



1º ENCONTRO NACIONAL ACADÊMICO
12º ENCONTRO REGIONAL
23ª SEMANA ACADÊMICA
SECRETARIADO EXECUTIVO



EMPRESA JÚNIOR: UM ESTUDO MULTICASO EM CURSOS DE SECRETARIADO EXECUTIVO NO BRASIL

Patrícia Stafusa Sala Battisti

Docente do Curso de Secretariado Executivo (UNIOESTE), mestre em Linguística Aplicada (UNICAMP), R. 7 de setembro, 2221, Toledo – Pr, patriciasala5@hotmail.com

Débora Liessem Vigorena

Docente do Curso de Secretariado Executivo (UNIOESTE), mestre em Administração (UFPR), d_vigorena@yahoo.com.br

Deborah Cristina Knie

Acadêmica do Curso de Secretariado Executivo (UNIOESTE), debycknie@hotmail.com

“A empresa júnior não deixa você mais rico, deixa você mais caro” (Renan C. Rego, presidente da Empresa Júnior A. C. E. Consultoria, de Recife).

RESUMO: Considerando a abrangência da área de atuação do secretário executivo e a importância da prática profissional durante o processo de formação acadêmica, este artigo destaca a empresa júnior como um instrumento prático-pedagógico por excelência. Assim, é apresentada uma reflexão sobre o funcionamento das empresas juniores vinculadas exclusivamente ao Curso de Secretariado Executivo, por meio de um estudo multicaso. Os resultados apontam para um crescimento do educando no que diz respeito ao seu aprendizado e para um aperfeiçoamento de suas habilidades, colocando em evidência o seu perfil empreendedor, ao mesmo tempo em que traz maior visibilidade ao próprio curso.

PALAVRAS-CHAVE: formação acadêmica; prática profissional; Integração empresa-escola.

1 INTRODUÇÃO

As empresas juniores (EJs) representam um laboratório prático das teorias estudadas ao longo de um curso de graduação, ou seja, atuam como um instrumento no processo de ensino-aprendizagem profissional, social e cultural, por meio da participação em situações reais de trabalho.



Considerando a importância das atividades que os acadêmicos podem desempenhar em uma empresa júnior, este estudo buscou levantar informações sobre quais são os cursos de graduação de Secretariado Executivo existentes no país que adotam essa prática, concentrando-se em atender às demandas de mercado específicas das áreas de conhecimento privilegiadas por cada curso.

Para analisar os diferentes aspectos relacionados ao funcionamento de cada uma das empresas selecionadas, optou-se pela realização de um estudo multicaso. O resultado deste estudo se concentra nas ações de sucesso que podem servir de referência para as demais EJs em funcionamento, mas que ainda não exploram suficientemente todo o potencial do curso. Esta reflexão se mostrou necessária considerando a ampliação do campo de atuação do profissional secretário executivo, principalmente no que se refere às atividades de consultoria e de assessoria executiva.

Cabe ressaltar que este trabalho faz parte de um projeto de pesquisa que será desenvolvido em dois momentos. Primeiramente, objetiva-se provocar uma discussão sobre a empresa júnior, no evento do 1º ENASEC UNIOESTE, por meio da apresentação dos resultados obtidos neste estudo. Posteriormente, tendo em vista esses resultados e o envolvimento de acadêmicos com perfil empreendedor, pretende-se elaborar um plano de negócios para a Empresa Júnior da UNIOESTE-Campus de Toledo-PR.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo classifica-se como descritivo-exploratório, uma vez que se buscou levantar informações sobre as empresas juniores vinculadas aos cursos de graduação em Secretariado Executivo, em âmbito nacional. Reunidas essas informações, o passo seguinte foi identificar o perfil e a abrangência das atividades desenvolvidas por essas empresas.

A pesquisa descritiva apresenta detalhes específicos da situação e do ambiente estudados. Já a exploratória tem a finalidade principal de formular



questões, de desenvolver hipóteses e de aumentar a familiaridade do pesquisador com o ambiente, o fato ou o fenômeno para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos (MARCONI, 1999; GIL, 1999).

Partindo dos 119 cursos de Secretariado Executivo existentes no Brasil avaliados pelo Enade¹, foi feito um primeiro levantamento com o objetivo de identificar as empresas juniores vinculadas exclusivamente ao curso de Secretariado e que obtiveram conceito 4 ou 5 no Enade. Apenas três (3) empresas juniores foram selecionadas: SEC JR.; EXECUTIVA JR. e CONSET JR.

