

A importância das empresas júniores (EJ's) para o crescimento pessoal e profissional dos graduandos em administração.

The importance of junior companies (junior companies) for the personal and professional growth of administration graduates



Marcia Regina Maboni Hoppen Porsch¹, Zenicléia Angelita Deggerone², Julia Baroni de Matos³, Bruna Remussi⁴

RESUMO

O objetivo deste trabalho é caracterizar a *Conceitu's* Assessoria Empresarial vinculada ao Curso de Administração da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul da Unidade Universitária de Sananduva/RS, e evidenciar os conhecimentos proporcionados aos discentes que participaram de modo voluntário das atividades da Empresa Júnior (EJ). Entre os procedimentos metodológicos, o estudo é classificado como uma pesquisa qualitativa de natureza exploratória, quando foram pesquisados quinze bolsistas voluntários que são estudantes do curso de administração. A coleta dos dados foi realizada através da aplicação de um questionário contendo três questões fechadas de múltipla escolha, uma pergunta aberta para comentários e sugestões, pelo *Google Forms*. Entre os principais resultados do estudo, verificou-se que a atuação dos estudantes na Empresa Júnior promoveu a melhoria do aprendizado sobre marketing digital e suas ferramentas, colocando a teoria estudada em sala de aula na prática, além de auxiliar no desenvolvimento de pesquisas, estágios e na capacidade de trabalhar em equipe.

Palavras-chave: Extensão Universitária. Troca de experiências. Aprendizado.

ABSTRACT

The objective of this paper is to characterize *Conceitu's* Assessoria Empresarial linked to the Administration Course of the State University of Rio Grande do Sul of the University Unit of Sananduva/RS, and to highlight the knowledge provided to the students who participated voluntarily in the activities of the Junior Company (EJ). Among the methodological procedures, the study is classified as a qualitative research of an exploratory nature, when fifteen volunteer scholarship holders who are students of the administration course were surveyed. Data collection was carried out through the application of a questionnaire containing three closed multiple-choice questions, an open question

¹ Doutora em Modelagem Matemática pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Professora Adjunta da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS), Sananduva, RS, Brasil. E-mail: marcia-porsch@uergs.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5000-5297>

² Doutora em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professora Adjunta da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS), Erechim, RS, Brasil. E-mail: zenicleia-deggerone@uergs.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4286-4686>

³ Graduanda em Administração. Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS), Sananduva, RS, Brasil. E-mail: junlia-baroni@uergs.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-7648-9215>

⁴ Graduanda em Administração. Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS), Sananduva, RS, Brasil. E-mail: bruna-remussi@uergs.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-7253-6011>

for comments and suggestions, using Google Forms. Among the main results of the study, it was found that the performance of students at Empresa Junior promoted the improvement of learning about digital marketing and its tools, putting the theory studied in the classroom into practice, in addition to helping in the development of research, internships and the ability to work in a team.

Keywords: University Extension. Exchange of experiences. Apprenticeship

INTRODUÇÃO

A universidade é um espaço de transformação pessoal e profissional dos estudantes. Isso acontece porque o potencial e a capacidade de cada discente está condicionada por meio da prática da cultura profissional ou da reflexão advinda do contato com o saber científico da academia e o saber empírico da sociedade (AGUIAR, TEIXEIRA, SANT'ANNA, 2021).

A formação superior nesse sentido é construída pela ampliação do arcabouço teórico/conceitual dos estudantes e da experiência da prática profissional, no intuito de possibilitar momentos reflexivos que conduzam o discente à aproximação de uma identidade laboral. E uma das ferramentas que podem proporcionar essa transformação do conhecimento teórico para o prático estão associadas as atividades extensionistas, através das Empresas Júniores (EJ's).

A Empresa Júnior (EJ) é um dispositivo institucional facultativo no percurso de formação – alinha-se a esse contexto. Ela disponibiliza aos estudantes a possibilidade de ocupar funções organizacionais análogas àquelas que encontrarão no futuro profissional, bem como permite a troca de conhecimentos com as empresas nas quais prestaram serviços (ZILIOOTTO, BERTI, 2012).

De acordo com Oliveira (2005), as Empresas Júniores (EJ's) contribuem para a formação de um profissional cidadão, com uma visão mais ampla de sua formação, que não se restringe somente atender aos seus interesses pessoais e de carreira, mas a possibilidade de contribuir com suas ações, a construção de uma sociedade mais justa, solidária e contribuindo com desenvolvimento de novas organizações. Para Lopes et al. (2007) as EJ's contribuem para que os acadêmicos desenvolvam habilidades profissionais e pessoais, construção de novos conhecimentos, e o desenvolvimento de características de liderança. Ainda contribuem para a aproximação do ambiente empresarial (MASSENSINI et al., 2008), o ingresso no mercado de trabalho e o desenvolvimento de características empreendedoras (COSTA; BARROS; MARTINS, 2008; MASSENSINI et al., 2008).

Em síntese, a EJ proporciona a aplicação prática do conhecimento teórico relativo à área de formação, e promovendo a experiência de mercado aos graduandos, fomentando o crescimento pessoal e profissional. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é caracterizar a *Conceitu's* Assessoria Empresarial vinculada ao Curso de Administração da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul da Unidade Universitária de Sananduva/RS, e evidenciar os conhecimentos proporcionados aos discentes que participaram de modo voluntário das atividades da Empresa Junior.

