver a organização como um todo (CHIAVENATO, 2016).

Procedimentos metodológicos

Com o intuito de conhecer as rotinas e andamento das atividades da CONEM–Consultoria Empresarial Júnior, UNIFAMMA, escolhemos como procedimentos para o presente artigo um estudo de caso, por meio de uma pesquisa qualitativa, descritiva e explicativa. Os dados foram coletados de documentos repassados pelos empresários juniores da EJ.

Sobre o estudo de caso, Yin (2015) apresenta que suas contribuições vão ao encontro de pesquisas que necessitam conhecer determinados comportamentos, acontecimentos específicos, mas que, entretanto, não devem ser generalizados, pois o fenômeno é exclusivo de uma determinada situação. Nessa perspectiva, podemos afirmar que, por mais que existam EJ em outras instituições, não podemos avaliá-las, se quer considerá-las com base nesse estudo, já que como empresas, cada uma possui sua gestão e particularidades.

Considera-se como uma pesquisa descritiva e explicativa, pois de acordo com Matias-Pereira (2016), essa metodologia é suficiente ao possibilitar uma



compreensão sobre as rotinas da EJ, com base na análise dos resultados apresentados e descritos pelos empresários juniores, assim como pela explanação executada sobre os dados. Uma pesquisa descritiva e explicativa pode ser utilizada dentro de várias metodologias e contribui para elucidação da problemática e alcance dos objetivos.

Podemos apresentar a pesquisa realizada na EJ CONEM, como qualitativa. Para Marconi e Lakatos (2017), essa natureza possibilita a subjetividade de análise. Os dados podem ser discutidos e analisados pela perspectiva das empresas juniores, porém, com o olhar dos cursos envolvidos, nesse caso Administração e demais áreas afins.

Para as autoras “o estudo qualitativo desenvolve-se numa situação natural, oferecendo riqueza de dados descritivos, bem como focalizando a realidade de forma complexa e contextualizada” (MARCONI; LAKATOS, 2017, p. 302). Portanto, espera-se que essa abordagem seja a mais apropriada.

Os dados foram coletados durante o mês de setembro de 2019, por meio de documentos apresentados pelos empresários da EJ. Esses dados estão organizados no item resultados e discussões. Posteriormente, sugere-se que no futuro sejam feitas novas pesquisas na CONEM, com outras metodologias, como uma entrevista, questionários, etc. Complementando assim esse estudo inicial.

Resultados e discussões

A Empresa Júnior UNIFAMMA iniciou suas atividades em setembro do ano de 2003. Com registro civil de pessoas jurídicas em junho de 2014. Desde então, a empresa sofreu algumas modificações, relacionadas principalmente à área de atuação, quantidade de membros participantes, serviços e produtos oferecidos.



VOLUME 1, 1- 2019

No ano de 2012 (conforme documentos encontrados em arquivos), houve uma alteração no estatuto da EJ, onde toma posse uma nova diretoria e participantes em geral. Em ata posterior a essa ratificação, consta a presença de dez pessoas em uma assembleia geral da empresa, que discutiu a eleição de nova diretoria, primeiro secretário e demais cargos descritos em seu estatuto.

Após o ano de 2013, a empresa passou por um momento de estagnação, não atuando frente à comunidade interna e externa. Foi então, em 2015, que se começou a cogitar a hipótese de retomar com as atividades da EJ. Entretanto, devido às demandas dos cursos envolvidos, o projeto voltou a ser ativado somente no ano de 2017.

Em dezesseis de fevereiro do ano de 2017, as coordenações dos cursos de Administração, Marketing, Secretariado Executivo Trilíngue e Ciências Contábeis, protocolou na então diretoria de ensino da UNIFAMMA, um projeto de pesquisa e extensão, para reativar a empresa, e, seu deferimento veio no mês seguinte, já acompanhado de edital de seleção para os acadêmicos da IES (instituição de ensino superior).

No resultado do edital de seleção de empresários juniores no mesmo ano, ingressaram para o projeto seis alunos do curso de Administração, sete alunos do curso de Ciências Contábeis, um aluno do curso de Marketing e dois alunos do curso de Secretariado. Nesse ano, os alunos passaram por formações diversas, onde foram apresentadas algumas diretrizes da Brasil Júnior pelos professores coordenadores. Entretanto, não chegaram a atuar com a comunidade, o que de certa forma desencadeou a saída de alguns membros.

Dessa forma, ao final deste ano, notou-se uma desmotivação por parte dos participantes, bem como dos responsáveis envolvidos. Foi então com esse obstáculo, que o projeto foi novamente editado, e, a partir do ano de 2018 passou a



VOLUME 1, 1- 2019

ser de responsabilidade do curso de Administração, porém, com a participação de alunos de áreas afim, se aprovados em edital.

O edital de seleção de 2018, contou com a participação de vários acadêmicos, sendo selecionados seis alunos. Nesse processo tivemos um suplente e apenas um candidato não compareceu à seleção. Ao mesmo tempo foi aberto um edital com um projeto vinculado à EJ, onde foi selecionado um aluno com bolsa de estudos, para atuar no período da tarde no escritório da empresa.

A seleção funcionou muito bem e em treze de abril de 2018, foi realizada abertura oficial das atividades da EMPRESA JÚNIOR UNIFAMMA – CONEM (Consultoria Empresarial). Os alunos receberam treinamento e orientação com o professor atual coordenador do projeto, Mestre Thiago Silva Prado, e a seguir começaram a se organizar para cada serviço a ser oferecido, tanto para comunidade interna, quanto para a externa.