Na sequência foram realizadas entrevistas com os membros de cada uma das três empresas juniores selecionadas, entrevistas essas realizadas por meio de questionamentos referentes aos seguintes aspectos:

- a) histórico de criação da empresa;
- b) constituição da equipe;
- c) projetos desenvolvidos;
- d) planejamento financeiro; e
- e) principais problemas e desafios enfrentados.

Sendo assim, envolvendo empresas diferentes, trata-se de um estudo multicaso. De acordo com Yin (2001), o estudo de caso prevê uma investigação detalhada, pois os dados são coletados durante um período de tempo, visando prover uma análise do contexto e dos processos envolvidos no fenômeno estudado.

A análise de cada uma das questões da entrevista foi realizada com vistas a encontrar similaridades e diferenças entre as práticas de cada uma das empresas juniores, possibilitando uma reflexão sobre a adoção da empresa júnior enquanto instrumento pedagógico-empREENDEDOR.

3 A IMPORTÂNCIA DA PRÁTICA NO AMBIENTE ACADÊMICO

¹ Exame Nacional de Desempenho de Estudantes - Utilizou-se o resultado publicado em 2006, uma vez que o de 2009 ainda não estava disponível para consulta até a presente data.



1º ENCONTRO NACIONAL ACADÊMICO
12º ENCONTRO REGIONAL
23ª SEMANA ACADÊMICA
SECRETARIADO EXECUTIVO



Os acadêmicos precisam estar atentos às oportunidades de exercer atividades práticas durante o curso, pois, assim, podem aumentar as chances de uma boa colocação no mercado, além da vivência prática das teorias estudadas. Essas atividades fazem parte do processo de ensino-aprendizagem previsto no projeto político-pedagógico de cada curso de graduação.

Cabe ressaltar que a prática vai além do estágio curricular obrigatório, abrangendo as atividades propiciadas pelo estágio extracurricular e por outros instrumentos pedagógicos. A participação dos acadêmicos em empresas juniores é um exemplo de uma atividade que visa o estabelecimento de um elo entre a teoria e a prática, ou seja, propicia um estreitamento da distância entre mercado e ambiente acadêmico, possibilitando experiências reais de mercado (STAWINSKI, 2006).

As empresas juniores representam um meio de integração que permite o aprendizado, a iniciação profissional e o intercâmbio entre universidade e empresas. Essas empresas contam com a vantagem de ter uma estrutura com baixos custos fixos e de que todos os projetos e serviços seguem orientação obrigatória de professores ou de profissionais da área na qual os acadêmicos estão se formando.

Além disso, a atuação das empresas juniores possibilita a iniciação do acadêmico com a pesquisa, pois eles precisam levantar diversas informações para conseguir os projetos, como, por exemplo, saber qual é a realidade da região, quais os tipos de projetos e de serviços a serem prestados e definir as estratégias de divulgação (DAL PIVA, PILATI e KOVALESKI, 2005).

O comprometimento social da instituição de ensino, dos docentes e dos acadêmicos também é valorizado com a atuação efetiva de uma empresa júnior, pois ela busca atender às necessidades das empresas locais por meio da prática daquilo que é aprendido em sala de aula. Com isso, a comunidade como um todo ganha, uma vez que, com empresas mais competitivas, maiores oportunidades de emprego são geradas.

4 EMPRESA JÚNIOR: ORIGEM E CONCEITO



Aluno da *École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales de Paris* (ESSEC), Pierre-Marie Thauvin, fundou, em 1967, uma “estrutura profissional dirigida por alunos da ESSEC” (ESSEC, 2010), que ficou conhecida como a primeira “*junior enterprise*” (empresa júnior) da história. Ainda em funcionamento na atualidade, a empresa possui uma carteira de clientes de empresas renomadas internacionalmente, como, por exemplo: Nokia, L’Oreal e Unilever, e se mantém na liderança de empresas juniores da Europa, tendo se destacado na prestação de diferentes serviços: análise e potencial de mercado, satisfação de clientes, estudos de imagem empresarial e auditorias organizacionais.