O presente artigo organiza-se em cinco seções. Após essa introdução, apresenta-se o referencial teórico, que contextualiza algumas mudanças no mercado de trabalho, onde se discute as transformações na formação superior e a importância das Empresas Juniores para a formação pessoal e profissional dos estudantes. Na terceira seção, são expostos os procedimentos metodológicos que direcionaram as etapas de coleta e análise de dados. Na quarta seção discorre-se sobre a *Conceitu's* Assessoria Empresarial da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, da Unidade Universitária de Sananduva/RS. Depois, são expostos e discutidos os principais resultados alcançados e suas implicações. Por último, na quinta seção, são apresentadas as considerações finais deste estudo.

MUDANÇAS NA DEMANDA DOS MERCADOS DE TRABALHO

O mundo globalizado e cada vez mais tecnológico, vem transformando o convívio do homem com meio, pelo qual se relaciona. As organizações, o meio social, o setor educacional, o convívio familiar, são partes que compõem o indivíduo e, dessa forma há uma busca constante por transformação e aperfeiçoamento.

No Brasil, grande parte da roda propulsora da economia, é oriunda de pequenas e médias empresas e de Microempreendedores Individuais (MEIs), que segundo Brito et al., (2021), representam 99% de todas as empresas do país e são responsáveis por cerca de 30% do PIB, além de serem responsáveis por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado.

Em contrapartida, Paese et al. (2011) destacam que o aumento dos pequenos empreendimentos é resultado da globalização, há também a terceirização de algumas atividades por grandes empresas na busca de maior eficiência. Todavia, ao mesmo tempo, que ocorre taxas de mortalidade de micro e pequenos empreendimentos, nasce micro negócios, pois o mercado busca meios de sobrevivência, inovando-se em tempos de crise.

Esse quadro, evidenciou-se no período de pandemia, do Covid-19, pois com as medidas de prevenção/controlado do vírus, muitas empresas tiveram que trabalhar de portas fechadas, reforçando o relacionamento com os clientes, funcionários, fornecedores e concorrentes. Como citam Paese et al. (2011), gera-se empresas mais enxutas, menores e com maior índice de produtividade, afinal “tudo que já era feito antes passou por uma reformulação, tendo que se adaptar ao novo normal” (BRITO et al., 2021, PG.11).

Esse “novo normal” é caracterizado pela influência das mídias, ou seja, as organizações tiveram que fortalecer seus laços empresariais através, como menciona Brito et al (2021), das tecnologias existentes no mercado, sendo assim, utilizando o marketing digital, para então retomar as vendas pelos meios digitais, como: *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, aplicativos de entrega e sites próprios, que são os meios mais utilizados para divulgar e vender os seus produtos e/ou serviços.

Assim as organizações buscam colaboradores mais capacitados, que desenvolvam múltiplas tarefas e que sejam capazes de criar organizações com maior performance de mercado, sendo mais ágil, estratégica e lucrativa. Evidencia-se, o que Silva e Pinto (2011) citam, que as empresas não buscam meros funcionários, mas colaboradores aptos a assumirem uma postura proativa, sendo mais comprometidos com o sucesso da empresa.

Portanto, observa-se que “os diplomas são cada vez mais necessários, mas, ao mesmo tempo, cada vez menos suficientes” (ZILLOTTO e BERTI, 2012, pg. 211), pois as organizações não desejam, somente, indivíduos com conhecimento teóricos, mas com experiências e práticas do dia a dia. Desse modo, considera-se que o meio educacional, principalmente o ensino superior, precisa acompanhar essa demanda, gerando maior experiência e confiança para os recém-formados.

TRANSFORMAÇÕES NA FORMAÇÃO SUPERIOR

A formação superior é construída pela ampliação do arcabouço teórico/conceitual dos estudantes e da experiência da prática profissional, no intuito de possibilitar momentos reflexivos que conduzam o discente à aproximação de uma identidade laboral.

As universidades, como geradoras de profissionais hábitos a exercerem suas profissões, vem implementando a interdisciplinaridade. Segundo Ferreira e Machado (2021), esse processo de ensino-aprendizagem, proporciona aos alunos uma experiência

simultânea dos saberes e dos métodos comuns a várias disciplinas, ou seja, concedendo a troca de conhecimentos distintos entre os envolvidos.

Uma alternativa de formar estudantes mais capacitados e confiantes, para o mercado de trabalho, está na implementação de projetos de pesquisa e extensão nas universidades. Ajala et al. (2018) caracterizam os projetos de pesquisa e extensão como uma forma de interação da universidade-comunidade, num processo educativo, cultural e científico que articula ensino e pesquisa de forma harmônica e estabelece ação transformadora na relação de troca de informações e saberes.

