



IMPLEMENTAÇÃO DA EMPRESA JÚNIOR NO IFMG CAMPUS IBIRITÉ: O CASO DA CODE SYSTEM

Felipe Braga Sacramento Frade¹, Bruno Henrique Viana Silva², Gustavo Lopes Silveira³, Robert Luiz Gomes⁴, Tatielle Menolli Longhini⁵, Weber de Almeida Lima⁶

1 Bolsista (IFMG), Engenharia de Controle e Automação, IFMG Campus Ibirité-MG; fradebraga@gmail.com

2 Bolsista (IFMG), Engenharia de Controle e Automação, IFMG Campus Ibirité-MG; brunoviana.pro@gmail.com

3 Bolsista (IFMG), Engenharia de Controle e Automação, IFMG Campus Ibirité-MG; gustavolopes1034@gmail.com

4 Orientador: Pesquisador do IFMG, Campus Ibirité; robert.gomes@ifmg.edu.br

5 Orientadora: Pesquisadora do IFMG, Campus Ibirité; tatielle.longhini@ifmg.edu.br

6 Orientador: Pesquisador do IFMG, Campus Ibirité; weber.lima@ifmg.edu.br

RESUMO

O presente estudo investigou o impacto das empresas juniores na formação acadêmica e profissional dos estudantes, bem como sua integração com o mercado de trabalho, com foco na empresa júnior do Campus Ibirité. Para isso, foram utilizados métodos qualitativos e quantitativos, incluindo análise documental, entrevistas e questionários. Os resultados demonstraram que as empresas juniores desempenham um papel fundamental na promoção do desenvolvimento de competências e habilidades essenciais para o sucesso profissional dos estudantes, como liderança, trabalho em equipe e empreendedorismo. Além disso, a experiência prática proporcionada pelas empresas juniores contribui para a aproximação dos alunos com o mundo do trabalho e para sua inserção profissional. No contexto específico da empresa júnior do Campus Ibirité, foi observado um impacto positivo na formação dos alunos, evidenciado pelo aumento da empregabilidade e pelo desenvolvimento de projetos relevantes para a comunidade local. Conclui-se, portanto, que as empresas juniores representam uma importante estratégia de ensino e aprendizagem, que contribui significativamente para a formação integral dos estudantes e para o fortalecimento das relações entre a universidade e a sociedade. Sugere-se, para trabalhos futuros, a realização de estudos longitudinais para avaliar o impacto das empresas juniores a longo prazo, bem como a investigação de outros aspectos relacionados ao tema, como o perfil dos alunos envolvidos e os desafios enfrentados pelas empresas juniores no contexto atual.

INTRODUÇÃO:

A capacitação profissional é fundamental para o desenvolvimento local e regional, pois gera competências essenciais para a criação de bens e serviços. A profissionalização da mão-de-obra e a busca por conhecimento são cruciais para explorar oportunidades de mercado. A formação profissional também transmite a concepção de empreendedorismo, promovendo o desenvolvimento socioeconômico (NECK; GREENE, 2011). O grande desafio do ensino é transformar o conhecimento teórico em prático, conduzindo ao crescimento profissional e acadêmico.

As empresas juniores (EJs) surgem como espaços propícios para essa operacionalização do conhecimento, permitindo o aprendizado por meio de erros e acertos (FEITOSA; FIRMO, 2012; FANAYA JÚNIOR et al., 2010; RODRIGUES et al., 2010). Como associações sem fins lucrativos, as EJs promovem novas competências, aproximando as universidades do mercado de trabalho (BRASIL JÚNIOR, 2023; BRASIL, 2016). Valadão Junior, Almeida e Medeiros (2014) destacam que as EJs proporcionam o desenvolvimento de projetos que estreitam as relações entre instituições de ensino e o mercado, contribuindo para o desenvolvimento profissional dos graduandos. Rafael e Oliveira (2012) corroboram essa visão, destacando a importância das EJs para a inserção dos alunos no universo corporativo.

