



## **A IMPORTÂNCIA DAS EMPRESAS JUNIORES NA FORMAÇÃO DO ENGENHEIRO**

**João Paulo Puccette Nenhentalla Flauzino** – jppnf1@hotmail.com

**Anaira Noia de Souza** – anairasouza@hotmail.com

**Rodrigo Lacerda Sales** – rodrigosaes13@leopoldina.cefetmg.br

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais

Rua José Peres, 558 Centro.

36700-000 – Leopoldina – Minas Gerais

**Resumo:** *O mundo vem se transformando e as organizações vêm exigindo competências que até então não eram tão exigidas dos profissionais. Para acompanhar essa demanda as instituições de ensino vêm se adaptando a um novo ambiente acadêmico para qualificar os discentes para essa nova tendência de mercado. Dessa forma, os projetos de extensão universitária surgem como uma possível oportunidade para agregar aptidões como a capacidade de trabalhar em equipe, criatividade, liderança, dentre outras características. Sendo assim, a Empresa Junior pode ser considerada como uma alternativa de ambiente extensionista para que os alunos possam desenvolver diversas habilidades. O presente trabalho tem como finalidade apresentar alguns aspectos da Empresa Junior no Brasil e no mundo, além de fazer uma análise detalhada do Censo realizado pela Brasil Junior, que é a Confederação Brasileira de Empresas Juniores responsável por identificar o perfil das empresas e empresários juniores, visando criar mecanismos de suporte para auxiliar no crescimento do Movimento Empresa Junior brasileiro. Por fim, este trabalho apresentará um panorama deste universo de empresas juniores no interior de universidades públicas federais e estaduais constituídas no estado de Minas Gerais.*

**Palavras-chave:** *Empresa Junior, Ensino e Extensão Universitária*

### **1. INTRODUÇÃO**

O processo de modernização e globalização que vem ocorrendo no mundo traz a necessidade por inovação nas diversas áreas do conhecimento (Albuquerque et al., 2000). Dessa forma, a exigência por habilidades e competências pelas empresas vão além do conhecimento técnico obtido nas salas de aula. Essa exigência das organizações envolve aptidões como a capacidade de trabalhar em equipe, criatividade, iniciativa, liderança, que devem ser desenvolvidas pelos discentes durante o processo de graduação no interior das instituições de ensino superior (CARVALHO, 2005). Para vencer esses novos desafios, o ensino e a formação nas Universidades têm criado mecanismos de ajustes de adaptações para as novas transformações desse processo de modernização.



Dessa forma, a Empresa Junior se mostra como uma excelente oportunidade de extensão universitária para o desenvolvimento de competências que a cada dia são mais exigidas pelo mercado de trabalho, podendo contribuir de forma significativa para a formação de um profissional cidadão, com uma visão mais ampla de sua formação. Profissional este, que não se restringe apenas em atender aos seus interesses pessoais e de carreira, e sim alguém que visa contribuir com atitudes para a construção de uma sociedade muito melhor (OLIVEIRA, 2005).

Nesse contexto, o presente trabalho busca apresentar algumas evidências dessa atividade extensionista, mostrando como surgiu no mundo e no Brasil e sua importância para os estudantes, à universidade e a sociedade como um todo.

Além disso, objetiva-se apresentar os principais resultados do Censo realizado pela Brasil Júnior, que é a Confederação responsável por identificar o perfil das empresas e empresários juniores, visando criar mecanismos de suporte para auxiliar no crescimento do Movimento Empresa Junior brasileiro, bem como apresentar um panorama desse universo de empresas juniores no interior de universidades públicas federais e estaduais constituídas no estado de Minas Gerais.

## **2. A EMPRESA JUNIOR NO MUNDO**

A primeira Empresa Junior surgiu no ano de 1967, na França. Os estudantes da ESSEC (L'École Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales de Paris) criaram uma associação chamada Junior Enterprise que tinha como objetivo prestar serviços de consultoria para empresas a preços razoáveis e com agilidade, de forma que o aluno tivesse o contato direto com o mercado de trabalho, complementando a formação adquirida em sala de aula.

Em 1969 foi criada a Confederação Francesa de Empresas Juniores, que naquela época reunia em torno de 20 empresas.