Dessa forma, o tripé educacional (ensino-pesquisa-extensão) tem grande relevância no processo de formação profissional, sendo possível articulá-las num único processo de aplicação de saberes e de relação com a sociedade, onde a [...] “extensão visa integrar os saberes gerados nas práticas para colocar-se como um elo entre a universidade e a comunidade” [...] “além de se colocar ao lado e no mesmo patamar do ensino e da pesquisa, possibilitando democratizar a universidade, colocando-a em sintonia com a comunidade e com a realidade” (AJALA, BORGHETTI e SCHERER, 2018, p.06).

Alguns exemplos para o desenvolvimento do tripé nas universidades, pode ser feito através da criação de projetos de Empresas Juniores, participação de eventos universitários, cursos, palestras, conferências, entre outros. Desse modo, cumprindo o aporte de integração de saberes, haverá favorecimento e enriquecimento de bagagem teórica.

Portanto, esse tripé é o fortalecimento e o engajamento da universidade, pois além de proporcionar novas experiências e confiança aos discentes, cumpre a sua missão, como geradora de saberes e propulsoras de conhecimentos, pois é na universidade que se forma o capital humano e, portanto, não se deve deixar de lado a formação humana integrada à sociedade (AJALA, BORGHETTI e SCHERER, 2018)

A IMPORTÂNCIA DAS EMPRESAS JUNIORES (EJ's)

As Empresas Juniores (EJ's) são formadas e geridas por alunos de graduação, que prestam serviços para a comunidade a fim de gerar maior desenvolvimento, sendo estas associações civis sem fins lucrativos (SILVA et al., 2019). As EJ's buscam promover o aprendizado prático do universitário em sua área de atuação, aproximando o mercado de trabalho das academias e dos próprios acadêmicos, elaborando projetos de consultoria na área de formação dos discentes.

Aveni et al. (2016) afirmam que a ideia inicial da Empresa Júnior surgiu na França, em 1967, pelos alunos da ESSEC - *L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales*. No Brasil, a proposta se instalou no final dos anos de 1980, por intermédio da Câmara de Comércio França-Brasil, por influência dos três cursos; administração de empresas da Fundação Getúlio Vargas, o da Fundação Álvaro Armando Penteado (FAAP) e da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP) (AVENI et al., 2016, pg. 22).

Segundo Brasil Junior (2022), o Movimento Empresa Júnior (MEJ), tem a missão de formar, por meio da vivência empresarial, lideranças comprometidas e capazes de transformar o país em um Brasil empreendedor. Desde 2010, o MEJ impactou mais de R\$ 70.000.000,00 na economia brasileira, que são integralmente reinvestidos na educação empreendedora dos estudantes.

Conforme dados publicados no site da Brasil Júnior, em 2022, existem mais de 1.500 empresas juniores formalizadas, sendo que 300 estão vinculadas a Instituições de Ensino Superior. Esse processo possibilitou a capacitação de mais de 22.000 mil empresários juniores, que são os responsáveis por gerar 40.000 soluções para o mercado que atuam.

Observa-se através desses números a importância que as Empresas Juniores têm para os acadêmicos contribuindo para tornarem-se os protagonistas do seu próprio conhecimento [...] “onde as atividades práticas podem ajudar no desenvolvimento de conceitos científicos, além de permitir que os estudantes aprendam como abordar objetivamente o seu mundo e como desenvolver soluções para problemas complexos” (SANTOS et al, 2021).

Desse modo, as empresas juniores são iniciativas de desenvolvimento profissional, pois oferecem aos alunos o contato com o mercado de trabalho e a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos em sala de aula sob a orientação de docentes, sendo que tal aplicação exige crescimento e maturidade profissionais (FRANCO; FEITOSA, 2006).

De acordo com Lopes et al. (2007) existem duas formas de aprendizagem nas empresas juniores. A primeira consiste na experiência prática de realizar projetos para os clientes da organização, o que amplia as habilidades técnicas, enquanto a segunda contempla as atividades do dia-a-dia relacionadas à administração da empresa. Através dessas atividades, os alunos desenvolvem competências pessoais e de gestão.

Considerando a importância atrelada ao desenvolvimento pessoal e profissional que a atuação em Empresas Juniores oportuniza aos estudantes, torna-se objeto deste estudo a apresentação das atividades realizadas por acadêmicos do curso de Administração em uma universidade pública.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo pode ser classificado como uma pesquisa qualitativa de natureza exploratória e foi realizada com 15 participantes estudantes que atuam de modo voluntário nas atividades desenvolvidas na *Conceitu's* Assessoria Empresarial vinculada ao Curso de Administração da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, da Unidade Universitária de Sananduva/RS.

Inicialmente foi realizado um levantamento de todos os projetos realizados pela empresa júnior desde sua concepção, para os serviços de assessoramento em marketing digital, constando as modalidades e importâncias, notando a relevância dos projetos no caráter socioeconômico da região. A coleta dos dados com os integrantes da Empresa Junior foi composta por um questionário, contendo três questões fechadas de múltipla escolha, uma pergunta aberta para comentários e sugestões. Para quantificar as duas áreas distintas: multidisciplinaridade de ensino e conhecimentos específicos foi elaborado itens a serem classificados em uma escala *Linkert*.

