



5º Congresso de Pós-Graduação

POSICIONAMENTO DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO FRENTE AOS ESFORÇOS DE TREINAMENTO GERENCIAL OFERECIDO PELA EMPRESA JUNIOR DE UMA IES.

Autor(es)

KENIA DE SOUSA SILVA

Co-Autor(es)

DALILA ALVES CORREA

Orientador(es)

DALILA ALVES CORREA

1. Introdução

O ambiente empresarial passa por uma fase de grande competitividade em virtude das profundas mudanças ocorridas na economia mundial, nas relações sociais e políticas, na tecnologia, na organização produtiva e nas relações de trabalho. De acordo com Albuquerque (1992), dentro deste contexto, as organizações buscam produtividade e processos de mudança que tenham o objetivo de melhorar seu posicionamento competitivo no mercado. Com um quadro em que o gerente é o ator principal, é de se supor que recaia sobre ele a pesada carga de responsabilidade quanto ao sucesso gerencial e empresarial na atual conjuntura. Isso faz sentido porque segundo Tanure e Ghoshal (2005), as empresas brasileiras, são tradicionalmente estabelecidas por “organogramas, estruturas organizacionais e hierarquia rígidas”, e possibilitaram, de um lado, a existência de forte concentração de poder entre seus gerentes, e de outro, liderados com “baixa iniciativa, forte medo de errar” e atitude de “expectadores” quanto às ações operacionais. Acrescenta-se sobre a vida gerencial, outros intervenientes internos e externos e se obtém os ingredientes necessários para tornar a vida do gerente pouco invejável do ponto de vista da saúde ocupacional. Face às particularidades macroeconômicas de nossos dias, a globalização e conseqüente competitividade, as empresas brasileiras estão nesse ambiente turbulento, pressionam cada vez mais seus gerentes para apresentar resultados que permitam sobrevivência e lucro. Os gerentes por sua vez, se vêm compelidos a experimentar novas estratégias e mudanças, tendo como pano de fundo, as resistências e limites de seus subordinados. Nesse contexto é de se esperar que a atuação gerencial, como sempre esteve, continua sob forte pressão, podendo ter sido agravada recentemente pela competitividade acirrada do mundo globalizado, assim, depreende-se que esses profissionais necessitam de formação superior de qualidade, para que possam ser inseridos no mercado de trabalho e se desincumbirem adequadamente de

suas funções. Frente à essas questões, algumas instituições de ensino superior e de treinamento procuram conciliar os conceitos teóricos às suas respectivas práticas, em uma tentativa de expor os alunos às mais variadas formas de vivências profissionais no campo da gestão. Faculdades incentivam a criação de Empresas Juniores, o Mec – Ministério da Educação exige estágio e laboratórios práticos dentro das faculdades e as consultorias criam ambientes empresariais realistas para realizarem seus treinamentos. Tudo com o propósito de unir teoria à prática para que os profissionais tenham condições de assumir papéis cada vez mais dinâmicos e complexos na gestão (ALMEIDA, 2005). No entanto, será esta uma questão que está sendo pensada e explorada pelos universitários da área de gestão? Qual é realmente a opinião deles a esse respeito? Eles se importam com uma formação mais realista? Interessam-se por treinamentos durante a formação universitária para as funções que deverão assumir?

O objetivo deste artigo é apresentar um estudo realizado no curso de Administração de uma IES, o qual procurou conhecer a posição destes estudantes frente aos esforços de treinamento gerencial que lhes são oferecidos pela Empresa Junior do referido curso. A partir desta investigação foi possível elaborar correções e revisões nas propostas deste tipo de treinamento gerencial.

O trabalho apresenta um estudo empírico desenvolvido junto a estudantes do curso de Administração. A abordagem com os estudantes foi realizada de duas formas: em primeiro momento realizou-se um encontro com estudantes que já haviam participado do estágio na Empresa Junior e atuado nos programas de treinamento gerencial. Foi-lhes comentado o objetivo da pesquisa, a qual visava conhecer em maior profundidade suas percepções acerca destes treinamentos que haviam participado. Num segundo momento, aplicou-se, em apenas alunos que participaram de forma operacional na Empresa Junior, um questionário padronizado contendo abordagens sobre a problemática comentada anteriormente com quem já havia participado como gerente da Empresa Junior.