A partir dos anos 80 o movimento começou a atingir estudantes de várias áreas, como Engenharia, Agronomia e Comunicação, que passaram a ter suas próprias Empresas Juniores. O modelo de Empresa Junior francês expandiu-se internacionalmente, sendo levado para Suíça, Bélgica, Portugal, Alemanha, Itália e Holanda. Em 1986 já havia 99 Empresas Juniores, cerca de 15.000 estudantes envolvidos e 3.000 estudos/projetos realizados.

Com a expansão dessas empresas pela Europa foi fundada, em 1990, a Confederação Europeia de Empresas Juniores, a JADE (Junior Association for Development in Europe), a fim de defender os propósitos do movimento diante da sociedade.

Atualmente, existem Empresas Juniores espalhadas por todo o mundo e o MEJ (Movimento Empresa Junior) é considerado um fenômeno econômico e empresarial (SOUZA *et al.*, 2004).

## **3. A EMPRESA JUNIOR NO BRASIL**

No Brasil, o conceito Empresa Junior chegou em 1987, por iniciativa da Câmara de Comércio França-Brasil, que difundiu a ideia de implantar associações parecidas com as francesas nas faculdades brasileiras.

As empresas juniores pioneiras no Brasil foram as da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP) e Universidade Federal da Bahia (UFBA).



As sete Empresas Juniores que já existiam em 1990 se uniram para fundar a FEJESP (Federação das Empresas Juniores do Estado de São Paulo). Seus objetivos eram representar as Empresas Juniores federadas e garantir a unidade do movimento.

Em 1993, realizou-se o 1º Encontro Nacional de Empresas Juniores (ENEJ), que aconteceu em São Paulo. A partir daí, diversas Federações foram progressivamente criadas e passaram a desempenhar a função de organizar as atividades das Empresas Juniores dentro dos estados, representa-las perante a sociedade e assegurar a qualidade dos serviços e a ética do movimento.

A Brasil Junior (BJ) é a Confederação Brasileira de Empresas Juniores, foi criada em 2003, e trabalha para dar suporte a todas as empresas juniores do Brasil, repassando as diretrizes nacionais a serem adotadas pelas confederações estaduais de modo que as atividades das Empresas Juniores (EJ's) sejam regimentadas em âmbito nacional.

Segundo o DNA Júnior (2012), que é um projeto que a Brasil Júnior desenvolveu para ajudar na solução de dúvidas relacionadas à gestão e estrutura das empresas juniores, o Brasil é o país que, atualmente, possui o maior número de Empresas Juniores, totalizando mais de 600 empresas que movimentam milhares de alunos, proporcionando a todos a possibilidade de crescimento profissional e pessoal.

#### **4. A IMPORTÂNCIA DAS EMPRESAS JUNIORES**

Levando em consideração que a Empresa Junior tem seu princípio de funcionamento semelhante ao de uma empresa padrão, sendo diferente apenas no fato de ser administrada por alunos, os estudantes que se inserem em uma empresa junior, conseguem adquirir uma grande bagagem de conhecimento ao término do curso, pois têm a oportunidade de participar de decisões como líderes de uma empresa, desenvolvem habilidades gerenciais, oratória, criatividade, pró-atividade, liderança e o respeito à liderança, além de antecipar experiências como a capacidade de trabalhar em equipe e negociar com os clientes e fornecedores (ZILIOTTO & BERTI, 2012). Dessa forma os alunos se veem na posição de empresários vivenciando contextos onde são cobrados como profissionais com vasta experiência (VELASQUE, 2008).

De acordo com Gondim (2002), os estudantes estão cada vez mais buscando vivenciar as situações citadas acima para conquistar um crescimento profissional seguido de uma aplicação do conhecimento teórico dentro das empresas juniores devido ao descontentamento com o ensino acadêmico muito especulativo. Essa vivência alcançada pelos estudantes minimiza a insatisfação com a escolha profissional, nesse sentido, Bardagi et al (2006), apresenta um estudo que identificou as características e necessidades de estudantes formandos de uma universidade em relação ao desenvolvimento vocacional e à inserção no mundo profissional, os resultados apontaram que os discentes tem uma maior satisfação com a escolha profissional quando participam de atividades acadêmicas ou externas devido a aproximação com a realidade do mercado de trabalho.