A elaboração do questionário e a análise dos dados foram embasados pelo estudo já publicado por Silva, Romão e Gomes (2019). O questionário aplicado aos integrantes da Empresa Junior foi elaborado pela ferramenta *Google Forms* e enviado via link pelo *whatsapp*. Em que para cada tópico do questionário, foi sugerido que os participantes da pesquisa às classificassem, no decorrer de sua participação como bolsista no projeto, quanto à importância das características de multidisciplinaridade e também de conhecimento específico, para sua vida profissional, em, nada importante (1), pouco importante (2), neutro (3), importante (4) ou muito importante (5). A escala Likert é uma ferramenta útil para mensurar itens de difícil medição como a importância de algo para alguém, sua probabilidade de agir ou a relevância sobre algo.

Dessa forma, para a quantificação de dados, o questionário foi dividido em duas áreas distintas: multidisciplinaridade de ensino e conhecimentos específicos nas áreas de graduação dos acadêmicos, e aplicada aos bolsistas voluntários do projeto com mais de um semestre de participação.

Para as perguntas voltadas para a multidisciplinaridade de ensino, foram questionados: o desenvolvimento de raciocínio lógico para a solução de problemas; mudança/melhoria na comunicação através da interação com o cliente; noção empresarial; relações interpessoais; organização do tempo; trabalho em equipe; habilidades voltadas à liderança e comunicação. Quanto aos conhecimentos específicos, os bolsistas foram questionados: nível de aprendizado mediante aos projetos executados; uso de software ligado ao marketing; aplicação dos conceitos estudados.

Para cada característica observada, foi realizado o cálculo da média aritmética e do desvio padrão, assim como, foi realizado o cálculo da média aritmética e do desvio padrão para cada grupo de perguntas (multidisciplinares e de conhecimento específico). Dos 18 bolsistas voluntários que participaram do projeto, desde sua fundação, 78% responderam.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O projeto de extensão Empresa Júnior - *Conceitu's* Assessoria Empresarial foi criada em abril de 2020, de uma iniciativa para promover e divulgar o comércio local da cidade de Sananduva localizada no interior do Rio Grande do Sul. Diante da crise econômica causada pelo isolamento social adotado para conter o avanço do coronavírus, estudantes e docentes do curso de Administração da UERGS em Sananduva se uniram para prestar apoio e consultoria aos pequenos produtores e comércio da cidade e região de forma gratuita.

Para tanto, o grupo trabalha na divulgação dos produtos e marcas do comércio usando as redes sociais para impulsionar a economia local através do marketing digital. Dessa forma, foi desenvolvido pelos estudantes integrantes do projeto o logotipo (Figura 1) da Empresa Junior, a missão, visão, valores, e também foi criado o endereço de e-mail e contas nas redes sociais, *facebook* e *instagram* (Figura 2), para divulgar as atividades prestadas pela Empresa Junior.

Figura 1 - Logotipo criado para o projeto EJ



Fonte: Autores (2022).

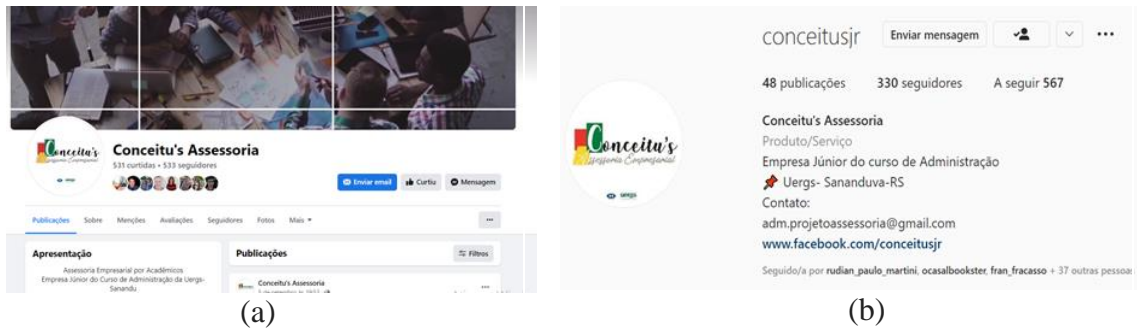
Como prestadores de serviço na área comercial, a *Conceitu's* Assessoria Empresarial possui as seguintes especificidades institucionais:

- **Missão:** gerar crescimento pessoal e profissional de nossos membros, entregando soluções viáveis e inteligentes aos nossos clientes de acordo com suas necessidades e objetivos. Auxiliar nos desafios que o mercado impõe, contribuindo assim para o desenvolvimento econômico e social da comunidade e região, através de estímulos, consultoria, prestação de serviço e inovação;

- **Visão:** ser empresa júnior reconhecida pelo esforço e qualidade do trabalho exercido, buscando dar auxílio e suporte técnico e teórico para as empresas de Sananduva e região. Apresentar resultados e valor ao cliente, inspirar acadêmicos a evoluírem e acreditarem em objetivos, agregando conhecimento e abrindo nossos horizontes de potencialidades;

- **Valores:** (a) inovação, analisar e avaliar caminhos novos e colocá-los em práticas, gerando valor, resultados positivos e melhorias acessíveis aos empresários e seus clientes; (b) empreendedorismo, capacidade de identificar e criar oportunidades que agregam valores e estimulem o desenvolvimento; (c) excelência, compromisso com a satisfação das empresas e com a qualidade dos serviços; (d) estabilidade, estabelecer e manter equilíbrio saudável entre a vida acadêmica, profissional e pessoal; (e) sustentabilidade, atitudes que sustentem o desenvolvimento a preservação ambiental, economicamente de forma viável e justa tendo compromisso com a sociedade; (f) integração, intensificar soluções para as empresas com excelência por meio do relacionamento, superando desafios com persistência, determinação e vontade de aprender.