Foi apenas em 1987 que foi introduzido o conceito de empresa júnior (EJ) no Brasil, e isso ocorreu por intermédio da Câmara de Comércio França-Brasil. Um ano depois, em 1988, surgiu na FGV (Fundação Getúlio Vargas), na área de Administração de Empresas, a primeira empresa júnior do Brasil e também da América Latina. Nas últimas duas décadas, essa modalidade de empreendimento tem crescido vertiginosamente, como veremos a seguir.

Oliveira (2007), ao pesquisar empresas juniores no Brasil, comenta que o tema ainda “[...] não recebeu o devido tratamento investigativo, tendo poucos trabalhos sobre esse assunto” (p. 4)². Medeiros e Mariz (2008), ao analisarem as empresas juniores da UFMG, também chegam à mesma conclusão: “[...] metodologias são desenvolvidas, experiências são vivenciadas e ainda assim pouca bibliografia é produzida” (p. 123). Dessa forma, a Confederação Brasileira de Empresas Juniores (a Brasil Júnior) tem feito um trabalho ativo e tem tentado descrever e regular essa atividade através de estatutos e de pesquisas. No censo elaborado por essa entidade estima-se a existência de mais de mil empresas juniores e aproximadamente 23.200 empresários juniores em todo o Brasil (BRASIL JÚNIOR, 2008).

Assim, diante de tal difusão da EJ, a Brasil Júnior sentiu a necessidade de possuir um formato mínimo que fosse capaz de assegurar a confiabilidade dos serviços. Para tanto, elaborou um “conceito nacional” de EJ. Na forma da lei, a EJ é

² Cf. também MATOS (1997).



1º ENCONTRO NACIONAL ACADÊMICO
12º ENCONTRO REGIONAL
23ª SEMANA ACADÊMICA
SECRETARIADO EXECUTIVO



uma associação civil, pessoa jurídica de direito privado, regularmente cadastrada junto ao CNPJ, respeitando as legislações vigentes no âmbito federal, estadual e municipal (BRASIL JÚNIOR, 2010).

Ainda que deva atuar como uma empresa tradicional, a empresa júnior possui características que a diferenciam de uma empresa qualquer. Em primeiro lugar, os membros que a compõem devem estar regularmente matriculados em uma instituição de ensino superior. Assim, as EJs são constituídas pela:

[...] união de alunos matriculados em cursos de graduação em instituições de ensino superior, organizados em uma associação civil com o intuito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento do país e de formar profissionais capacitados e comprometidos com esse objetivo. (BRASIL JÚNIOR, 2010, p. 1).

A EJ pode ser formada por apenas um curso da graduação ou ser interdisciplinar. Conforme apurou Oliveira (2007), em um universo de pesquisa de 201 respondentes, 70,65% são de um único curso e 29,25% são interdisciplinares. Quanto às áreas, o curso de administração e as engenharias somam 64,06%, seguidos pelos de ciências econômicas, ciências contábeis e ciência da computação somando 17,56%. Em bem menor proporção aparecem os cursos de turismo, de arquitetura, de marketing, entre outros. Vale ressaltar que o curso de secretariado executivo não figura em sua pesquisa.

Outra característica que difere da empresa convencional é que o lucro não é seu objetivo primeiro, de modo que, embora a empresa possa desenvolver projetos ou executar serviços remunerados, o lucro deverá ser reinvestido na própria empresa. Seu objetivo principal é propiciar condições para que seus membros tenham visão empresarial e atuem nas áreas para as quais estão sendo formados, desenvolvendo o empreendedorismo e, ao mesmo tempo, sendo úteis à sociedade. Como a mão de obra ainda não está formada, os preços dos serviços, em geral, são abaixo do mercado.

Embora seja formada exclusivamente por graduandos, a EJ precisa ter um professor tutor que oriente os acadêmicos. A ideia é que esse docente supra a inexperiência dos membros, direcionando-os ou oferecendo-lhes alternativas. Além



disso, como salientam Medeiros e Mariz (2008), o envolvimento desse profissional fortalece a credibilidade da empresa.

