



A EMPRESA JÚNIOR COMO FACILITADORA NA VIDA PROFISSIONAL DO ALUNO

YURI DIAS MEIRA (PROBEX)

yuridmeira@gmail.com

INGO PAULO KESSLER

ingo@unisc.br

As primeiras empresas juniores surgiram no Brasil em 1988, vindas da metodologia iniciada na França em 1967. Visam, desde então, suprir a deficiência de oportunidades dos estudantes universitários em aplicar na prática o seu aprendizado teórico. São organizações gerenciadas inteiramente por alunos, sob a orientação de um professor, que oferecem serviços relacionados aos seus respectivos campos de atuação e que não tem fins lucrativos. Buscam apenas o próprio sustento, tornando seus preços menores que os já praticados no mercado. Como em qualquer outro tipo de empresa, devido à necessidade de setores para finanças, recursos humanos, administração, logística, marketing e outros. Esses empreendimentos exigem a perícia provinda de variados cursos de graduação e esta variedade, não só agrega conhecimento aos envolvidos, mas também aumenta a rede de contatos da pessoa, aumentando suas chances de ingressar no mercado de trabalho frente a seus concorrentes. Acrescenta-se o caráter voluntário e o interesse em se especializar por parte do aluno, característica valorizada por muitas empresas na hora da seleção de seus empregados. A responsabilidade exigida pelo trabalho desenvolvido gera uma segurança e uma familiaridade ao estudante para quando ele iniciar sua vida profissional, podendo desempenhar suas funções sem ser atrapalhado pela inexperiência. Trabalho em equipe, liderança, gerência de projetos, espírito empreendedor e facilidade para falar em público são apenas alguns dos aspectos nos quais o envolvido se desenvolve e que o destacam no mercado. De acordo com os resultados de 2010 do Projeto Censo e Identidade da Confederação Nacional de Empresas Juniores, o qual tem como objetivo mensurar o tamanho do Movimento Empresa Júnior e traçar o perfil das empresas e empresários, cerca de 67% das empresas juniores criadas são fruto de ideias unicamente dos alunos e estima-se que já haviam aproximadamente 1120 empresas juniores e 27800 empresários juniores, o que demonstra como grande parte já enxerga a importância de adquirir experiência praticando e desenvolvendo suas habilidades. Através desta pesquisa empírico-analítica percebe-se o impacto que essa experiência causa no futuro dos graduandos. O tempo dedicado como empresário júnior aumenta suas oportunidades e faz crescer, gradualmente, o Movimento Empresa Júnior, abrindo cada vez mais espaços aos interessados e alcançando um público maior, que antes poderia nem mesmo conhecer o Movimento.

Instituição: UNISC - SANTA CRUZ DO SUL/RS