2. O mercado atual Atualmente, as organizações enfrentam um ambiente cada vez mais dinâmico e necessitam se ajustar a um ambiente multicultural e multifuncional. As políticas e práticas de recursos humanos tiveram de mudar para conseguir atrair e reter essa força de trabalho mais diversa. Várias empresas estão tendo de gastar muito dinheiro em treinamento para melhorar a leitura, cálculo, computação e outras habilidades de seus funcionários (Robbins, 2002). Desta forma, é cada vez mais freqüente o fato de os administradores ou outros profissionais buscarem novas e inovadoras formas para trabalhar juntos e assim solucionar problemas que enfrentam, tais como: operar em um terreno global e enfrentar os desafios da competitividade global; administrar a qualidade total combinando o interesse pela produtividade e pela satisfação das necessidades dos clientes; saber que os avanços da tecnologia da informação têm enormes conseqüências na administração e na organização; a preocupar-se com os aspectos éticos nas relações de negócios, e, enfrentar melhor as pressões da competitividade (Soto, 2002). Por este lado, existe uma corrida contra o tempo, para que se consiga melhor resultado em menor tempo e custo. Necessidade de mudança de atividade que seja intencional e orientada para resultados. Conforme comenta Krumm (2005), conceitos e práticas de desenvolvimento organizacional podem ajudar as empresas a planejar uma maior mobilidade no local de trabalho. As organizações que não antecipam modificações deste ambiente de trabalho raramente se mantêm bem-sucedidas em mundo de rápidas mudanças. Assim, grande carga deste processo se direciona aos profissionais com cargos de gerência empresarial para que consigam desenvolver estratégias e driblar as exigências do mercado. Resgatando-se a origem da palavra gerente, entende-se que é aquele(a) que gere, do verbo gerir, que significa administrar. O administrador se eleva, comanda, lidera e passa a ter subordinados. Gerentes experientes e sensíveis à problemática humana afirmam que, na empresa moderna, há conflitos, rivalidade, invejas, tensões, etc., exigindo deles a capacidade para transformar tudo isso em produtividade (Leite e Meireles, 1989). De acordo com Drucker (1984) qualquer trabalhador com conhecimentos, nas organizações modernas, é um gerente se, em virtude de sua posição e desse conhecimento, for responsável por uma contribuição que afeta, materialmente, a capacidade da organização de trabalhar e de obter resultados. Tem de assumir responsabilidade pela sua contribuição. E supõe-se, em virtude de seus conhecimentos, que ele está mais bem preparado para tomar a decisão certa do que qualquer outro. Enquanto o gerente estiver em sua função é de sua responsabilidade os objetivos, os padrões e a contribuição. Sprier, Fontaine e Malloy (2006) afirmam que dos últimos 35 anos, a última década foi pródiga em “registrar uma alta constante no número de gerentes para quem a motivação maior é conquistar mais, realizar mais”. No entanto, isso tem o lado negativo: “quem quer mais tende a dar ordens e a coagir, e não a orientar e a colaborar e isso engessa os subordinados”, ou seja, afeta o ambiente de trabalho, o clima organizacional e, sobretudo, a relação gerente- subordinados. Do operário são exigidas

novas posturas, envolvendo aspectos físicos, cognitivos e psíquicos. Segundo Dejours (1994) “é necessário flexibilizar a organização do trabalho” para que o operário sinta prazer laboral, condição pouco provável quando a pressão por metas sobre os gerentes é constante, fazendo-os mais rigorosos pelo arranjo técnico, sem consulta do operário, do que pela construção social do arranjo. Esse fator certamente agrava os conflitos hierárquicos entre gerentes e operários e resultam em estresse. Diante deste quadro, os profissionais devem estar altamente preparados e qualificados para assumirem tal posição na organização em que trabalha. Onde buscar este preparo? Para formar um profissional pronto para o mercado de trabalho é essencial que os alunos tenham experiência vivencial durante o curso superior, e que a faculdade lhes proporcione essa experiência prática. Assim, a Empresa Junior ou o estágio, ou ainda, o laboratório de práticas, o que for, dentro de uma Faculdade/ Universidade tem o papel de preparar o estudante para o mercado de trabalho e as possíveis dificuldades que enfrentarão fora da Universidade.

3. Considerações sobre Empresa Junior

O Brasil é o país que possui o maior número de Empresas Juniores em todo o mundo. Segundo dados da Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Júnior), existem cerca de 600 organizações desse tipo, distribuídas em mais de 14 Estados, sendo que 128 são filiadas à confederação. Formadas por estudantes de nível superior ou técnico, que têm a oportunidade de colocar em prática o que aprendem nas salas de aula, essas organizações, ao gerar aprendizado prático para os alunos, levam para o mercado de trabalho profissionais melhor qualificados (ALMEIDA, 2005).