Uma outra característica percebida nesse tipo de empreendimento diz respeito à sua integração com o Terceiro Setor. O voluntariado tem sido incentivado e desenvolvido nas EJs. Desde abril de 1994, a Júnior Pública, empresa júnior vinculada à FGV-EAESP, do Curso de Administração Pública, trabalha exclusivamente com o Terceiro Setor, cujo fim último é o bem social (BRASIL JUNIOR, 2008b). Matos já destacava essa tendência em 1997, quando da publicação pioneira sobre a empresa júnior no Brasil. Nessa década, o crescimento também é ressaltado por Oliveira (2007) ao citar o perfil dos clientes das EJs pesquisadas: é significativa a presença de clientes do Terceiro Setor, que “representam 71,15% do total da clientela atendida” (p. 11).

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste item serão apresentados os resultados das entrevistas realizadas junto aos membros das equipes das 3 (três) empresas juniores entrevistadas:

- 1) SEC JR. Consultoria - Universidade Federal de Viçosa/MG (UFV)
- 2) EXECUTIVA JR. - Universidade Federal da Bahia (UFBA)
- 3) CONSET JR. – Universidade Estadual de Maringá (UEM).

CASO 1 - SEC JR. Consultoria

A Sec Jr. Consultoria é uma empresa júnior vinculada ao Curso de Secretariado Executivo Trilíngue da UFV. Segundo Midhyã Luiz Alves, diretora-presidente da Consultoria, existem na UFV, desde 1993, empresas juniores nos Cursos de Administração, de Engenharia de Alimentos e de Engenharia Florestal.



Tendo em conta essas iniciativas e acreditando ser “uma experiência diferencial”, decidiu-se fundar, em 2003, a do Curso de Secretariado.

A empresa possui *site* próprio, de visualização agradável e de fácil navegação. Nele constam, dentre outras informações, os objetivos, a missão e a visão da empresa, o que demonstra que as perspectivas teóricas que fundamentam o curso, e que nele são ensinadas, evidenciam também uma das vantagens da empresa júnior, qual seja, a integração da teoria com a prática. Os objetivos, como serão apresentados, se alinham ao relato das experiências vivenciadas pela diretora-presidente e por sua equipe. Dentre os objetivos principais, é interessante ressaltar que a empresa visa o

[...] estímulo ao empreendedorismo; aplicação prática de conhecimentos teóricos; contribuição para a sociedade através da prestação de serviços de qualidade e com preços acessíveis; promoção da responsabilidade social e facilitar o ingresso de futuros profissionais no mercado.

Além do cargo de diretora-presidente, há mais cinco diretorias (*Marketing*, Financeira, Projetos, Desenvolvimento e Gestão de Pessoas), as respectivas gerências e uma ou duas *trainees* para cada área. Contam também com associados, que auxiliam nos projetos e nas consultorias. Alves menciona que os alunos envolvidos na empresa são de todos os anos do curso. Quanto ao perfil, depende da área, pois os pré-requisitos são diferentes. De uma maneira geral, são pessoas “pró-ativas, com iniciativa e empreendedoras”.

Uma estratégia interessante que evidencia o caráter empreendedor do grupo é que, para incentivar os acadêmicos a serem associados, a SEC JR. possui convênios com alguns estabelecimentos comerciais, os quais fornecem descontos nas compras. Assim, a SEC JR. pode contar com um número maior de integrantes quando necessita de auxílio nas tarefas. Além disso, ela tem parceria com outras empresas juniores em projetos e com algumas instituições da cidade.

Quando se indagou sobre a importância dessa experiência para a formação dos acadêmicos de sua equipe, Alves ressalta que a vivência empresarial similar a uma empresa tradicional é aquilo que diferencia um acadêmico empresário de outro que não tenha tido essa experiência. E acrescenta como válidos os conhecimentos



adquiridos em gestão e o aperfeiçoamento de habilidades interpessoais, como, por exemplo, a “capacidade de trabalhar em equipe” e o exercício da liderança. Outro aspecto citado por ela diz respeito ao contato com clientes e à administração de “recursos escassos”.

Quanto aos serviços oferecidos, o *site* tem um portfólio que abrange quatro vertentes: eventos, tradução, revisão de textos e organização de arquivos. No primeiro, a empresa oferece os serviços de cerimonial, recepção, credenciamento, assessoria a palestrantes e organização do *coffee break*. Tradução e versão de textos são serviços oferecidos em inglês, em espanhol, em francês e em alemão. A oferta do serviço de revisão de textos inclui desde trabalhos acadêmicos a teses segundo as normas da ABNT. E, por fim, disponibiliza a consultoria em organização de arquivos. Além disso, treinamentos são oferecidos nessas vertentes citadas.

