



O PAPEL DO EMPRESÁRIO JÚNIOR NO ATUAL MERCADO DE TRABALHO

Cristiane dos Santos¹, Daniella Godinho Abreu², Carlos Loch³

Universidade Federal de Santa
Catarina¹
Campus Universitário – Trindade
88000-000 - Florianópolis - SC
crisreinert@hotmail.com

Universidade Federal de Santa
Catarina¹
Campus Universitário – Trindade
88000-000 - Florianópolis - SC

Universidade Federal de Santa
Catarina¹
Campus Universitário – Trindade
88000-000 - Florianópolis - SC
loch@ecv.ufsc.br

Resumo. *As empresas juniores vem desempenhando um forte papel em nossa sociedade através do auxílio a pessoas, empresas e a entidades. Projetos técnicos sem fins lucrativos e projetos beneficentes são contribuições cada vez mais valorizadas e de destaque no cenário nacional. O Empresário Júnior além da responsabilidade quanto a execução desses projetos ainda tem o crescimento como profissional acentuado durante a sua atuação na organização. O lado empreendedor é incentivado e o crescimento da empresa é uma busca diária. E quem não gostaria de ver em seu quadro de funcionários alguém com todo este dinamismo? Cada vez o mercado exige mais, e qualidades como estas não são ensinadas mas sim tem que ser vivenciadas por cada pessoa, para que possam ser transmitidas. A Universidade não tem estrutura para transmitir isso aos acadêmicos e Empresas Juniores são a forma mais singular de obter esses conhecimentos.*

Palavras-chave: *Empresário Júnior, Empreendedor, Sociedade*

Uma "Empresa Júnior" é essencialmente uma associação civil sem fins lucrativos, formada exclusivamente por estudantes de graduação, que prestam serviços de consultoria e desenvolvem projetos para empresas, entidades e a sociedade em geral nas suas diversas especialidades ou campos de conhecimento, sob a supervisão de professores especializados nas suas áreas de atuação.

A primeira Empresa Júnior surgiu na França em 1967 e a experiência chegou ao Brasil em meados dos anos 80, introduzida pela Câmara de Comércio França-Brasil em São Paulo, com as Empresas Juniores da FGV (Fundação Getúlio Vargas) e da FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado). Atualmente, o movimento contabiliza cerca de 10 mil participantes em todo o país. Para organizar uma linha de atuação e definir estratégias que pudessem envolver diversas empresas juniores, o caminho foi a formação de federações estaduais. Mas, ao contrário da Europa, onde nasceu uma Confederação Européia de Empresas Juniores que unia quatro países, no Brasil não há uma entidade em nível nacional que congregue todo o movimento. O que existe no momento é uma Comissão Nacional de Empresas Juniores (CONEJ), formada por representantes das federações estaduais que se reúnem a cada dois meses. O objetivo da comissão é formar uma confederação, determinando de forma jurídica, ações, estrutura e futuras parcerias e dando apoio a criação de novos escritórios pilotos.

No Brasil, assim como no mundo, os ensinamentos recebidos nas unidades de ensino superior e a realidade empresarial vigente já não são distantes e as barreiras hoje já não representam obstáculos intransponíveis. Estas empresas têm, na realidade, proporcionado uma contribuição à sociedade ao prestar serviços especializados, constituindo-se em reais opções técnicas para ela, colaborando também para que as pequenas e médias empresas em ascensão tenham melhores chances de sobrevivência no complicado mercado econômico brasileiro.

As Instituições de Ensino Superior que contam com Empresas Juniores, além da possibilidade de oferecerem uma oportunidade diferenciada de desenvolvimento para o aluno, são favorecidas pela divulgação que o trabalho garante ao seu nome. As Empresas juniores tem como objetivo:

- Proporcionar ao estudante aplicação prática dos conhecimentos teóricos, relativos à área de formação profissional do acadêmico;

- Desenvolver o espírito crítico, analítico e principalmente empreendedor do aluno;

- Intensificar o relacionamento Empresa/Universidade;

- Facilitar o ingresso de futuros profissionais no mercado, colocando-os em contato direto com o seu mercado de trabalho;

- Contribuir com a sociedade, através da prestação de serviços, proporcionando também, ao pequeno e médio empresário, um trabalho de qualidade a preços acessíveis;

- Valorizar a instituição de ensino no mercado de trabalho.

Uma Empresa Júnior tem sempre em mente colocar a disposição da sociedade um serviço técnico de excelência. A presteza, a pontualidade, a responsabilidade e a qualidade dos serviços prestados são a sua garantia de sobrevivência.

Ela enfatiza a qualidade trabalhando nos métodos. Os problemas são resolvidos, não apenas encobertos, devendo dar prioridade máxima às preocupações dos clientes, para estudar e melhorar constantemente todos os processos de trabalho de modo que o produto ou serviço final exceda a expectativa do cliente. A prestação de serviços, pura e simplesmente, é substituída pela prestação de serviços que surpreende os clientes pela qualidade. Todos na organização aprendem a usar uma abordagem científica, cada processo é descrito cuidadosamente, os problemas determinados através de uma minuciosa pesquisa. São então criados novos sistemas à prova de erros, e todos os processos são submetidos a controle estatístico. Este detalhamento dos projetos é uma metodologia adotada pelos estudantes com o incentivo dos orientadores e evitam erros durante o processo além de facilitar o monitoramento de erros durante a execução.