As Empresas Juniores realizam trabalho nas diversas áreas empresariais, mas a maioria atua com prestação de serviços, todas as atividades são orientadas por professores e profissionais especializados. O presidente da Federação das Empresas Juniores do Estado da Bahia (UNIJr-BA), Rafael Sabatini, coloca que a única diferença para uma empresa de mercado é que todos os recursos arrecadados com os trabalhos realizados são reinvestidos na própria organização, uma vez que seus membros não são remunerados. O estudante só pode fazer parte de uma empresa júnior do seu curso de graduação. Por outro lado, a organização tem que estar totalmente legalizada perante a União, Estado e município (ALMEIDA, 2005). De acordo com a FEJESP- Federação das Empresas Juniores do Estado de São Paulo (2005), uma Empresa Junior deverá estar registrada perante a Receita Federal e Órgãos governamentais como uma pessoa jurídica, de direito privado, associação civil sem finalidades econômicas e com fins educacionais. A Empresa Junior tem como finalidade promover o desenvolvimento técnico e acadêmico; promover o desenvolvimento econômico e social, através de suas atividades; fomentar o espírito empreendedor; promover o contato dos alunos com o mercado de trabalho; promover o desenvolvimento pessoal e profissional. Neste contexto, nos deparamos com uma questão importante: A aprendizagem. Motta e Vasconcelos (), mencionam que na concepção cognitivista de aprendizagem, a ação humana- a maneira pela qual as pessoas tomam e implementam suas decisões- não segue uma lógica determinista. Adota-se assim o pressuposto defendido por Max Weber sobre a liberdade de ação e decisão do ser humano. Os valores recebidos na socialização primária (sob influência da família) pré-estruturam e influenciam a percepção e as escolhas dos atores sociais e indivíduos, mas não as determinam. Aprender significa mudar o seu comportamento e, em parte, seus valores, o ser humano, na redução de sua dissonância (ou desconforto produzido por suas contradições internas), adotando novas práticas, ou pode decidir preservar suas práticas, valores e hábitos antigos, não incorporando a informação nova e resistindo à mudança. Nesse caso, não há aprendizado. Outra questão relevante que estes autores colocam é o fato de os indivíduos não adotarem comportamentos ou não tomarem conhecimento de informações que lhes produzam desconforto e angústia, os indivíduos podem dizer que são favoráveis à incorporação de certo tipo de comportamento, eles podem até acreditar na sua validade, mas um bloqueio cognitivo os impede de adotarem esses comportamentos na prática. Muitas vezes as pessoas não mudam seus comportamentos na prática e conservam suas crenças anteriores, mesmo que digam o oposto. A possibilidade de mudança efetiva de comportamento implica a aprendizagem de uma nova racionalidade, de novos critérios de decisão e solução de problemas, o indivíduo incorpora um novo sistema de regras, valores e critérios de decisão e novas práticas e hábitos. No entanto, há estudos em que a proposta dessa nova aprendizagem, inserir o aluno em uma vivência nova, assumir um cargo em uma Empresa Junior torna-se bastante positivo. Uma pesquisa feita por Lopes, Lopes e Lima (2007), no intuito de compreender melhor o fenômeno do “Movimento Empresa Junior”, teve como objetivo analisar qual a contribuição desse tipo de organização como coadjuvante dos cursos de graduação na formação do administrador, buscou também identificar os fatores que motivam a participação dos estudantes nessas empresas e caracterizar o perfil do empresário júnior de administração no Brasil. Nesta pesquisa os autores

constatarem que entre os principais fatores que motivam a participação dos estudantes estão: aliar teoria e prática; desenvolver novas habilidades; agregar valor ao curriculum vitae; e vontade de empreender. Concluíram que pela existência de contribuição efetiva da Empresa Junior no provimento de algumas competências fundamentais que, na visão dos estudantes, são menos desenvolvidas pelos projetos pedagógicos dos cursos. Em um estudo realizado por Oliveira (2007), para o graduando que vivencia a práxis organizacional, a educação formal nesta área pode significar muito pouco. Na pós-modernidade há um consenso crescente que administrar é uma prática que envolve, em grande parte, arte, técnica e ciência, assim administradores não podem ser formados em uma situação restrita à sala de aula. As reflexões acerca do estágio curricular supervisionado se impõem como relevantes no processo de articulação entre teoria e prática e na efetivação da interação entre escola, organizações e sociedade. Nesta perspectiva, o autor enfatiza a importância de conceber o estágio supervisionado não significa restringi-lo a uma disciplina formal, mas concebê-lo como uma metodologia que venha permear todas as disciplinas da estrutura curricular do curso de modo a estender a educação formal para a concretude da vida nas organizações.

2. Objetivos

O objetivo deste artigo é apresentar resultados de uma pesquisa exploratória, desenvolvida junto a um grupo de estudantes do curso de Administração, que buscou conhecer como eles respondem à esforços de treinamento gerencial que lhes são oferecidos pela Empresa Junior do curso que estudam.

3. Desenvolvimento

A pesquisa se desenvolveu em uma Empresa Junior de uma IES que prioriza a oferta de atividades práticas nas áreas de gestão e/ ou áreas técnicas do curso de Administração. A empresa apresenta-se ao mercado com um nome de fantasia e tem como razão social o nome de Arte Metal Ltda – Me, com CNPJ e Inscrição Estadual. Segundo a direção pedagógica do curso a qual a Empresa Junior está vinculada, o objetivo dessa empresa é proporcionar formação gerencial mais próxima possível da realidade profissional, por isso difere em parte de suas similares, por apresentar instalação industrial completa, enquanto a tradicional, via de regra, é prestadora de serviços. Para dar realismo aos seus propósitos de formação, a Empresa Junior conta com estrutura física e pedagógica compatíveis com seus propósitos: competir no mercado. Possui instalações básicas de máquinas e equipamentos de fundição, oficina de serralheria e marcenaria para manutenção e apoio da fundição e demais equipamentos usuais de uma pequena empresa do ramo de negócio que atua. A estrutura administrativa da Empresa Junior é dada por um organograma linear e em cada Diretoria há um ou mais docentes para orientação e supervisão das ações. O papel do professor está entre o de gerente e o de docente, uma vez que participa do estabelecimento e cobrança de metas e supervisiona e orienta as ações realizadas sob a ótica pedagógica. Os alunos, a partir do segundo ano do curso realizam estágio/ aulas práticas nos diversos departamentos da empresa e prestam serviços à comunidade empresarial da região, atendendo pedidos de clientes externos que se interessem pelos seus produtos. A instituição mantenedora da faculdade tem sido a maior cliente desta Empresa Junior. Nos cargos de níveis estratégicos ou táticos as vagas são prioritariamente preenchidas por alunos de cursos cuja formação seja compatível com a função ou minimamente a ela associada. Dessa forma um aluno do curso de Design de Produto, a rigor, não poderia assumir a gerência financeira, mas possui requisitos para a Gerência de Processos, de Qualidade e Diretoria de Projetos. Já as funções operacionais de qualquer departamento são preenchidas por alunos de todos os cursos. Assim, participam de um mesmo núcleo de formação prática alunos dos seguintes cursos: Bacharelado em Administração (com estudos de produção e serviços); Bacharelado em Administração (com estudos de mercados – marketing, vendas, comércio exterior e finanças); Bacharelado em Design de Produto; Bacharelado em Design de Jóias; Bacharelado em Design Gráfico (comunicação visual); Tecnologia em Design de Interiores; Licenciatura em Artes Visuais; Tecnologia em Marketing (e vendas); Tecnologia em Recursos Humanos (ênfase em relação interpessoal no trabalho); Tecnologia em Gestão Ambiental (ênfase na empresa); Tecnologia em Processos de Gerenciais; Tecnologia em Matemática (ênfase para Negócios) e Licenciatura em Matemática; A cesta de produtos e serviços desta Empresa Junior pesquisada contém: 1- Produtos: pequenos brindes industrializados por meio de fundição