A proposta de fortalecer as EJs é relevante para a comunidade acadêmica e empreendedora, pois desenvolve uma mentalidade empreendedora e inovadora. A formação de empreendedores requer capacitação técnica e de gestão (ASPELUND, BERG-UTBY, SKJEVDAL, 2005), o que facilita a inserção no mercado de trabalho e o reconhecimento dos fenômenos locais e globais de desenvolvimento.



A relação entre ensino, pesquisa e extensão é essencial para a qualidade educacional e para o engajamento da sociedade com a universidade (PEREIRA JUNIOR, 2005). A expansão das atividades de extensão contribui para o crescimento científico e o desenvolvimento social, e o evento proposto visa promover a interação entre o público interno e externo, abordando empreendedorismo e inovação em níveis local, regional e global.

O desenvolvimento da empresa júnior no IFMG campus Ibirité é crucial para o fortalecimento do curso de Engenharia de Controle e Automação e para o crescimento científico da instituição, com potencial para transformar social, tecnológica, econômica e ambientalmente a comunidade. O objetivo deste trabalho é destacar a importância das EJs na formação dos estudantes, evidenciando as competências e habilidades adquiridas, além de sua contribuição para a aproximação dos alunos ao mercado de trabalho e para o desenvolvimento socioeconômico local. Também será apresentado o panorama da empresa júnior do campus Ibirité, demonstrando seu impacto na formação dos alunos e no fortalecimento dos laços entre a universidade e o meio empresarial.

METODOLOGIA:

A gestão da EJ envolverá os integrantes dos setores de marketing, gestão de pessoas, projetos, financeiro e qualidade, de modo a desenvolver o planejamento estratégico global, padronizar os documentos, consolidar cultura organizacional, melhorar portfólio de serviços e prospectar projetos. As atividades encontram-se descritas abaixo.

- Planejamento Estratégico Global: modelo de Planejamento Estratégico a ser seguido, se baseia em benchmarkings feitos com outras Empresas Juniores, é o modelo de imersão.
- Formatação e adequação de todos os documentos: definição dos papéis a serem desenvolvidos pelos integrantes da empresa júnior; com a padronização de todos os documentos, a gestão do conhecimento dentro da empresa ficará mais ágil e simples.
- Carta de Serviço: Definir em quais campos profissionais a empresa irá atuar.
- Capacitação dos membros: para que os projetos saiam com a excelência que a organização espera; para isso, faz-se necessária a capacitação nas áreas que serão estipuladas na carta de serviço e também em softwares, comunicação e demais que auxiliem a consecução dos projetos. A maioria das capacitações dependerá das ações definidas na carta de serviço.
- Prospecção de Projetos: desenvolvimento de pesquisa de mercado, com mapeamento do mercado de Ibirité e identificar os possíveis clientes da empresa.

O cumprimento das atividades demandadas deverá atender os planejamentos estipulados. O professor coordenador realizará reuniões periódicas com todos os membros de modo a auxiliá-los nas ações.

Acompanhamento e avaliação

Para o acompanhamento de tarefas e avaliação de atividades, serão estabelecidos periodicidade, indicadores e mecanismos de compartilhamento de informações:

- a) Periodicidade: Realização de reuniões semanais entre professor orientador e os integrantes da empresa júnior, conforme prazos estipulados para execução de cada ação planejada.
- b) Indicadores: Índice de trabalhos cumpridos e índice de atraso de realização de entregas e finalização de tarefas;
- c) Compartilhamento de informações: os arquivos serão compartilhados na nuvem, via GoogleDrive, a todos os participantes, o que facilita o acesso a dados e informações, e facilita o acompanhamento do trabalho

RESULTADOS E DISCUSSÕES:

A empresa júnior Code System do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais, campus Ibirité, é integralmente comandada e desenvolvida por alunos de graduação do curso de Engenharia de Controle e Automação. A empresa dedicada à criação e desenvolvimento de sites



seminário
de iniciação
científica

ISSN 2558-6052



personalizados para empresas de pequeno, médio e grande porte, e está sendo desenvolvida com base nos princípios essenciais do movimento das empresas júniores.