Os serviços mais solicitados, segundo a diretora, são revisão de texto com formatação de acordo com a ABNT e serviços relativos à organização de eventos. Perguntou-se também sobre exemplos de serviços bem-sucedidos, em relação ao que Alves relatou o que segue:

[...] um exemplo de sucesso foi uma consultoria em arquivos realizada em uma empresa sênior ligada à UFV. O serviço foi realizado em duas etapas e ao final eles contrataram uma de nossas estagiárias para, dentre as demais funções, auxiliar quanto ao arquivo, para que todos os procedimentos tivessem continuidade.

Quanto à questão financeira, Alves informou que os membros são remunerados pelos projetos nos quais trabalham, ou seja, uma parte retorna em investimentos à empresa e o restante é dividido entre as pessoas envolvidas. No caso dos eventos, cobra-se pela hora de serviço e pela elaboração do texto.

Quanto à captação de clientes, Alves informa que isso ocorre, na maioria dos casos, por indicação, mas que a equipe também envia o portfólio para os departamentos da Universidade e, quando há um evento, entram em contato com os organizadores.

Para finalizar, perguntou-se sobre problemas ou desafios enfrentados. Alves informou que o atual desafio é estruturar um projeto de responsabilidade social no qual possam empregar o conhecimento adquirido na graduação.



CASO 2 - EXECUTIVA JR.

A Executiva Jr. é uma das empresas juniores da UFBA. Essa EJ começou a funcionar em 2005 e se denomina uma “associação civil de interesse público sem fins lucrativos” (UFBA, 2010). A atual presidente da empresa, Adriana Suzi Santana de Almeida, explica que, além da presidência geral, a empresa é composta por mais quatro diretorias (de Recursos Humanos, de *Marketing*, de Projetos e Administrativa). A empresa conta em seu quadro também com o serviço de oito *trainees*. Segundo Almeida, eles se utilizam de um rodízio de funções para que todos possam ficar dois meses em cada cargo e experimentam um pouco de cada área. Almeida acrescentou que os integrantes da EJ são de todos os semestres do curso.

A Executiva Jr. oferece serviços na área do curso tanto para micro e pequenas empresas, quanto à “comunidade em geral por meio do planejamento e execução de projetos sociais” (UFBA, 2010). O *blog* da empresa divulga duas atividades principais: gestão de eventos e treinamentos. Oferece a organização do evento, desde a sua concepção (pré-evento) até a sua avaliação (pós-evento). Quanto ao treinamento, a empresa oferece oficinas, cursos e palestras em várias áreas do Secretariado, tais como redação empresarial, atendimento ao público, administração do tempo, entre outros.

Quando indagada quanto ao que efetivamente foi realizado, ela explicou que uma nova equipe assumiu esse ano e tem sido contratada para realizar cursos de capacitação, palestras e organização de eventos, em especial para a própria universidade. Almeida comentou também que acha de suma importância a participação de um acadêmico em empresas desse tipo, porque, segundo ela, “só ali a pessoa tem o momento para vivenciar o que aprendeu na teoria, em contato real com o público externo”.

Quanto à pergunta que se refere à maneira como divulgam seus serviços aos clientes, Almeida comentou que, em primeiro lugar, os membros da equipe estavam direcionando seus esforços para a instituição, mas a equipe está



planejando reestruturar o *marketing* para divulgar mais os serviços, no entanto, quer, em suas palavras, “arrumar a casa primeiro”. Sobre suas parcerias, comenta que a única é a própria instituição. A UFBA cede uma sala com a estrutura necessária e também utilizam o auditório para os eventos.

Quanto à questão sobre os recursos financeiros, a Executiva Jr. não remunera seus membros nem o professor orientador. O desafio desta EJ está justamente na questão financeira. Almeida argumenta que, pelo fato de não ser remunerada, muitas vezes, diante da necessidade de trabalhar, um membro da equipe abandona a empresa para assumir um estágio, que, embora não ofereça, de modo geral, o mesmo aprendizado da EJ, ele remunera e, por isso, acaba acarretando bastante rotatividade.

Ainda que apresente essas dificuldades, a presidente da empresa recomenda fortemente para o acadêmico participar de empresas juniores, pois propicia ao recém-formado ter uma visão mais abrangente da empresa, adquirir maturidade, ser mais dinâmico ao passar por cada fase, desde quando começa como *trainee* até a presidência.