Dessa forma, além de agregar conhecimento prático nas disciplinas teóricas ofertadas no interior dos Institutos de Ensino Superior (IES), a existência de empresas juniores (EJ's) no ambiente acadêmico tem sido considerada como um aspecto a ser contabilizado no processo de avaliação das condições de ensino que é realizado pelo INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais).

Além disso, é válido ressaltar que a Resolução CNE/CES 11 (11/03/2002) que institui as diretrizes curriculares nacionais do curso de graduação em Engenharia, estabelece claramente que o Projeto Político Pedagógico do curso deve estimular



atividades complementares como a participação de alunos em empresas juniores (RESOLUÇÃO CNE/CES 11, 2002).

## 5. METODOLOGIA

Esta pesquisa define-se como uma pesquisa descritiva na classificação de Gil (2006), Malhotra (2001) e Marconi e Lakatos (2006), pois procurou identificar, descrever e analisar a importância das empresas juniores na formação do engenheiro, tomando por base os resultados do Censo Brasil Júnior (2012) e um levantamento das empresas juniores de engenharia ligadas às instituições públicas (estaduais e federais) do Estado de Minas Gerais.

## 6. PRINCIPAIS RESULTADOS CENSO BRASIL JÚNIOR 2012

Com um aumento significativo do número de Empresas Juniores atuando no ambiente acadêmico e no cenário mercantil brasileiro tornou-se necessário efetuar um levantamento da real dimensão do Movimento Empresa Júnior brasileiro, bem como traçar o perfil das empresas juniores e seus membros, objetivando recolher dados para orientar a Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Junior) nas tomadas de decisões sobre o planejamento e execução de projetos focados no desenvolvimento das Empresas Juniores brasileiras (BRASIL JÚNIOR, 2012).

Para alcançar esse propósito, a Brasil Junior elaborou um questionário do tipo survey visando fazer uma pesquisa quantitativa dessas empresas instituídas no interior das Instituições de Ensino Superior. A utilização da pesquisa survey ocorreu pelas vantagens que ela apresenta para a obtenção de informações sobre características, ações ou opiniões de um número grande de amostras em análise. Foram reunidas 64 respostas de 365 Empresas Juniores no período de 9 de maio a 9 de junho do ano de 2012.

As informações coletadas continham respostas a indagações como: Perfil da Empresa Júnior, Número de Cursos Vinculados, Área de Atuação, Perfil da Instituição de Ensino Superior (IES), Categoria da IES, Quantidade de Projetos Desenvolvidos, Faturamento, dentre outras questões.

De acordo com o Relatório Nacional Censo e Identidade da Brasil Júnior (2012), pode-se observar que do total de empresas juniores que responderam à pesquisa, a maior parte está localizada no estado de Minas Gerais, 21,91%, seguido do estado de São Paulo e Paraná empatados com 10,95% cada um.

Esse resultado está diretamente relacionado ao número de empresários juniores existentes em cada estado da federação. Do total de 7785 alunos das 365 juniores que responderam a pesquisa, 19% são do estado de Minas Gerais, 16% do Paraná e 13% do estado de São Paulo. Além disso, observa-se que 58,36% das empresas juniores possuem apenas um curso de graduação vinculado ao seu corpo de prestação de serviços e 15,07% apresentam dois cursos incorporados como pode ser observado na “Figura 1” (Fonte: Relatório Nacional Censo e Identidade da Brasil Júnior (2012)).