Figura 2 - (a) Print da tela da conta no Facebook e (b) Print da tela da conta no Instagram

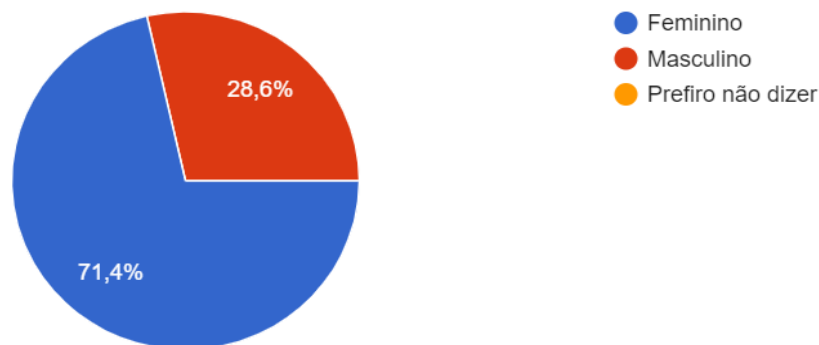


Fonte: Autores (2022)

As atividades realizadas pelos acadêmicos foram segmentadas de acordo com o conhecimento e habilidades iniciais dos bolsistas voluntários. Os estudantes do curso de Administração foram divididos em pequenos grupos, os quais são responsáveis pela criação de conteúdo e postagens nas redes sociais. As reuniões acontecem quinzenalmente de forma remota, com auxílio da ferramenta *Google Meet*, quando são elaboradas as metas e planejado as ações que serão desenvolvidas ao longo das semanas. Para troca de informações e mensagens rápidas entre os integrantes da Empresa Junior, também foi criado um grupo no *whatsapp*.

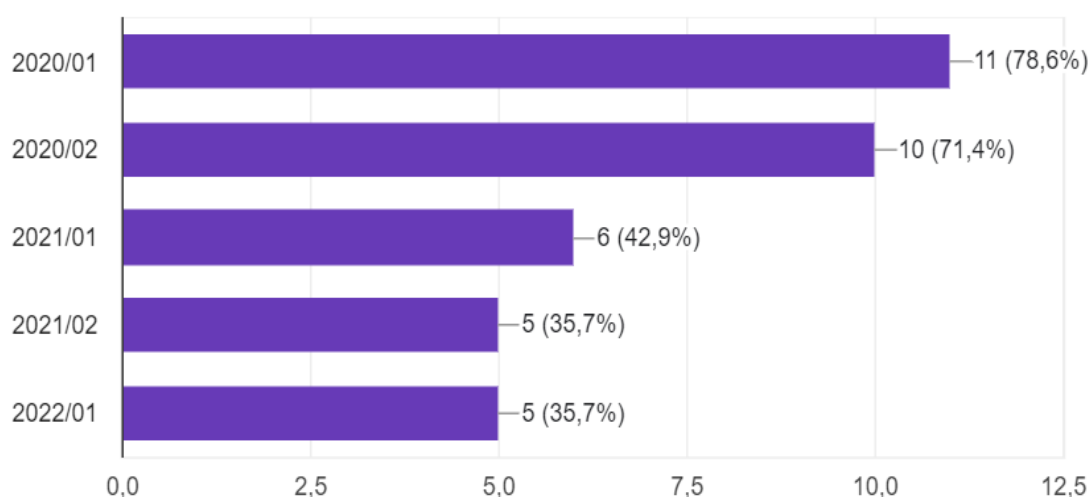
Sobre o perfil dos bolsistas voluntários, 71,4% se identificam com o gênero feminino e 28,6% se identificam com o gênero masculino, como ilustra a Figura 3.

Figura 3 - Gênero dos participantes do projeto



Fonte: Autores (2022).

Em relação ao semestre de atuação como bolsista voluntário (Figura 4), no ano de 2020 contou com o maior número, com 78,6% no primeiro e 71,4% no segundo semestre. Esse envolvimento maior de participantes acadêmicos se deve à adoção do ensino remoto, pela universidade, durante a pandemia do Covid-19. Essa medida possibilitou flexibilização de horários para os estudantes.