de ligas a base de estanho (botons, fivelas para cintos e calçados, etc) e bijuterias ou acessórios para indústria de semi-jóias); protótipos para cerâmica artística e de revestimento; acessórios de cerâmica para indústria da moda; 2- Serviços: arte final para confecção de catálogos; serviços de serigrafia (cartazes, camisetas, balões, canetas, canecas, copos, mochilas, etc); fotografia e tratamento de imagens por meio de computação gráfica; vinhetas para vídeo; identidade visual e sinalização corporativas; vt para peças publicitárias; projetos de iluminação comercial; serviços de vitrinismo; pesquisa de mercado; cálculos matemáticos e projeções estatísticas; assessoria de recrutamento e seleção para consultorias de RH e empresas. Conforme destaca o seu organograma (figura 1), na época da pesquisa, a maioria dos ocupantes de funções estratégicas e táticas era do curso de Administração, cursando semestres avançados do curso (indicados através do número após o cargo).

A missão desta Empresa Junior é: - Acadêmica: Promover a excelência na formação gerencial e humana dos empresários juniores, consolidando a teoria acadêmica por meio da experiência prática e desenvolvendo o espírito empreendedor e ético como fundamento para o exercício da Administração de Empresas. - Empresarial: Atender as necessidades e expectativas dos clientes, parceiros e acionistas (alunos) por meio da oferta de produtos e serviços diferenciados pela qualidade, pautando as ações na responsabilidade social e na busca pela lucratividade e perpetuação do negócio.

4.1. Gestão da Empresa Junior e atuação dos alunos Os alunos em cargos diretivos (diretores e gerentes) têm liberdade de ação dentro de suas atribuições. Prospectam e recebem clientes, apresentam orçamento e negociam formas de pagamento, elaboram o projeto do produto ou serviço, realizam a tomada de preços e negociação com os fornecedores, solicitam à mantenedora da faculdade a compra da matéria prima e demais suprimentos, fabricam e vendem (varejo, atacado e de porta em porta). Todas essas etapas proporcionam riquíssima aprendizagem, quer para o aluno que já possua alguma experiência, quer para o aluno iniciante no seu “primeiro emprego”. Na rotina de atividades da Empresa Junior pode-se observar toda a diversidade e particularidades do funcionamento de uma empresa real (que de fato é): No campo comportamental se observa desde intrigas, omissões, acertos e desacertos decorrentes do relacionamento interpessoal no trabalho, até o descaso de colaboradores, o exercício da liderança, os excessos de autoridade no exercício do cargo, a ausência de colaboradores ao trabalho, dentre outros. Acrescenta-se ao cenário de atuação do gerente ou do diretor da Empresa Junior o fato de ter que lidar com questões relacionadas à ética profissional, tais como obter respeito e produtividade de colegas de turma ou dos mais adiantados no curso, lidar com interesses conflitantes de seus pares, intermediar dificuldades de relacionamentos de colaboradores, conter antipatias ou amenizar simpatias, inibir possíveis tendências ao assédio moral e sexual, etc. Neste contexto pode-se observar que o estudante está iniciando suas experiências profissionais sem, contudo, apresentar maturidade para lidar com problemas do seu cotidiano. No campo operacional o aluno/ gerente/ diretor vivencia as questões ligadas ao cumprimento de prazos, qualidade, riscos e segurança no trabalho, resíduos industriais e meio ambiente, erros de projetos, processos de produção primorosos ou leigos, retrabalho, manutenção industrial precária, perdas de matéria prima, falta de suprimentos, falhas de comunicação ou dificuldade para obter dados do sistema de gestão (ERP) e outras da mesma natureza. Todas as vivências dos alunos propiciadas pelas atividades da Empresa Junior são desenvolvidas e avaliadas à luz dos conceitos apresentados em sala de aula, o que demanda esforço e tempo de todos, em específico de alunos e orientadores. O processo que desencadeia as ações se inicia com as diretrizes estabelecidas pela presidência em conjunto com a diretoria, no início do semestre. Em seguida os gerentes estabelecem seus planos de ação e orientados por eles os colaboradores fazem seus projetos de ação. Os projetos são elaborados nos moldes dos trabalhos científicos, com introdução, explicitação do problema, hipóteses, justificativas, objetivos, referencial teórico (dados pelas disciplinas em que os alunos realizam no semestre), metodologia, desenvolvimento ou implementação, discussão dos resultados, conclusão, sugestões e limitações. Cada projeto deve alcançar os objetivos acadêmicos (manuseio da teoria na realidade empresarial) e empresarial (operacionalização de uma variável que atenda uma necessidade do departamento). Nesse sentido, diretores, gerentes e colaboradores têm dupla função, lidar com os conceitos teóricos do curso levando-os à prática e realizar uma tarefa do departamento. Os alunos diretores/ gerentes desempenham os seguintes papéis: 1.Gerencial: responder gerencialmente pelo departamento, que via de regra consiste de fazer cumprir as normas de trabalho e de segurança, zelar pelo cumprimento do horário, estabelecer as metas, organizar as tarefas, distribuir o efetivo nas várias seções e orientar os processos produtivos e avaliar os resultados; 2.Acadêmico: auxiliar o Professor Orientador na avaliação acadêmica dos colaboradores; Os requisitos para o aluno exercer as funções gerenciais são: 1-