Os preços a serem praticados são calculados levando em conta os custos do projeto, um investimento em aperfeiçoamento e uma parcela para manter a própria empresa júnior, sem margem para lucros.

A empresa júnior é mais valiosa para o estudante do que o estágio convencional nas organizações, já que poucas empresas se preocupam com o aprendizado do estagiário, geralmente tratado como mão de obra barata.

A principal função da empresa júnior é complementar a formação teórica do aluno com uma aplicação prática, além de proporcionar a ele o contato direto com a gestão de uma organização. Facilita também o ingresso dos futuros profissionais no mercado de trabalho. O nicho de mercado mais importante para a empresa júnior são as pequenas e médias empresas, pois podem fornecer orientação a seu desenvolvimento com qualidade a um preço acessível.

O aluno é o principal cliente da Empresa Júnior, cuja missão é buscar seu desenvolvimento pessoal, profissional e acadêmico através da prestação de serviços de qualidade. Uma Empresa Júnior complementa a formação acadêmica de um estudante em vários aspectos, pois proporciona a ele experiências como :

- Administração de uma empresa;

- Organização do trabalho em equipe;

- Delegação de responsabilidades;

- Estudos de viabilidade;

- Participação efetiva em reuniões de trabalho;

- Negociação com clientes, patrocinadores, fornecedores, parceiros;

- Exercícios de atividades financeiras e contábeis de uma empresa;

- Decisões sobre marketing e estratégias de negócios;

- Organização de cursos e palestras para os acadêmicos;

- Ajuda a desenvolver o lado humano através de campanhas beneficentes;

- Contato direto com problemas e situações da realidade empresarial.

O Empresário Júnior da Faculdade é aquele que:

Acompanha a realidade empresarial e ao mesmo tempo, recebe informações técnicas na sala de aula;

Sabe onde obter informações que poderão auxiliar nos projetos e não hesita em buscar ajuda com o corpo docente da Universidade;

Está consciente de que o exercício educativo que vivencia é prioritário à finalidade de receber honorários ou demais benefícios;

Sabe que seu cliente pode exigir a máxima qualidade dos serviços contratados e que isso somente acrescenta ao futuro profissional;

Tem consciência de alta responsabilidade de sua atuação pois sabe que esta lidando com o mundo real;

Cumprir as leis e regulamentações vigentes.

Além de todos estes fatores o empresário júnior adquire confiança e dissenimento. É aquele que se destaca no meio acadêmico, nem sempre pelo brilhantismo das notas mas pelo papel que atua no meio como líder.

As modernas correntes de pensamento em administração têm dado importância cada vez maior ao fator humano na composição das empresas. Entretanto verificam-se, ainda hoje, dificuldades na localização e no recrutamento de profissionais com sólida formação e elevado potencial.

Por outro lado, os estudantes e recém-formados também têm se deparado com diversos empecilhos em sua integração no mercado de trabalho, que apresenta-se bastante diferente da realidade com que se tem contato dentro da Universidade. Nem mesmo o tradicional estágio tem se revelado uma maneira eficaz de antecipar ao formando os aspectos verdadeiros de sua futura carreira.

O movimento "Empresa Júnior" vem diminuir esta diferença, pois, simultaneamente ao desenvolvimento dos projetos, alguns estudantes estarão sendo preparados para o sistema de trabalho do cliente. Além disso, as empresas poderão identificar, através das juniores, os futuros profissionais com o perfil que necessitam: líderes, empreendedores, responsáveis, desenvoltos e com noções técnicas e comerciais da realidade vigente. Em muitos casos, os executivos juniores são encaminhados para integrar o quadro das empresas.

Em outros casos os estudantes recém formados montam o seu próprio negócio, já que possuem o conhecimento em todos os níveis administrativos. Os jovens empreendedores dão continuidade a experiência adquirida em seus trabalhos durante a Universidade e começam a atuar com muito mais confiança.

Inicialmente o mercado reagiu à introdução da empresa júnior, pois os empresários tinham receio de entregar a jovens a responsabilidade de fazer diagnósticos e propor soluções para suas organizações. Aos poucos esse preconceito foi caindo, principalmente porque o trabalho da empresa júnior tem a chancela das universidades e é realizado sob a supervisão de um professor orientador especializado na matéria que está sendo analisada, o que dá respaldo técnico ao trabalho mesmo sem a participação do orientador na execução do serviço.

O número de empresas juniores cresceu tanto no Brasil que despertou a atenção do governo para a sua importância no desenvolvimento da economia do país. Elas entraram na avaliação do Provão como uma das ferramentas que dinamizam o mercado no país e recebem do Sebrae repasses de projetos de consultoria através do Patme. O governo federal realiza anualmente o evento Interação Universidade-Empresa que terá a empresa júnior como tema da reunião deste ano. A Confederação Nacional da Indústria está fazendo um mapeamento de todas as empresas juniores existentes no país para apontar os principais destaques.

3. REFERÊNCIAS

www.ufv.br/dec/eam/Eam24.htm

www.usp.br/unidades/junior/oque.html

www.faculdaderadial.com.br/empjunior/

www.cra-rj.org.br/acad/acad0103.htm

Caprario, S. Lambranh, L. Reportagem de Capa: "Esse time vai longe". Revista Empreendedor, no.72. Outubro 2000.