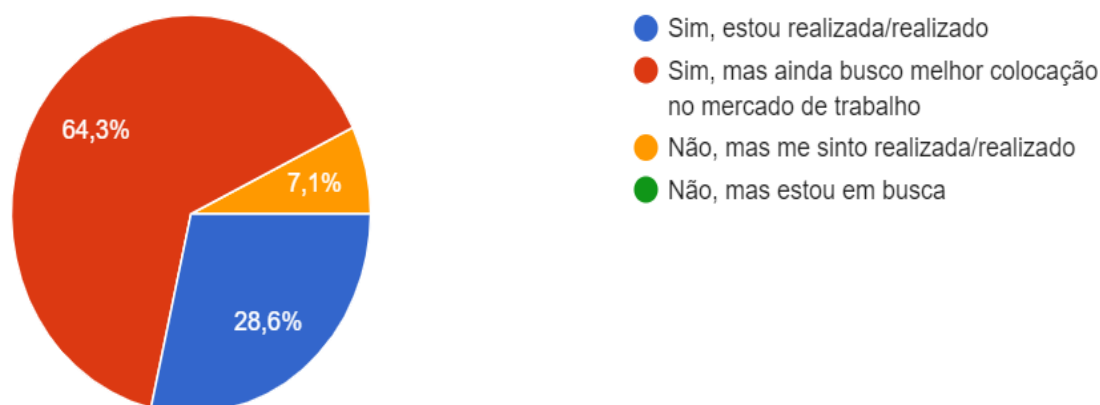
Figura 4 - Semestre de atuação como bolsista voluntário no projeto

Fonte: Autores (2022).

É possível verificar no gráfico apresentado na Figura 4, que conforme a normalidade foi sendo restaurada no âmbito da universidade, o número de bolsistas voluntários também foi diminuindo. Como a maioria dos discentes é atuante no mercado de trabalho (comércio local/regional, agricultura, agroindústrias, organizações públicas, entre outros), é perceptível que não conseguiram desempenhar conjuntamente atividades de extensão com as atividades do curso de graduação, devido à falta de tempo.

Quando perguntados sobre a atuação no mercado de trabalho, se atuam na área da formação acadêmica e quanto à realização profissional (Figura5), aproximadamente 93% responderam que já trabalham na área de formação, e deste, aproximadamente 65% ainda busca melhor colocação no mercado de trabalho.

Figura 5 - Atuação no mercado de trabalho dos participantes do projeto na área de formação acadêmica



Fonte: Autores (2022).

Na esfera da multidisciplinaridade, pontuou-se como média aritmética de 4,2, como importante para os bolsistas que atuaram nas atividades do projeto de extensão. Conforme os resultados evidenciados no Quadro 1, destaca-se as características associadas a mudança/melhoria na comunicação através da interação com o cliente e trabalho em equipe com conceito médio de 4,5 e 4,3.

Em estudo semelhante Silva, Romão e Gomes (2019) obtiveram média entre os mesmos índices de 4,3, destacando-se mudanças/melhorias na comunicação através da interação com o cliente, noção empresarial e trabalho em equipe.

Quadro 1- Características de multidisciplinaridade

Índice	Quantitativo					Média por índice
	1	2	3	4	5	
Desenvolvimento de raciocínio lógico para a solução de problemas	1		1	6	6	4,1
Mudança/melhoria na comunicação através da interação com o cliente	1		1	6	7	4,5
Noção empresarial	1		1	6	6	4,1
Relações interpessoais	1		1	5	7	4,2
Organização do tempo	1		1	8	4	4,0

Trabalho em equipe	1		1	4	8	4,3
Habilidades voltadas à liderança	1	1		6	6	4,1
Comunicação	1			7	6	4,2
Média geral						4,2

Fonte: Autores (2022).

A *Conceitu's* Assessoria Empresarial possibilita treinamento profissional ao bolsista, desenvolvendo a multidisciplinaridade de novas características, ou seja, tornando-os mais proativos, além de ter ciência sobre as necessidades específicas das empresas do mercado.

Diante disso, ao investir nestes pontos é possível agregar outros benefícios, que segundo Valadão Júnior et al. (2014), são quatro competências-chave: funcional; pessoais/comportamentais; cognitivas/intelectuais; e éticas/valores.

● **Competências cognitivas/intelectuais:** são definidas como a posse adequada de conhecimentos e a habilidade de colocá-las em prática. Relacionando ao resultado do Quadro 1, observa-se que as atividades desenvolvidas relacionadas a essas competências foram: **“mudança/melhoria na comunicação através da interação com o cliente”**, “relações interpessoais”, “organização do tempo”, “trabalho em equipe” e a “comunicação”;

● **Competências éticas/valores:** são os valores pessoais e profissionais considerados adequados e a capacidade de tomar decisões. Relacionando a essas competências teve-se as seguintes atividades: “noção empresarial” e “habilidades voltadas à liderança”.

Portanto, as competências são proativas e funcionam positivamente, seguindo como norte para que os objetivos sejam alcançados. Desse modo, contribuindo para o desenvolvimento do projeto e sucesso da atividade extensionista no contexto universitário.

Também Arantes et al. (2023) indicaram essa relevância, sinalizando aspectos importantes relativos à graduação, entre eles está o contato dos estudantes com a atividade profissional antes do estágio, como formação mais completa e contextualizada.

O Quadro 2, apresenta os conhecimentos específicos que as atividades desenvolvidas na Empresa Junior proporcionaram aos bolsistas voluntários. Como pode ser constatado, a média geral foi de 4,1, o que evidencia a importância que essas características tiveram no decorrer da execução do projeto de extensão.