Cargos de Diretoria: ter sido gerente na Empresa Junior e estar cursando a partir do sexto semestre e ser aprovado pelo Conselho Superior (composto de ex-presidentes da Empresa Júnior, Diretores e Diretor / Coordenador da Faculdade) . 2- Cargos de Gerência: ter sido supervisor da Empresa Junior, estar cursando do quinto semestre em diante e ser aprovado pelo Conselho Superior. Tendo em vista que as aulas práticas ocorrem simultaneamente ao período do curso, ou seja, no período noturno, os alunos que exercem atividades diretivas na Empresa Junior às vezes precisam realizar contatos com clientes durante o dia, fora do horário de aulas, podendo com isso ocorrer pequenas despesas pessoais. Para cobrir eventuais gastos, a mantenedora da faculdade oferece 30% de desconto na mensalidade para o presidente e diretores e 10% para gerentes. O que se desprende da estrutura empresarial e pedagógica da Empresa Junior é que esta se constitui em excelente laboratório de aprendizagem para todos os alunos. Aprende-se princípios de gestão até com os próprios erros e sem o receio de perder o emprego. Há liberdade para o aluno iniciar, criar e ousar. Pode-se vivenciar a realidade acadêmica e empresarial com orientação presencial e de qualidade, oferecida por professores com real experiência profissional. É nesse cenário, que a presente pesquisa procura identificar qual a motivação dos alunos para exercer as funções gerenciais e se eles enxergam a valorizada estrutura que lhes é oferecida. Este tipo de aprendizagem pode ser relacionado com o aprendizado “circuito duplo”, como demonstra Motta e Vasconcelos (), envolvendo um processo de percepção e exploração das possibilidades do ambiente, em que o indivíduo tem acesso a novas informações, compara com as informações obtidas com as normas de funcionamento de dado sistema ou processo e por último questiona a pertinência das normas de funcionamento do sistema e a iniciação de ações corretivas apropriadas, podendo envolver mudança das práticas, valores e pressupostos do sistema ou processo antigo.

4. 2. Amostra da pesquisa A amostra foi composta por 78 alunos do curso de Administração aptos para as aulas práticas, porém que ainda não atuaram como gerentes ou diretores nos departamentos da Empresa Junior, ou seja, alunos do quarto até o oitavo semestre.. O critério de amostragem foi: alunos presentes no dia destinado às aulas práticas.

4. 3. Instrumento de coleta de dados Foi utilizado, nesta pesquisa, um questionário versando sobre a dinâmica pertinente a operacionalização da Empresa Junior. O questionário foi aplicado aos estudantes que se encontravam em atividades na Empresa Junior, mas que ainda não haviam passado por cargos gerenciais. O questionário foi elaborado da seguinte forma: pergunta aberta para resposta não estimulada, em que o respondente se lembrasse por si só dos motivos que o atraíam ou não nos cargos gerenciais de Empresa Junior. E, pergunta fechada, com categorias previamente discutidas com alunos que já ocuparam esse cargo, com resposta estimulada, onde seria possível verificar a qualidade das respostas, comparando-se pergunta fechada e pergunta aberta.

4. Resultados

Os resultados foram apresentados primeiramente quanto a identificação dos participantes. Participaram da pesquisa 78 alunos, sendo 36 do sexo masculino, 40 do sexo feminino, sendo que dois estudantes não se identificaram quanto a esta variável. A média da idade dos estudantes é 24 anos. Atualmente, 87% dos alunos está trabalhando, 10% não trabalha e 3% não respondeu. A grande maioria atua na área relacionada ao seu curso. Sobre a Empresa Junior, grande parte dos alunos já atuou em mais de um departamento como colaborador/ operacional. Na questão onde se pergunta do desejo de assumir cargos ou função gerencial na Empresa Junior, 39% respondeu que deseja assumir este cargo, 57% respondeu que não e 4% não respondeu. Dos que desejam assumir cargo na Empresa Junior, as razões são as seguintes: 30% dos alunos disseram que era importante exercer no estágio um cargo gerencial, 18% relatou ser importante para poder passar a experiência no seu atual emprego, 17% relatou ser importante por ser um desafio, 8% disse que abririam portas para o mercado de trabalho futuro, 6% afirmou ser importante para enriquecer suas próprias habilidades, outros 6% indicou ser importante para obter mais conhecimento e aprendizado, 3% relatou ser bom para aprender a trabalhar em equipe, 3% para desenvolver espírito de liderança, 3% para contribuir na Empresa Junior, 3% relatou ser importante para a formação e outros 3% relatou ser bom para poder adquirir descontos na mensalidade. A figura 1 mostra a porcentagem das categorias daqueles que responderam que desejam assumir um cargo de gerência durante sua formação. Figura 1: Categorias das respostas positivas. Dos que não desejam assumir cargo na Empresa Junior, as razões são as seguintes: 22% indicou não ter interesse porque já está terminando a faculdade, 20% relatou falta de tempo,