Inicialmente, foi formada a equipe de trabalho do projeto. Para isso, os alunos interessados em participar, preenchiam ao formulário, amplamente divulgado à comunidade do campus Ibirité à partir de publicações na redes sociais e do site do campus e do ambiente de inovação (Figura 1). O trabalho dos alunos e deu em caráter voluntário, com a emissão de certificado pra fins de aproveitamento para atividades extracurriculares.

Figura 1 – Formulário de manifestação de interesse.

Formada a equipe, foram criadas as redes sociais da empresa júnior do campus no LinkedIn e Instagram (Figura 2). Buscou-se, assim, reforçar o posicionamento do projeto junto à comunidade interna e externa da instituição.

Figura 2 – Rede sociais da empresa júnior criada no campus Ibirité.

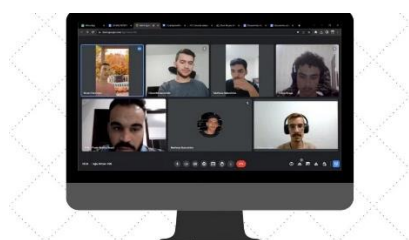


Posteriormente, foi divulgado à comunidade externa do campus o edital voltado ao desenvolvimento de sites de micro e pequenos negócios atendimento de micro e pequenos negócios, de Ibirité, de qualquer setor. As inscrições foram abertas, sendo ofertadas até 03 vagas. O Processo de Serviço ocorreu em 3 etapas. O primeiro momento consistiu no diagnóstico empresarial, sendo levantadas as características dos negócios e as demandas do empreendedor. No segundo momento, a equipe do programa trouxe a proposta do site para levantamento de feedbacks por parte do empreendedor. No último momento, fez-se a entrega



do site. As reuniões aconteceram através do aplicativo Google Meet (Figura 3) com a participação de, pelo menos, dois membros do grupo, a depender da demanda registrada. O público-alvo foi contactado por e-mail e por telefone, informados no ato de inscrição. Foram captadas duas empresas interessadas.

Figura 3 – Atendimento realizado à cliente captado.



A proposta da EJ foi de desenvolver sites ou do tipo Institucional ou do tipo OnePage:

- Site institucional: um espaço para a sua empresa na web. Através de páginas virtuais, você irá apresentar a sua empresa, informar os seus serviços e promover a sua marca. Mesmo com as redes sociais, o site institucional é geralmente o primeiro canal que o usuário irá se informar sobre a sua marca.

- Onepage: um site de página única, onde todo o conteúdo seja mostrado na mesma página, com layout único e concentração das informações em um mesmo ambiente.

Por meio de projetos realizados para empresas locais, buscou-se fortalecer sua atuação e impacto na comunidade acadêmica e no entorno, contribuindo significativamente para a formação acadêmica e profissional dos estudantes envolvidos. Os resultados obtidos refletem a trajetória bem-sucedida da empresa júnior, cuja fundação foi moldada pela criação de uma equipe multidisciplinar, destacando a importância da colaboração para superar os desafios inerentes ao projeto. A captação de alunos voluntários, realizada através de formulários de inscrição e apresentações personalizadas, evidenciou a eficácia da comunicação transparente sobre os benefícios educacionais e práticos oferecidos pela iniciativa, resultando na constituição de uma equipe altamente engajada e comprometida. Quanto à captação de empresas parceiras, a estratégia inicial de oferecer serviços de desenvolvimento de sites gratuitos para construir um portfólio robusto destacou a importância do marketing e da oferta de serviços valiosos como meio de estabelecer parcerias duradouras.