Essa empresa júnior também possui missão e visão. Em sua missão, os membros almejam o crescimento pessoal e profissional daqueles que nela atuam e também almejam, da mesma forma, divulgar o curso. Em sua visão, manifestam o desejo de a empresa ser reconhecida enquanto EJ. Entre seus principais valores estão a ética, o profissionalismo, a responsabilidade social e o empreendedorismo.

CASO 3 - CONSET JR.

A Consultoria de Secretariado Executivo Trilíngue Júnior (Conset Jr.) é recente no Paraná, fundada em 2009 na UEM. O surgimento da empresa se deu, conforme nos explica Thays Ferreira Lima, secretária da Conset Jr., devido à vontade de “difundir e valorizar” o curso e a “profissão de secretário executivo”.

A missão, a visão e os valores da empresa se alinham ao que moveu o grupo a começar; ou seja, o grupo diz buscar, por meio da inovação, contribuir para o crescimento pessoal e profissional dos membros e quer ser, segundo a visão da



1º ENCONTRO NACIONAL ACADÊMICO
12º ENCONTRO REGIONAL
23ª SEMANA ACADÊMICA
SECRETARIADO EXECUTIVO



empresa, “a primeira opção como consultoria júnior no mercado maringaense, reconhecida por acadêmicos e clientes”. Como valores, além do profissionalismo e do empreendedorismo mencionados pelas empresas juniores citadas, a equipe acrescenta “paixão” e “respeito”. Entre os objetivos principais estão a busca de inovação e o desenvolvimento da liderança e do empreendedorismo (CONSET JR., 2010).

A empresa é composta por quatro órgãos administrativos: Assembleia Geral; Diretoria Executiva; Conselho Administrativo e Conselho Fiscal. A Diretoria Executiva é composta por oito membros: Diretor Presidente; Diretor Vice-Presidente; Diretor de *Marketing*; Diretor Jurídico-Financeiro; Diretor Administrativo e de Projetos; Diretor de Gestão de Pessoas; Diretor de Eventos e Secretário para assuntos administrativos. Cada diretor é o responsável por sua equipe de consultores e pelas atividades desenvolvidas pela Diretoria. Os membros são de todos os anos dos cursos.

Ao ser indagada sobre se a empresa júnior é importante para a sua formação, Thaís F. Lima responde que sim, acrescentando que essa experiência faz com que

[...] a gente vivencie a realidade profissional e adquira experiência de mercado ainda durante a graduação. Com isso desenvolvemos habilidades como a liderança, capacidade de comunicação e responsabilidades para lidar com prazos e resultados. Acredito que esses fatores nos tornam mais competitivos no mercado de trabalho e serão diferenciais em uma entrevista de emprego.

No *site* da empresa temos as informações de todos os tipos de serviços oferecidos pela Conset Jr. Eles são divididos em quatro leques: eventos, gestão documental, assessoramento linguístico e acompanhamento externo. Nos eventos, oferecem os serviços de planejamento, organização e logística. Na gestão documental, fazendo uso dos conhecimentos adquiridos em arquivística, a empresa propõe análise documental, elaboração da tabela de temporalidade e padronização dos documentos. O assessoramento linguístico se dá tanto na língua materna quanto em inglês, em espanhol e em francês, na necessidade de elaboração ou de revisão de textos nessas línguas. O acompanhamento externo, por sua vez, foca o



assessoramento em recepções no aeroporto e hotéis, assim como feiras e congressos.

Perguntou-se se, apesar do pouco tempo de criação da empresa, já estão fazendo trabalhos e se os trabalhos desenvolvidos pela equipe realmente auxiliam as empresas-clientes. Lima explicou que, apesar de ainda não ser muito conhecida, a Conset Jr. começou a fazer serviços de suporte aos eventos empresariais e acadêmicos e revisão de trabalhos. Relatou que a EJ prestou serviços de organização ao Centro Auditivo Phonak, no evento "Campanha Nacional de Alerta ao Zumbido", no dia 5/8/2010, no Hotel Deville, além de realizar ampla divulgação na UEM e na cidade, o que contribuiu para o sucesso do evento, que atingiu um grande público.