Quadro 2 - Características de conhecimentos específicos

Índice	Quantitativo					Média por índice
	1	2	3	4	5	
Nível de aprendizado teórico	1		1	6	6	4,1
Uso de ferramentas (software)	1		1	8	4	4,0
Troca de experiências	1			3	10	4,5
Inteligência de mercado	1			10	3	4,0
Nível de aprendizado prático	1			8	5	4,1
Visibilidade	1			9	4	4,1
Média geral						4,1

Fonte: Autores (2022).

De acordo com os resultados apresentados no quadro 2, a característica troca de experiências foi que apresentou a maior média (4,5), seguida das características: nível de aprendizado teórico, nível de aprendizado prático e visibilidade, com uma média de 4,1.

Com base nessas características de conhecimentos específicos, podem ser interligadas as seguintes competências:

● **Competências funcionais:** são as capacidades de executar uma série de tarefas básicas do trabalho, que relacionado ao resultado do Quadro 2, obtém-se as seguintes características: “uso de ferramentas (*software*)”, “nível de aprendizado prático”, “inteligência de mercado” e “visibilidade”;

● **Competência comportamental:** são as capacidades de adotar comportamentos adequados e observáveis, que estão relacionados a essas competências: “troca de experiências” e “nível de aprendizado teórico”.

Nesse sentido Deggerone et al. (2023) ressalta a importância que projetos de extensão tem para a vida dos acadêmicos, na medida em que são correlacionados os conteúdos teóricos com a prática associada a resolução de problemas e demandas dos empreendimentos locais.

Desse modo, infere-se que as competências são compostas pelos seus pontos fortes e pontos a melhorar dentro do ambiente do projeto. É importante o conhecimento dos perfis dos bolsistas, pois permite-os evidenciar e potencializar suas aptidões, habilidades e qualidades. Além de apresentar também os seus pontos a melhorar para que os analise e posteriormente tornem-se pontos a seu favor.

O estudo também buscou identificar algumas limitações do espaço de aprendizado da *Conceitu's* Assessoria Empresarial. Entre os elementos, apontados pelos bolsistas, verificou-se a necessidade de melhorar o engajamento dos grupos para a elaboração das publicações, que eram realizadas semanalmente. E também criar um portfólio de temas relacionados a gestão de pequenas e médias empresas antecipadamente para serem divulgados nas mídias sociais.

E por fim, os discentes relataram a importância que a participação na Empresa Junior teve na promoção do aprendizado sobre marketing digital e suas ferramentas, colocando a teoria estudada em sala de aula na prática, além de auxiliar no desenvolvimento de pesquisas, estágios e na capacidade de trabalhar em equipe.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste estudo permitiu apresentar e caracterizar a *Conceitu's* Assessoria Empresarial vinculada ao Curso de Administração da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul da Unidade Universitária de Sananduva/RS e evidenciar os conhecimentos proporcionados aos discentes que participaram de modo voluntários das atividades da Empresa Junior.

A Empresa Junior tem atuado na divulgação dos produtos e marcas do comércio usando as redes sociais para impulsionar a economia local através do marketing digital em Sananduva/RS. Os estudantes bolsistas em sua maioria são do gênero feminino (xx participantes), a maior adesão ocorreu entre os estudantes do primeiro semestre da

graduação e aproximadamente 65% dos estudantes ainda busca melhor colocação no mercado de trabalho.

Na esfera da multidisciplinaridade, os estudantes destacam que as atividades da Empresa Junior proporcionaram melhorias na comunicação através da interação com os clientes e o trabalho em equipe. Já em relação aos conhecimentos específicos, constatou-se que os estudantes apontaram a troca de experiências entre os acadêmicos como relevante, seguidas da melhoria do nível de aprendizado teórico e prático e maior visibilidade do curso de Administração, bem como da Universidade na comunidade inserida.

E dentre os benefícios propiciados pela participação na ação de extensão, os estudantes relataram a importância na promoção do aprendizado sobre marketing digital e suas ferramentas, colocando a teoria estudada em sala de aula na prática, além de auxiliar no desenvolvimento de pesquisas, estágios e na capacidade de trabalhar em equipe.

E por fim, considera-se que Empresa Júnior se constitui em um ambiente de extensão, quando se pratica as teorias estudadas em sala, desdobrando-as em oportunidades para que pequenas e médias empresas da comunidade onde a Universidade está inserida possam acessar bons serviços de assessoria e consultoria.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem à Universidade Estadual do Rio Grande do Sul pelo apoio financeiro da Pró-reitora de Extensão, por meio do edital Probex2022 em forma de bolsa de extensão.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, B. G.; TEIXEIRA, F. T. V.; SANT'ANNA, A. G. Extensão universitária em empresas juniores: desenvolvendo competências em complemento à formação superior. **Revista Conexão UEPG**, v. 17, n. 21, p. 1-18, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5212/Rev.Conexao.v.17.17375.39>

AJALA, R. S.; BORGHETTI, R.; SCHERER, L. Marketing Social e Extensão Universitária: As Ações da Uri Cerro Largo o Contexto Social. **Revista Extensão em Foco**, nº 17, Out./ Dez., p. 01 – 17, 2018.