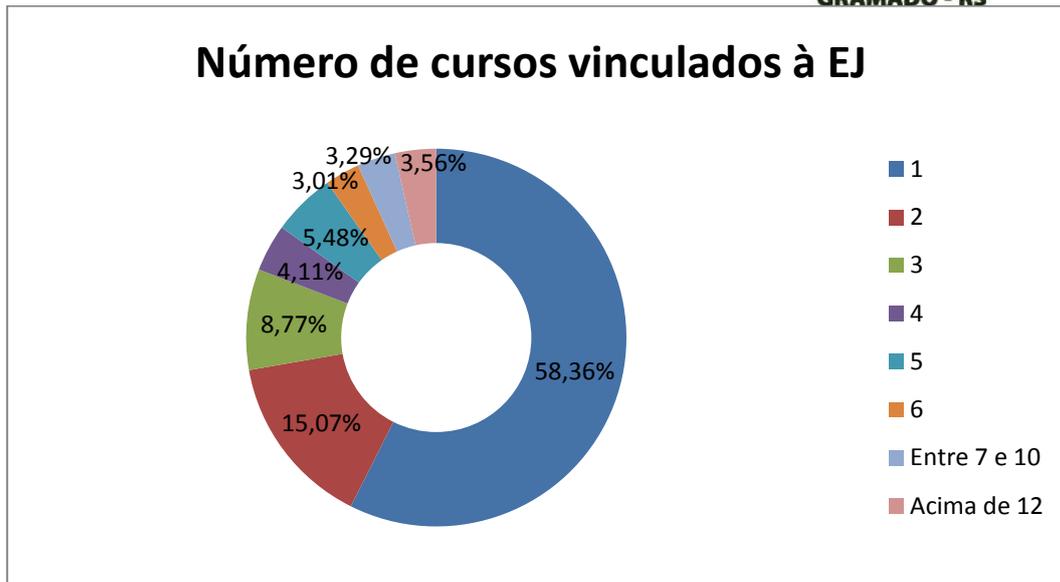


Figura 1 - Gráfico “Número de cursos vinculados à Empresa Junior”

Quanto ao campo de prestação de serviços, o maior percentual de área de atuação das Empresas Juniores é em Engenharia com um total de aproximadamente 30%. Dos 9% de empresas juniores que responderam que a organização atua de forma mista, com outras áreas da ciência, ou seja, tem mais de um curso de graduação vinculado ao seu corpo de prestação de serviços, pode-se notar que 24% incorporam os cursos de Engenharia e Ciências Humanas e 21% os cursos de Engenharia e Ciências Sociais Aplicadas.

De acordo com os resultados apresentados na “Figura 2” (Fonte: Relatório Nacional Censo e Identidade da Brasil Júnior (2012)), pode-se notar que a ideia de criar a empresa Junior partiu principalmente dos alunos com 67,85%. Esse resultado reflete a busca dos discentes pela aplicação do conhecimento teórico durante o processo de graduação.

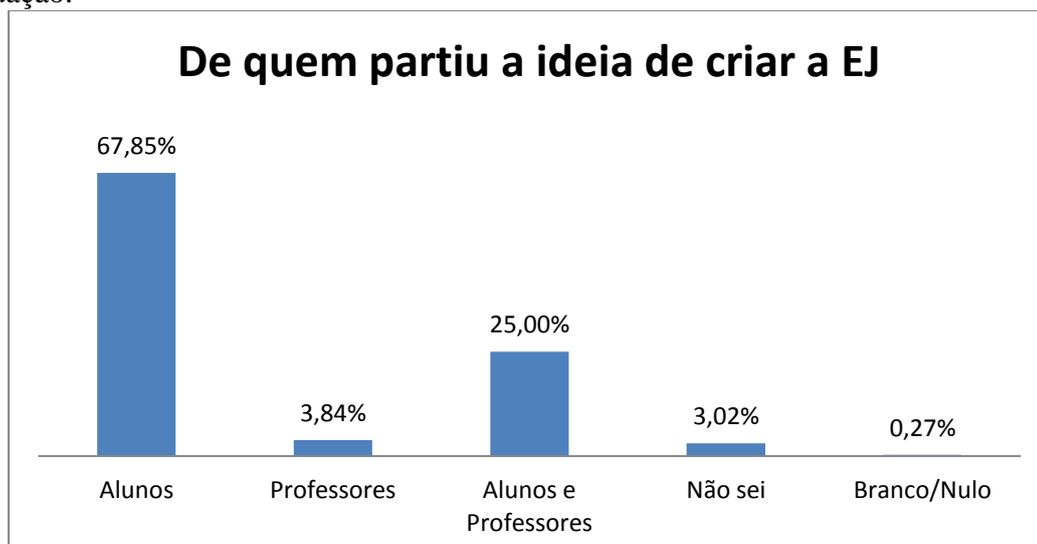


Figura 2 – Gráfico “De quem partiu a idéia de criar a Empresa Junior”