A obtenção de clientes é feita através de indicações e por meio de contato com uma lista de prospecção de clientes em potencial desenvolvida pelos integrantes da empresa. A Conset Jr. tem parceiros além da UEM, como Instituto Mercosul, entre outros. Lima finalizou destacando dois desafios principais: conseguir maior visibilidade do trabalho e montar uma equipe que ofereça as competências para atender os projetos demandados.

Quanto ao aspecto financeiro, os membros da empresa não são remunerados, os pagamentos recebidos pelos serviços prestados são depositados na conta da empresa e são utilizados para fins da Conset Jr. É feito um balanço mensal e um orçamento de todos os projetos e eventos da empresa, para obtenção de autorização da área financeira, para dar transparência à ação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este estudo foi possível se aproximar da experiência vivenciada por empresas juniores que estão obtendo sucesso em suas atividades, sob a perspectiva de fortalecer a formação dos acadêmicos de Curso de Secretariado e de alcançar maior visibilidade dessa graduação no mercado de trabalho.



Ressalta-se que esta iniciativa se estende em âmbito nacional, demonstrando que as instituições de ensino envolvidas nesta pesquisa consideram a empresa júnior como um instrumento de apoio pedagógico ao desenvolvimento do perfil empreendedor do futuro profissional.

Nesse sentido, a empresa júnior representa uma possibilidade de prática em conformidade com as exigências apresentadas pelo mercado de trabalho, permitindo aos acadêmicos realizarem projetos que agreguem valor às empresas atendidas e, concomitantemente, fortaleçam a formação acadêmica, visando aumentar seu grau de empregabilidade.

Além disso, os casos estudados demonstram que o envolvimento do Curso de Secretariado com a empresa júnior abre caminho para que a imagem dessa profissão seja fortalecida na comunidade acadêmica e, em especial, na comunidade empresarial.

Notou-se também que as empresas juniores, de forma geral, têm um vínculo estreito com o Terceiro Setor e questões de responsabilidade social. Entende-se que esse vínculo deve ser fortemente incentivado pelos professores orientadores, posto que, cada vez mais, são implementadas diferentes estratégias de gestão que tornam as empresas brasileiras mais competitivas justamente por responderem às demandas sociais.

O estabelecimento de parcerias se sobressai como a ação mais forte para demandar projetos, bem como a oportunidade de obter vantagens atraentes para os membros envolvidos. Em alguns casos, as empresas parceiras indicam clientes e ainda oferecem descontos e produtos e/ou serviços, fazendo-o por meio de convênios.

Essas parcerias ainda servem de apoio para se oferecer contrapartida indireta aos serviços prestados pelos acadêmicos, como descontos em diversos estabelecimentos comerciais. Para algumas das empresas juniores, o fato de os acadêmicos não serem remunerados representa um fator que dificulta a formação das equipes de trabalho.



Tudo isso representa uma alternativa para estimular a participação dos acadêmicos e motivá-los a se engajarem em projetos de longo prazo, pois, na maioria dos casos, as oportunidades de estágio lhes parecem mais interessantes do ponto de vista financeiro.

Quanto aos projetos desenvolvidos pelas EJs, constatou-se que a maioria é na área secretarial e de comunicação, abrangendo temas como: arquivística, organização de eventos, redação comercial e traduções.

Pode-se afirmar que a experiência contada neste estudo pode servir de exemplo para outras instituições de ensino superior que ofertam o Curso de Secretariado, como é o caso da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE – *Campus* de Toledo-PR, conceito 5 no Enade.

Na UNIOESTE – *Campus* de Toledo-PR há uma empresa júnior, denominada ECOENG, pertencente ao colegiado do Curso de Ciências Econômicas e composta por acadêmicos de outros cursos, como Secretariado Executivo, Engenharia Química e Engenharia de Pesca. Nesse caso, a realidade vivenciada pelos acadêmicos do Curso de Secretariado Executivo ainda não pode ser investigada, pois não possuem projetos desenvolvidos recentemente.

Ressalta-se que, no percurso da presente investigação, foi possível verificar que algumas instituições de ensino, mesmo não tendo uma empresa júnior devidamente constituída, buscam, por outras alternativas, oferecer uma atividade prática somada à formação acadêmica.