No que diz respeito à prestação de serviços, a abordagem remota, marcada por reuniões virtuais regulares, revelou-se essencial para alinhar expectativas e personalizar os projetos de acordo com as necessidades dos clientes. A avaliação contínua durante essas reuniões, realizada através de capturas de tela dos projetos em andamento, permitiu ajustes iterativos, enfatizando a importância da comunicação constante e da flexibilidade na entrega.

CONCLUSÕES:

O objetivo principal do estudo foi investigar os processos de criação, captação de voluntários e empresas, bem como a prestação de serviços pela empresa júnior. Identificamos que a formação de uma equipe multidisciplinar e a comunicação transparente foram fundamentais para atrair e engajar os alunos voluntários. Além disso, a estratégia de oferecer serviços gratuitos possibilitou a captação de empresas parceiras.

A prestação de serviços remotos, aliada a reuniões regulares e avaliações contínuas, também se mostrou eficaz para atender às necessidades das empresas. Sugerimos para trabalhos futuros a realização de estudos complementares para avaliar esses aspectos, bem como a expansão das atividades da empresa júnior para outros segmentos ou serviços, e até mesmo a sua formalização, com a instituição de um CNPJ - Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica. Essas perspectivas podem contribuir para o aprimoramento contínuo do projeto e para a sua sustentabilidade a longo prazo, bem como aumentar o engajamento dos alunos em ações do campus e no curso de Engenharia de Controle e Automação.



seminário
de iniciação
científica

ISSN 2558-6052



REFERÊNCIAS:

- ASPELUND, A.; BERG-UTBY, T.; SKJEVDAL, R. Initial Resources' Influence on New Venture Survival: A Longitudinal Study of New Technology-Based Firms. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1498258>. 2005.
- BRASIL. LEI Nº 13.267, DE 6 DE ABRIL DE 2016. Criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior. 2016.
- BRASIL JUNIOR. Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br/>>. Acesso em 05 out. 2023.
- FANAYA JÚNIOR, E. D.; LOPES, A. S.; OLIVEIRA, G. K. M.; ROSA, R. M.; MORESCO, W. Gerenciamento das atividades realizadas pelos membros da Rural Jr Assessoria e Consultoria. In: SEMINÁRIO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MATO GROSSO DO SUL. 2010, Cidade. Anais..., Cidade: SEMEX, 2010, v. 1, n.1, p. 1-5.
- FEITOSA, M. J. S.; FIRMO, L. A. Bases do comprometimento organizacional: um estudo comparativo em Empresas Juniores. Gestão e Sociedade, v. 7, n. 16, p. 51-69, 2013.
- NECK, H. M.; GREENE, P. G. Entrepreneurship Education Known Worlds and New Frontiers. Journal of Small Business Management, v. 49, 2011. p.55-70.
- PEREIRA JUNIOR, A. A universidade pública e os desafios do desenvolvimento. São Paulo: La Insignia, 2005.
- RAFAEL, S. S.; OLIVEIRA, L. R. Empresa Júnior: uma Cultura Empreendedora Capaz de Fortalecer o Elo Entre Universidade e Comunidade. Revista Fluminense de Extensão Universitária, Vassouras, v. 2, n. 1, p. 61-70, 2012.
- RODRIGUES, C. M. C.; VIEIRA, K. M.; RIBAS, F. T. T.; ARRUDA, G. S. de; CATARINA, G. M. F. S. Relação entre os valores pessoais e comprometimento organizacional: o caso das empresas juniores de Santa Maria. GESTÃO.Org – Revista Eletrônica Gestão de Gestão Organizacional, v.8, n.2, p. 245-64, maio-ago 2010.
- VALADÃO JUNIOR, V. M.; ALMEIDA, R. C.; MEDEIROS, C. R. O. Empresa Júnior: espaço para construção de competências. Administração: Ensino e Pesquisa, v. 15, n. 4, p. 693-693, 2014.