Quando perguntados sobre os motivos para quererem entrar nas EJ's e qual o principal pretexto para continuar fazendo parte do Movimento Empresa Junior, 64% responderam que resolveram entrar para obter crescimento profissional e 15% tiveram como objetivo central a resposta “aplicar o conhecimento teórico”. O que acaba reforçando ainda mais essa busca crescente dos discentes de ensino superior por uma oportunidade de aplicar o conhecimento teórico adquirido. Quando questionados sobre a finalidade de ainda estarem inseridos no ambiente empresarial junior, a maioria respondeu que continuava pelo mesmo motivo que entrou, totalizando 36%, seguido de 28% que buscavam crescimento profissional e 16% que almejavam ser agente de transformação do país como pode ser observado na “Figura 3” (Fonte: Relatório Nacional Censo e Identidade da Brasil Júnior (2012)).

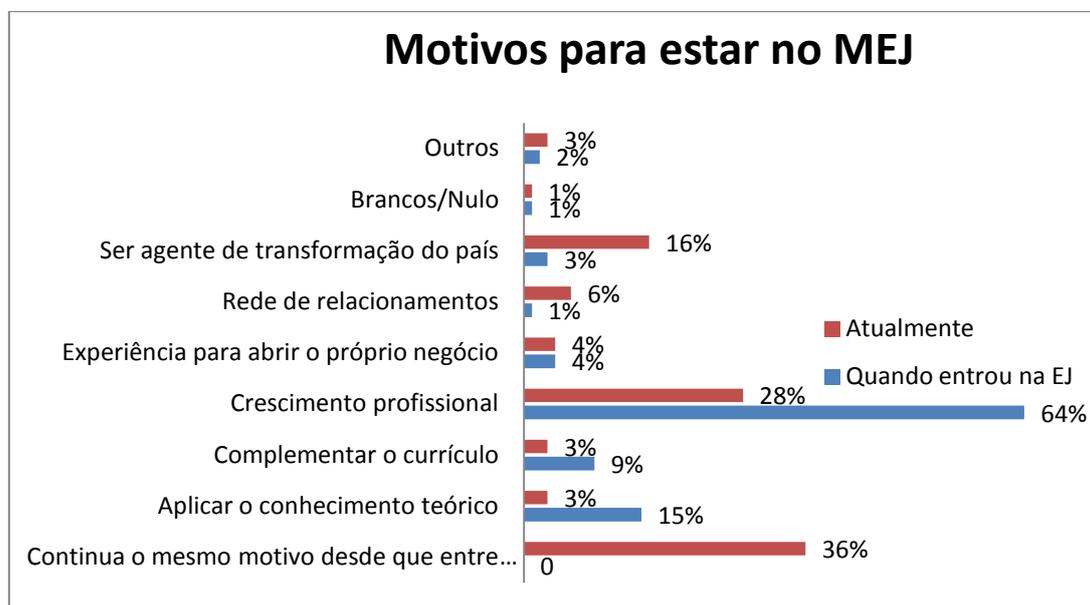


Figura 3 – Gráfico “Motivos para estar no MEJ”

É relevante destacar que uma parte dos alunos, 9%, planejava entrar neste grupo estudantil empresarial para complementar o currículo e 3% ambicionava ser agente de transformação do país. Porém, com o passar do tempo dentro dessas organizações estudantis, observou-se uma mudança de objetivo dos estudantes, conforme aponta os resultados apresentados na “Figura 3”, acima, onde somente 3% responderam que querem atualmente aplicar o conhecimento teórico, o que pode ser explicado devido ao fato dos discentes já terem atingido esse propósito participando do movimento. Com isso, justifica-se o aumento de 13% no percentual de alunos que atualmente querem ser agentes de transformação do país.

Além disso, pode-se observar nos resultados apresentados na “Figura 4” (Fonte: Relatório Nacional Censo e Identidade da Brasil Júnior (2012)) que 87,39% das organizações administradas por alunos estão localizadas no interior de Instituições Públicas de Ensino Superior, sendo 63,83% pertencente à rede Pública Federal e 23,56% instituídas na rede Pública Estadual.