Com relação aos processos de recrutamento para as empresas parceiras, a CONEM já divulgou 80 vagas, entre elas estágios e empregos em geral. Desse total, a EJ se responsabilizou em fazer por completo o processo de seleção para cinco empresas. Esse processo compreende as etapas de entrevistas, dinâmicas e testes técnicos, e, após essas etapas, a EJ encaminha para a empresa solicitante de três a cinco candidatos ideais para a vaga, munidos de parecer dos empresários juniores.

Foram organizados em parceria com a EJ UNIFAMMA dez treinamentos, sendo eles cursos e palestras. Nesses eventos os empresários juniores atuaram em todas as esferas, inclusive ministrando minicursos de temáticas específicas à Administração.

Atualmente, a CONEM conta com cerca de 290 currículos em seu banco de dados e realiza uma média de vinte atendimentos mensais, para orientações em relação ao currículo e ao comportamento em entrevistas de emprego. Além disso, a



empresa conta também com alguns grupos de estagiários do curso de Psicologia, que vem complementar os atendimentos e projetos.

Para os próximos anos, a perspectiva é de que os empresários juniores possam divulgar os treinamentos de como elaborar um bom currículo, nos colégios de Ensino Médio, ampliando ainda mais os candidatos para as vagas; desenvolver monitorias para alguns cursos UNIFAMMA e comunidade externa; ministrar cursos relacionados à edição de artigos; organizar e promover eventos de interesse do acadêmico e da comunidade local para a contribuição do desenvolvimento do acadêmico e por fim, o mais importante buscar a filiação à federação Brasil Júnior.

Missão, Visão e Valores da Empresa Júnior CONEM

A CONEM tem como missão ser uma Empresa Júnior com foco em Recrutamento, Seleção e Treinamentos de qualidade absoluta, prestando suporte efetivo à gestão interna na escolha qualificada de seus colaboradores. Quanto à visão, o intuito é ser uma referência em Maringá e toda região.

Os valores praticados pela EJ compreendem o Trabalho em Equipe, Flexibilidade, Dinamismo, Pró-atividade, Inovação, Ética e Comprometimento. Espera-se que com essas normas de conduta e convivência os empresários juniores possam contribuir significativa com a comunidade interna e externa.

Conclusão

Com o presente estudo, foi possível perceber a importância das Empresas Juniores para as instituições onde estão instaladas, também para a comunidade local e regional. Os empresários juniores desenvolvem um papel fundamental, internamente como um incentivo aos demais acadêmicos, e externamente



oferecendo ao público em geral serviços que complementam suas carreiras profissionais.

Afirmamos que os objetivos e investigações propostas foram alcançados, uma vez que por meio dos documentos apresentados, foi possível apresentar no item seis desse artigo a atuação dos acadêmicos envolvidos, estando eles realizando recrutamentos, seleções e treinamentos organizacionais.

Em relação aos procedimentos metodológicos adotados, consideramos suficientes para o presente relato, porém, para pesquisas futuras sugere-se a realização de entrevistas com os alunos envolvidos, bem como com os beneficiados pelo projeto, complementando esse texto, decretando então o quanto é válido que as instituições apoiem o MEJ.

Considera-se também a relevância do projeto para a região de Maringá, PR, pois, no mês de setembro de 2018, os alunos participaram da gravação de uma reportagem para a Rede Paranaense de Comunicação (RPC), que foi ao ar no Jornal Meio Dia. Isso demonstra a visibilidade do projeto junto à comunidade local, o que também amplia o alcance de possíveis clientes e beneficiados.

Esperamos que o presente estudo sirva para a sociedade acadêmica como um suporte teórico em relação às possibilidades de se colocar em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula. Alguns alunos entram no Ensino Superior sem ter atuado efetivamente na área de estudos escolhidos, por isso, as Empresas Juniores promovem um contato com o mercado de trabalho e amplia as competências globais dos alunos e envolvidos.

Referências

CESAR, A. M. R. V (*et al.*) **Gestão de pessoas nas empresas contemporâneas brasileiras**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.



VOLUME 1, 1- 2019

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas:** o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4. Ed. Barueri: Manole, 2014.

CHIAVENATO, I. **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos:** como incrementar talentos na empresa. 8. Ed. Barueri: Manole, 2016.

FERREIRA, P. I. **Gestão por competências.** Rio de Janeiro: LTC, 2015.

GIL, A C. **Gestão de pessoas:** enfoque nos papéis estratégicos. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2016.

LACOMBE, F. J. M. **Recursos humanos:** princípios e tendências. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

MACHADO, R.; VERDE, P. R. **Conhecendo o MEJ: livro I.** DNA Júnior, Brasil Júnior (e-book), 2014.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica:** ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis, metodologia jurídica. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de metodologia da pesquisa científica.** 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MAXIMIANO, A. C. A. **Recursos humanos:** estratégia e gestão de pessoas na sociedade global. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

MORAES, M. V. G. **Treinamento e desenvolvimento:** educação corporativa para as áreas de saúde, segurança do trabalho e recursos humanos. São Paulo: Érica, 2011.

ROBBINS, S P. **Lidere e inspire:** a verdade sobre a gestão de pessoas. São Paulo: Saraiva, 2015.

TREFF, M. **Gestão de pessoas:** olhar estratégico com foco em competências. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

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



Revista da Extensão

UNIFAMMA

Centro Universitário

VOLUME 1, 1- 2019