ARANTES, M. K. et al. Contribuições da extensão na formação de discentes dos cursos de graduação da UFPR Setor Palotina. **Extensão em Foco**, [S.l.], n. 30, jan. 2023. ISSN 2358-7180. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/extensao/article/view/83991>>. Acesso em: 25 jan. 2023. doi:<http://dx.doi.org/10.5380/ef.v0i30.83991>.

AVENI, A.; FIACO, R. M. D.; GOIS, T. C. Empresas Júnior: suas características com base as pesquisas nacionais da Brasil Junior e em Brasília no Distrito Federal. **Universitas Gestão e TI**, Brasília, v. 6, n. 1, p. 21-31, jan./jun. 2016.

BRASIL JÚNIOR. IN: Movimento Empresa Júnior. Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br/conheca-o-mej>>. Acesso em: 22 e 29 de Setembro de 2022.

BRITO, I. A. L.; ARAUJO, J. C. O.; CALDAS, A. J. R.; LIMA, J. M. Os Efeitos da Covid-19 nas Micro e Pequenas Empresas no Brasil: uma análise nas informações de constituições e extinções de 2015 a 2020. **21º USP International Conference in Accounting**, São Paulo, pg. 01-18, 2021.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; MARTINS, P.E.M. Linguagem, relações de poder e o mundo do trabalho: a construção discursiva do conceito de empreendedorismo. **Revista de Administração Pública**, v. 42, n. 5, p. 995-1918, 2008.

DEGGERONE, Z. A. et al. Ações da Incubadora Social On-Line da UERGS em Erechim/RS. **Extensão em Foco**, [S.l.], n. 30, jan. 2023. ISSN 2358-7180. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/extensao/article/view/84603>>. Acesso em: 24 jan. 2023. doi:<http://dx.doi.org/10.5380/ef.v0i30.84603>.

FERREIRA, D. A.; MACHADO, M. L. Agência Experimental Toca: comunicação, experimentação e vivências na formação discente da UFMT. **Revista Extensão em Foco** Palotina, n.22, p. 287-300, jan./jun. 2021.

FRANCO, A.P.; FEITOSA, M.G.G. Da sala de aula ao mundo empresarial, compreendendo a aprendizagem dos consultores juniores em suas relações com o sistema-cliente. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

JÚNIOR, V. M. V.; ALMEIDA, R. C.; MEDEIROS, C. R. O. Empresa Júnior: Espaço Para Construção De Competências. **Administração: Ensino E Pesquisa**, Rio De Janeiro, V. 15, N° 4, P. 665– 695, Out Nov Dez, 2014.

LOPES, M. C. et al. Contribuição da Empresa Júnior de Administração no Brasil. **Revista ANGRAD**, v. 8, n.1, p. 33-52, 2007.

MARTINS, E. S. A Etimologia De Alguns Vocábulo Referentes À Educação. **Olhares & Trilhas**, Uberlândia, Ano VI, n. 6, p. 31-36, 2005.

MASSANSINI, A. R. et al. Empresa Júnior da UniEvangélica: uma experiência promissora na consultoria de empresas e formação de acadêmicos de Administração. **Revista Administração-Ação**, v. 5, n.1, p. 21-33, 2008.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo social e empresa júnior no Brasil: o** emergir de novas estratégias para formação profissional. Curitiba: FAE Centro Universitário, 2005.

PAESE, B. G. S.; ANTONIAZI, D.; BERTOLINI, G. R. F.; MODEL, J. C.; LI, K. C.; BONATTO, S. J. O Desenvolvimento De Programa De Apoio Aos Micro E Pequenos Empresários Da Periferia Das Cidades De Abrangência Da Amic. **Extensão em Foco**, Editora UFPR, Curitiba, n. 7, p. 79-87, jan./jun. 2011.

SANTOS, A. M.; ZULUAGA, R. A. G.; LISITA, A.; LIMA, W. G.; BEZERA, M. A. Extensão Universitária como Oportunidade para Qualificação Profissional. **Revista Extensão em Foco** Palotina, n. 22, p. 116-130, jan./jun. 2021.

SILVA, R. K. S.; ROMÃO, É. A.; GOMES, E. M. S. A empresa Júnior como agente potencializadora de ensino e sua influência no desenvolvimento social - um estudo de caso para I9 engenharia JR. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 5, n. 8, p. 12342-12353 aug. 2019.

SILVA, R. C. F.; PINTO, S. R. R. Organização De Aprendizagem Em Uma Empresa Júnior. **Administração: Ensino e Pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p. 11-39, Jan/Fev/Mar 2011.

SILVA, R. K. S.; ROMÃO, E. A.; GOMES, E. M. S. A empresa Júnior como agente potencializadora de ensino e sua influência no desenvolvimento social - um estudo de caso para I9 engenharia JR. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 5, n. 8, p. 12342-12353 aug. 2019.

ZILLOTTO, D. M.; BERTI, A. R. A aprendizagem do aluno inserido em empresa júnior. **Revista Conexão UEPG**, v. 8, n. 2, p. 210-217, 2012.

Recebido em: 25 de janeiro de 2023

Aceito em: 17 de maio de 2023