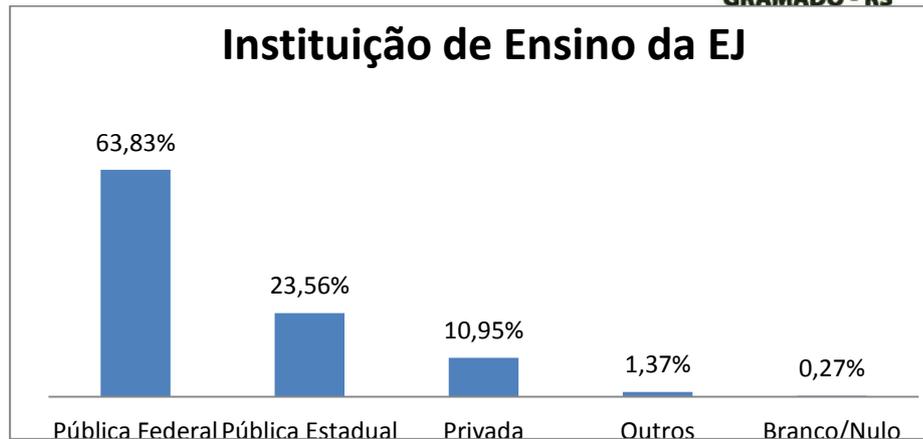


Figura 4 – Gráfico “Instituição de Ensino da EJ”

Apesar da ideia de criação da Empresa Junior partir principalmente dos alunos, verifica-se que existe um apoio considerável dos professores para a orientação dos projetos. Pode-se verificar na “Figura 5” (Fonte: Relatório Nacional Censo e Identidade da Brasil Júnior (2012)) a importância da participação do corpo docente das IES para as EJ’s.

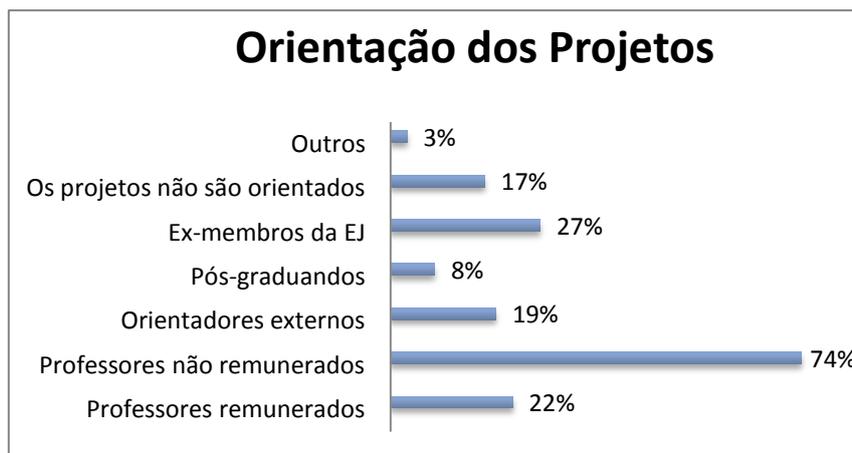


Figura 5 – “Gráfico Orientação de Projetos”

Com relação à orientação de projetos, observa-se na “Figura 5” que aproximadamente 74% dos empreendimentos são conduzidos por professores não remunerados e cerca de 22% são dirigidos por professores gratificados.

É válido ressaltar que 27% dos projetos são guiados por ex-membros das empresas juniores, os denominados “pós juniores”, que dessa forma apresentam a sua grande importância para o Movimento Empresa Júnior, uma vez que esses atores já foram membros da EJ e detêm conhecimento técnico na área de expertise da empresa para aconselhar os alunos na execução de novas tarefas.

Além de poder contribuir de forma significativa para a elaboração de projetos, os professores podem ter um papel fundamental na captação de novos clientes, pois de acordo com a pesquisa, são responsáveis por um valor aproximado de 19% dessa

iniciativa, ou seja, a maior parte, já que o site institucional corresponde a 17% do total, seguido da prospecção ativa e a indicação de alunos com 16% cada um.

## 7. EMPRESAS JUNIORES DE ENGENHARIA EM MINAS GERAIS

Visando identificar o número total de empresas juniores ligadas aos cursos de Engenharia instituídas no interior das Instituições de Ensino Superior de Minas Gerais da Rede Pública Estadual e da Rede Pública Federal, foi feito um levantamento que procurou identificar a existência dessas empresas, administradas pelos alunos, suas áreas específicas de atuação, além de verificar se a política de ação da Empresa Junior é feita em parceria com outras empresas juniores da Universidade.