Um exemplo é dado pela Universidade de Santa Cruz do Sul – RS (UNISC), onde existe um programa denominado Escritório Experimental, no qual, supervisionados por professores do curso, os acadêmicos executam serviços de consultoria e de assessoria externa. As áreas versam sobre gestão de processos, gestão de projetos, secretarial e na área de línguas. Além disso, existe um projeto denominado Secretaria Júnior, no qual, segundo a coordenadora do Curso de Secretariado Executivo, Daniela G. Durante, se desenvolvem vários trabalhos nos quais os alunos têm a oportunidade de colocar em prática muitos conhecimentos aprendidos na graduação, tais como treinamentos às empresas e cursos.



1º ENCONTRO NACIONAL ACADÊMICO
12º ENCONTRO REGIONAL
23ª SEMANA ACADÊMICA
SECRETARIADO EXECUTIVO



Outro exemplo é a Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná (UNICENTRO), de Guarapuava, que presta consultoria exclusivamente sobre a organização de eventos. Segundo a coordenadora, Juliane S. Angnes, como o fim é unicamente pedagógico, os serviços prestados não são pagos em espécie, mas, sim, revertidos em material e em equipamentos para a própria estrutura da consultoria como forma de contrapartida.

É nítido o engajamento das EJs investigadas em difundir e valorizar o Curso de Secretariado Executivo, fazendo-o a partir de projetos desenvolvidos pelos acadêmicos com apoio de professores, isso ocorrendo principalmente na área de técnicas secretariais. Talvez essas áreas tenham maior demanda pelo fato de que as empresas buscam resultados imediatos e bastante visíveis.

Cabe destacar que os exemplos encontrados em outras instituições de ensino sinalizam um esforço na mesma direção. Sugere-se, portanto, que estudos futuros abordem questões sobre a elaboração de um plano de negócios que respalde as atividades de uma EJ, ampliando o número de projetos atrelados às principais competências que os acadêmicos do Curso de Secretariado Executivo podem desenvolver.

REFERÊNCIAS

BRASIL JÚNIOR (Confederação Brasileira de Empresas Juniores) (2008a). **Censo Brasil Júnior 2008**. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br/visualizarNoticia.php?id=19>>. Acesso em: 25 ago. 2010.

BRASIL JÚNIOR (2008b). **DNA JÚNIOR 2008**. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br/arquivos/files/DNA%20Junior%20EJ18.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2010.

BRASIL JÚNIOR. **Conceito nacional de empresa júnior**. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br>>. Acesso em: 27 ago. 2010.

CONSET JR. Disponível em: <<http://www.consetjunior.com.br>>. Acesso em: 15 set. 2010.



1º ENCONTRO NACIONAL ACADÊMICO
12º ENCONTRO REGIONAL
23ª SEMANA ACADÊMICA
SECRETARIADO EXECUTIVO



DAL PIVA; PILATI, A; KOVALESKI, J. Uma contribuição dos acadêmicos que atuam na empresa Junior da FADEP. In: IX Simpósio Internacional Processo Civilizador: Tecnologia e Educação, 2005, Ponta Grossa – PR, **Anais do IX Simpósio Internacional Processo Civilizador**, 2005, p. 1-9.

ESSEC. *École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales de Paris*. Disponível em: <http://www.junioressec.com/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=19&Itemid=74>. Acesso em: 10 set. 2010.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MATOS, Franco de. **A empresa júnior no Brasil e no mundo**: o conceito, o funcionamento, a história e as tendências do movimento EJ. São Paulo: Martin Claret, 1997.

MEDEIROS, Mirna de Lima; MARIZ, Nathália Martins. O empreendedorismo na Universidade: um estudo de caso sobre as empresas juniores da UFMG. In: **Ingebro**. Santa Maria- RS, 2008.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social e empresa júnior no Brasil: o emergir de novas estratégias para formação profissional. In: **Anais do III Seminário de Gestão**. UNIFAE, Curitiba-UNIFAE, 2007.

SEC JÚNIOR - UFV. Disponível em: <<http://www.secjr.ufv.br>>. Acesso em: 9 set. 2010.

STAWINSKI, Fabio. Empresas juniores e a importância da prática no ambiente acadêmico. **Revista Científica de Administração e Sistemas da Informação**. V.7, n. 7, p. 51-69, jul./dez. 2006.

UFBA. **Executiva Júnior**. Disponível em: <<http://www.portal.ufba.br/servicos>>. Acesso em: 25 ago.2010.

YIN, R. K. **Estudos de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2001.