10% indicou não assumir por falta de experiência, não sentir-se preparado, 10% afirmou não existir motivação, 10% acha que o que acontece na Empresa Junior não é real, 7% indica não ter interesse, 7% acredita que ainda deve atuar como colaborador/ operacional, outros 7% indica não ter interesse de assumir responsabilidades, 5% acredita que a Empresa Junior precisa passar por uma reestruturação para que ele sinta interesse de assumir um cargo gerencial e 2% relatou que esta experiência não agrega nada. A figura 2 mostra a porcentagem daqueles que responderam não desejarem assumir um cargo de gerência. Figura 2 : Categorias das respostas negativas. Quando se apresentam as alternativas para que o participante indique apenas quatro motivos que o faça desejar ou não assumir os cargos gerenciais da Empresa Junior, o resultado obtido pode ser mostrado na figura 3 onde, 27% relatou que essa oportunidade tem importância para poder desenvolver capacidade de liderança, 25% por encarar desafios, 24% por poder vivenciar a realidade de uma empresa real, e, outros 24% por adquirir capacidade analítica para resolver problemas. Figura 3: Principais motivos de desejar assumir cargo gerencial. Para aqueles que não querem assumir o cargo os quatro principais motivos são mostrados na figura 4 são: 40% dos alunos relatou não ter tempo para assumir essa experiência, 22% relatou não ter experiência de vida e gerencial, 20% afirma ser muita responsabilidade, 18% relatou não ter interesse em assumir porque o tempo de permanência no cargo é curto. Figura 4: Principais motivos por não desejar assumir cargo gerencial.