De acordo com a pesquisa, identificou-se a existência de 124 cursos de engenharia distribuídos em 14 universidades públicas no estado de Minas Gerais, sendo que desse total de cursos, 6% estão estabelecidos em instituições de ensino superior da rede estadual, e a maior parte, 94% estão consolidados em academias da rede federal de ensino.

Em relação ao número de empresas juniores nos cursos de engenharia obteve-se os dados de 117 cursos por falta de informações sobre os cursos de engenharia da UFVJM - Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri. Observa-se através da “Figura 6” que 69% do total de cursos de engenharia possuem empresas juniores, sendo que desse percentual, 7% dessas organizações administradas por alunos estão funcionando em universidades estaduais de Minas Gerais e 93% em universidades Federais mineiras como se pode observar na “Figura 7”.

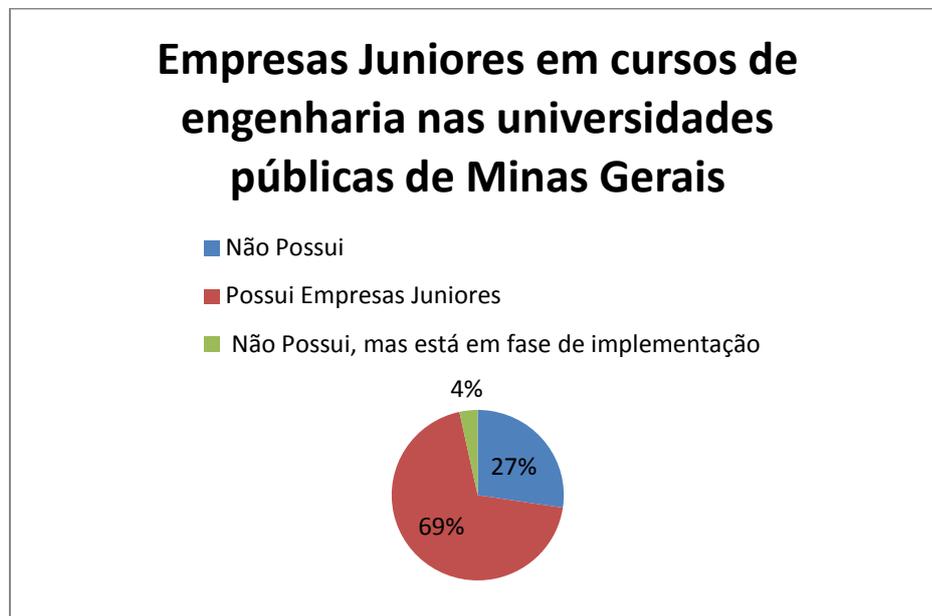


Figura 6 – Gráfico “Empresas Juniores em cursos de engenharia em universidades públicas do estado de Minas Gerais”

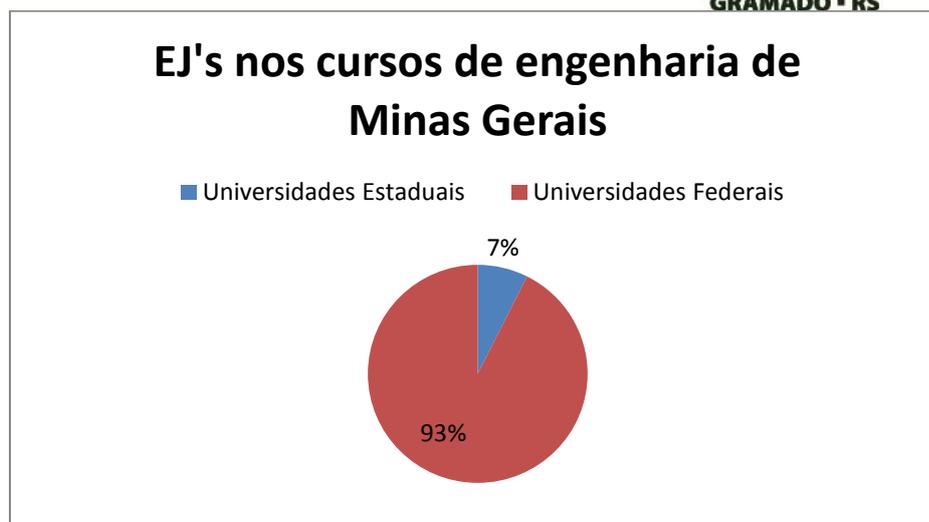


Figura 7 – “Empresas Juniores nos cursos de engenharia em universidades públicas federais e estaduais de Minas Gerais”