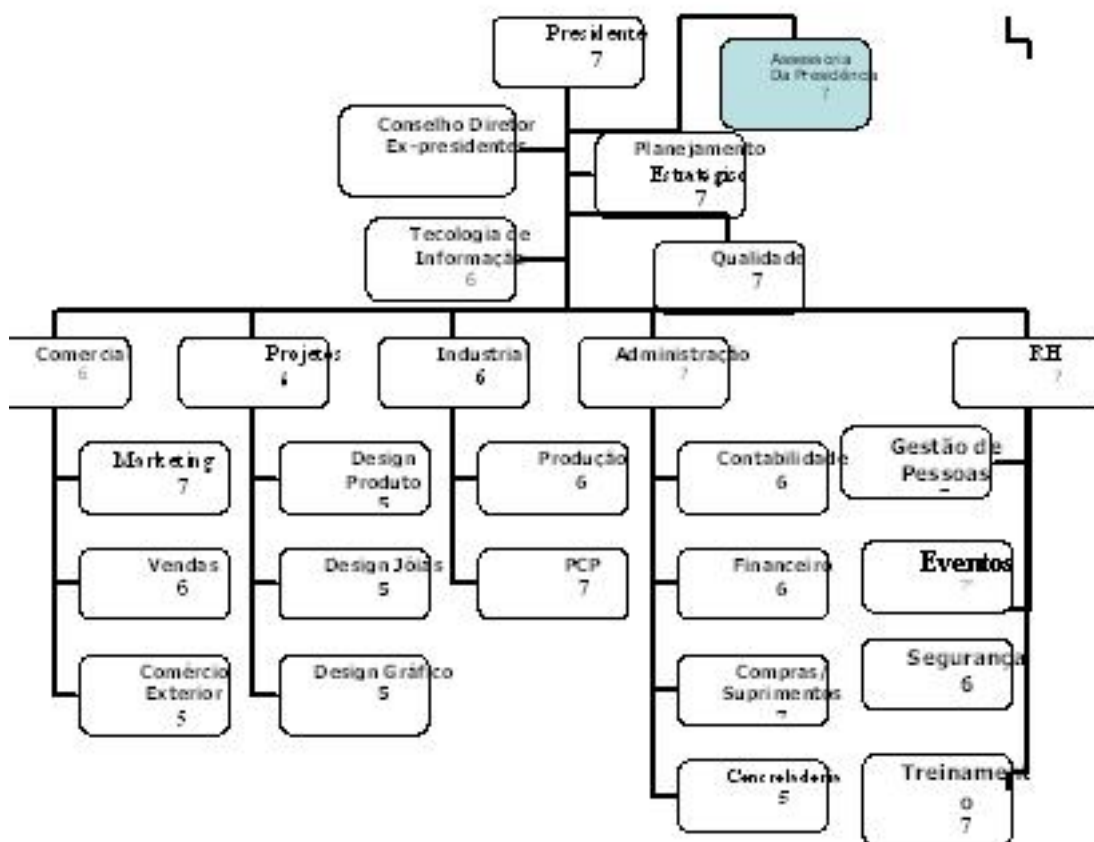
5. Considerações Finais

Os cursos de Administração são desafiados a encontrar estratégias para inserir seus estudantes no âmbito da prática administrativa. A crítica neste campo é contundente no sentido de afirmar que os estudantes desta área encontram grandes barreiras para exercer com desenvoltura a profissão com base apenas em processos de aprendizagem de sala de aulas. Esta consideração tem aberto um campo de discussão polarizando o binômio: teoria e prática. Neste sentido, vislumbra-se através da Empresa Junior propostas reais para vivenciar o exercício profissional a partir de contextos de vida e de trabalho do aluno. O presente estudo procurou compreender a posição dos estudantes, de um curso de Administração dotado de uma proposta diferenciada para operacionalizar a vertente da prática preconizada. Tendo em vista que 39% dos participantes interessam exercer cargo gerencial no modelo de Empresa Junior estudado, e 57% não se interessam, pode-se concluir que o modelo de estágio não é o entrave, já que o desinteresse se deve a falta de tempo (40%), muita responsabilidade (20%), não ter experiência de vida gerencial (22%) e tempo de permanência no cargo é pequena (18%). Embora na pergunta para resposta aberta haja referência a outros fatores como: “não agrega nada”, “sem interesse”, dentre outros, a alternativa de aprendizagem é bem vista pelos alunos que já tiveram contato com o modelo mas que não exerceram tais cargos gerenciais. Corroborando com a conclusão apresentada os relatos obtidos junto a esse público, com passagem pela Empresa Junior, mostra um quadro favorável onde associam esta vivência à suas atuações profissionais futuras. Pode-se observar a valorização da atividade e sua importância diante da profissão que estão buscando, bem como, para a fixação do processo de aprendizagem, uma vez que, tratava-se de uma oportunidade real para vivenciar a profissão. Por fim, pode afirmar que os motivos dos estudantes pesquisados para desejarem ocupar os cargos gerenciais na Empresa Junior estão fortemente associados ao que entendemos ser o anseio do mercado empregador quanto à qualificação profissional. Nesse sentido, a instituição de ensino está no caminho correto quanto às suas estratégias de formação. Como uma primeira investigação o presente estudo sinaliza para a necessidade de continuar este diagnóstico envolvendo outros atores que compõem a mesma Empresa Junior. Neste sentido, a investigação deveria abordar também egressos da instituição e com passagem pela empresa, no sentido de explorar suas percepções entre atuar na empresa Junior e atuar no mercado de trabalho. Deve ainda incluir docentes envolvidos no processo de aprendizagem e no acompanhamento dos estudantes. Sugere-se também, um debate dos resultados gerados por este estudo exploratório junto a um público representativo de todos os agentes envolvidos. A partir disto, os resultados aqui expostos certamente, receberão nova leitura e visões, podendo assim ganhar novos entendimentos que possibilitem a construção de ações corretivas e inovativas para a empresa júnior aqui estudada.

Referências Bibliográficas

- ALBUQUERQUE, L. G. Competitividade e recursos humanos. In: **Revista de Administração da USP**. São Paulo, Vol. 27, n. 4, out.⁄ dez. 16-19 p. 1992.
- ALMEIDA, M. V. B. Empresa Júnior reforça aprendizado. Disponível em: <<http://www.empresajradm.frb.br/EventosNoticias/noticiaatarde27/11/2005>>. Acesso em: 10/04/2007.
- DEJOURS, C.; ABDOUCHELI, E. e JAYET, C. **Psicodinâmica do trabalho, contribuições da escola Dejouriana à análise da relação prazer, sofrimento e trabalho**. São Paulo: Atlas, 32p. 1994.
- DRUCKER, P. F. **O gerente eficaz**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.
- FEJESP. Disponível: . Acesso em: 10/04/2007.
- KRUMM, D. J. **Psicologia do trabalho: uma introdução à psicologia industrial⁄ organizacional**. Rio de Janeiro: LCT, 2005.
- LEITE, S. M. F. e MEIRELES, J. G. M. **Ser gerente**. São Paulo: MG Editores, 1989.
- LOPOES, M. C.; LOPES, P. C e LIMA, Z. A. A. Contribuição da Empresa Júnior de Administração no Brasil. In: **Revista Angrad**: Rio de Janeiro, Vol. 8, n. 1, Jan- Fev- Mar. 33-52 p. 2007.
- MOTTA, P. F; VASCONCELOS, F. G. I. A Aprendizagem Organizacional. In: Teoria Geral da Administração
- OLIVEIRA, A. C. C. Estágio Supervisionado no Contexto das Instituições de Ensino Superior: Aportes Reflexivos Acerca da sua Inserção nos Cursos de Administração. In: **Revista Angrad**: Rio de Janeiro, Vol. 8, n. 1, Jan- Fev- Mar. 73-91 p. 2007.
- ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- SPRIER, S. W.; FONTAINE, M. H. e MALLOY, R. Liderança desgovernada- o poder destrutivo de gente exigente demais. São Paulo: **Havard Business Review**. Vol. 4, n. 6, jun/ 2006. 46-56 p.
- TANURE, B e GOSHAL, S. Caminho do desempenho. **GV Executivo**. São Paulo: GV. Vol. 4, n. 4, nov 2005 a jan 2006, 86-90p.

Anexos



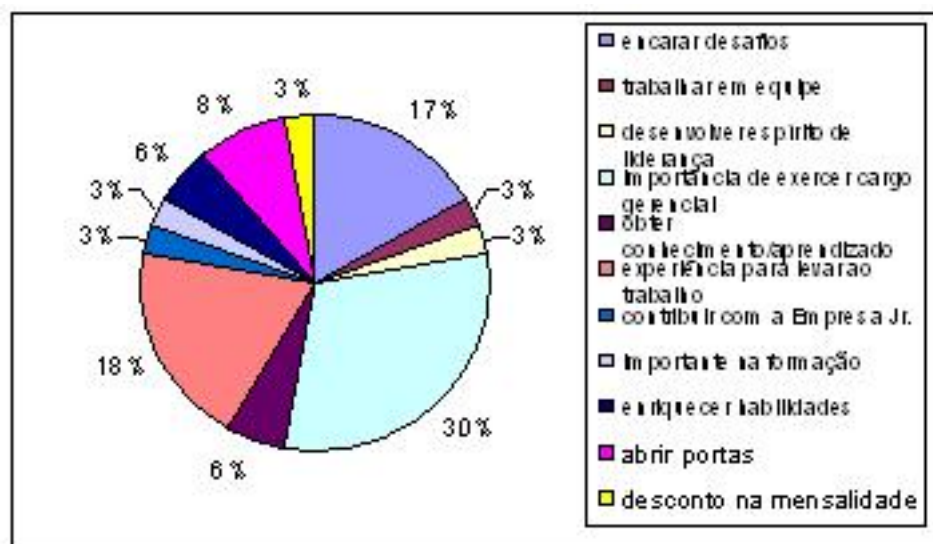


Figura 1 : Categorias das respostas positivas.

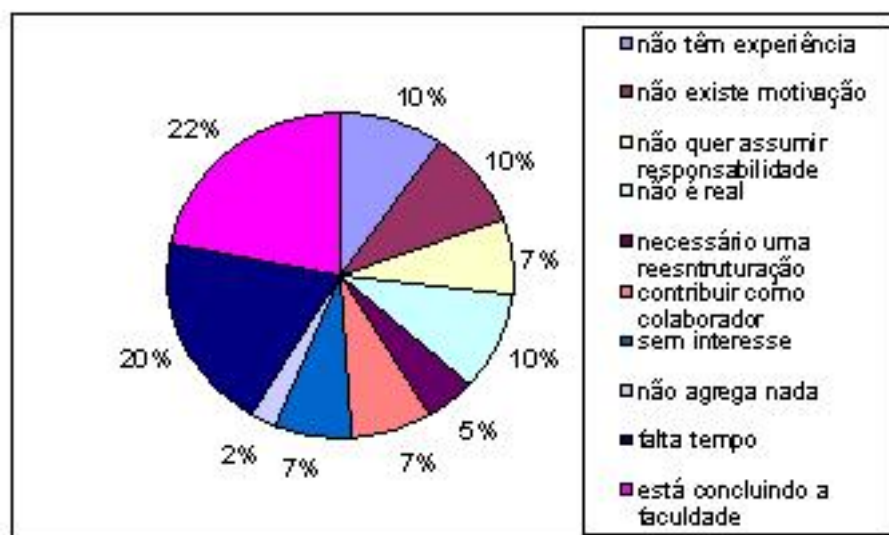


Figura 2 : Categorias das respostas negativas.

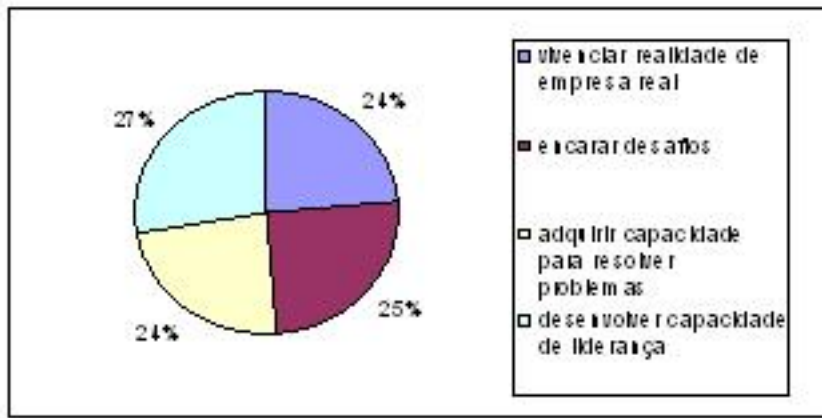


Figura 3: Principais motivos de desejar assumir cargo gerencial.

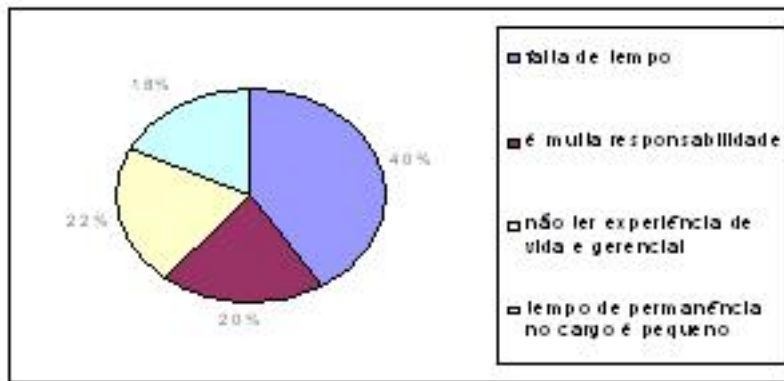


Figura 4: Principais motivos por não desejar assumir cargo gerencial.