Além disso, por meio do levantamento feito, constatou-se que 57% das universidades pesquisadas possuem núcleos centrais de apoio às empresas juniores. Esses núcleos têm como função auxiliar as empresas e empresários juniores, assim como promover a integração entre as empresas juniores dos diversos seguimentos.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o que foi apresentado pode-se considerar que as empresas juniores possuem um papel muito importante como fonte complementar na formação de futuros profissionais. Pode ser um ambiente que permite aos alunos aplicar de forma prática o conhecimento adquirido no interior das salas de aula.

Sendo assim, pode-se observar que os alunos e as universidades já identificaram o movimento empresa junior brasileiro como uma alternativa para desenvolver competências e habilidades que estão sendo cada vez mais exigidas pelo mercado de trabalho. Isso pode ser constatado pelo número considerável de alunos que representam a maior parte dos responsáveis pela idealização da criação da empresa junior no interior das instituições de ensino e pelo elevado percentual de empresas juniores nos cursos de engenharia existentes no interior das instituições de ensino superior.

## AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem a FAPEMIG, a CAPES e ao CEFET-MG pelo apoio no desenvolvimento desse trabalho.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL JÚNIOR. Relatório Nacional Censo e Identidade 2012, 2012. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br/site/arquivos>>. Acesso em: abr 2013.

CARVALHO, Anna Cristina Anna Cristina Barbosa Dias de. **Desenvolvendo habilidades e competências através da empresa júnior**. Disponível em: <[http://www.abenge.org.br/cobenges-antiores/2005/artigos-2005/artigos\\_publicados\\_5](http://www.abenge.org.br/cobenges-antiores/2005/artigos-2005/artigos_publicados_5)> Acesso em: abr 2013.

CUNHA, Filipe Apolo Gomes da. DNA Júnior. Brasil Júnior, 2012. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br/site/arquivos>>. Acesso em abr 2013.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. Perfil profissional e mercado de trabalho: relação com a formação acadêmica pela perspectiva de estudantes universitários. *Estud. Psicol., Natal*, v. 7, n. 2, p. 299-309, jul/dez 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2006.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2006.

MATOS, Franco de. *A empresa Júnior: no Brasil e no mundo*. São Paulo: Ed. Martin Claret, 1997.

Portal Bom Dia Brasil. **Brasil é o país com o maior número de empresas júnior no mundo**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2011/01/brasil-e-o-pais-com-o-maior-numero-de-empresas-juniores-no-mundo.html>>. Acesso em: mai 2013

ZILIOOTTO, Denise Macedo; BERTI, Ariete Regina. A aprendizagem do aluno inserido em empresa júnior. *Revista Conexão, UEPG*, v.8, n.2, p. 210-217, 2012.

## THE IMPORTANCE OF THE JUNIOR ENTERPRISES IN THE TRAINING OF ENGINEER

***Abstract:** The world is becoming and organizations has been charging powers that until then were not required as the professionals. To keep up with this demand education institutions has been adapting to a new academic environment to qualify students for this new market trend. Thus, the university extension projects emerge as a possible opportunity to add skills and the ability to work in teams, creativity, leadership, amongst other features. Thus, the Junior Company can be considered as an alternative*



*extension environment for students to develop various skills. This paper aims to present a little more about the Junior Company in Brazil and the world, make a detailed analysis of the Census conducted by Junior Brazil which is the Brazilian Confederation of Junior Enterprises responsible for identifying the profile of junior companies and entrepreneurs, aiming create support mechanisms to assist in the growth of the Brazilian Movement Junior Company. Finally, this paper will show an overview of this universe of junior companies within federal and state public universities established in the state of Minas Gerais.*

**Key-words:** *Junior Enterprise, Education and University Extension*