



SERVIÇOS E DIFERENCIAIS COMPETITIVOS DAS EMPRESAS JUNIORES DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL NO BRASIL¹

Services and competitive advantages of Junior Organizational Psychology Enterprises in Brazil

LIMA, Gilda Maria Aparecida²

RAMALHO, Livia Coral³

SILVA, Aléx Vinicius Faria da⁴

GAI, Maria Júlia Pegoraro⁵

RESUMO

As Empresas Juniores (EJs) são organizações sem fins lucrativos constituídas e dirigidas por estudantes de graduação que buscam a realização de práticas e serviços referentes a determinados campos de atuação, incentivando a educação empreendedora no ensino superior. Na área da Psicologia também observa-se esse tipo de iniciativa no espaço de formação universitária. Assim, o objetivo deste estudo é identificar e caracterizar as empresas juniores de Psicologia no Brasil. Foram identificadas 47 EJs de Psicologia nas cinco regiões do país, sendo que destas 42 estão filiadas à Brasil Júnior, instância que regula essas empresas. Observa-se que a maior parte dessas empresas fazem parte de instituições de ensino superior públicas e que sua atuação, majoritariamente, está atrelada ao campo da Psicologia Organizacional, tendo como principais trabalhos desenvolvidos nessas empresas serviços voltados a qualificação profissional e recrutamento e seleção, presente em 97,85% e 91,3% das empresas encontradas, respectivamente. No que se refere a divulgação e marketing dessas organizações, foi observado a presença predominante na rede social Instagram (97,87%), seguido do LinkedIn (91,49%) e do Facebook (80,85%). Por fim, salienta-se que a quantidade de empresas juniores de Psicologia vem ascendendo ao longo das últimas décadas, merecendo assim destaque e maiores estudos que possam avaliar suas configurações, contribuições para a sociedade e para o profissional em desenvolvimento.

Palavras-chave: Empresa Júnior de Psicologia. Empreendedorismo. Desenvolvimento Profissional.

¹O presente artigo é de caráter inédito, assim não foi apresentado ou publicado, anteriormente, em encontros e/ou outros eventos científicos, também não passou pela avaliação do Comitê de Ética em Pesquisa (COEP) e não recebeu apoio de órgãos de financiamento/fomento.

²Graduada em Psicologia pela Universidade do Vale do Sapucaí (2023). Colaboradora do Laboratório de Estudo, Pesquisa e Intervenção em Desenvolvimento e Saúde (LEPIDS/UFRJ). Psicóloga. Pós Júnior da Lacus Empresa Júnior de Psicologia. E-mail:gmalima74@gmail.com

³ Graduanda em Psicologia pela Universidade do Vale do Sapucaí. Estagiária em Psicologia Escolar e Presidente da Lacus Empresa Júnior de Psicologia. E-mail: livia.corralr@gmail.com.

⁴ Graduando em Psicologia pela Universidade do Vale do Sapucaí. Assessor Administrativo da Lacus Empresa Júnior de Psicologia.E-mail: Alexviniciusfasi@icloud.com.

⁵ Doutora em Psicologia na Universidade Federal de Santa Catarina, Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria (2020) na linha de Gestão Organizacional, com realização de mobilidade acadêmica por meio da AUGM na Universidad Nacional de Cuyo (2019). Graduada em Psicologia na Universidade Federal de Santa Maria (2017). Integrante do Grupo de Pesquisa Fator Humano e do Grupo de Pesquisa Trabalho, Organizações e Pessoas. E-mail:mariajuliapgai@gmail.com.

ABSTRACT

Junior Enterprises (JEs) are non-profit organizations created and managed by undergraduate students who seek to carry out practices and services related to certain fields of activity, encouraging entrepreneurial practices or the development of entrepreneurial skills in higher education. In Psychology courses, this type of initiative is also observed in the university training space. Thus, the objective of this study is to identify and characterize Brazilian junior Psychology enterprises. Forty-seven Psychology JEs were identified from all macroregions of the country, of which forty-five are affiliated with Brasil Júnior, the regulating body of these companies. It is observed that most of these companies are part of public higher education institutions, and their activities are centered mostly on Organizational Psychology. Services aimed at professional qualification and recruitment & selection are present in 97.85% and 91.3% of the companies found, respectively. Regarding the dissemination and marketing of these organizations, a predominant presence was observed on the social network Instagram (97.87%), followed by LinkedIn (91.49%) and Facebook (80.85%). Finally, it should be noted that the number of junior Psychology companies has been increasing over the last few decades, thus deserving attention and further studies in order to evaluate their configurations, contributions to society, and their impact on developing students.

Keywords: Junior Psychology Enterprises. Entrepreneurship. Professional Development.

INTRODUÇÃO

A ideia de empreendedorismo está diretamente ligada a aceitar riscos e iniciar algo novo (DORNELAS, 2016). Nesse contexto, deve-se destacar que é essencial avaliar de forma coesa os perigos e ameaças presentes nas tomadas de decisão ponderando a respeito dos possíveis resultados (GAI *et al.*, 2018). No campo da Psicologia, Gai, Costa e Fiaco (2019) ressaltam que a área da Psicologia Organizacional é um âmbito promissor ao empreendedorismo, tendo espaço para inovação, desenvolvimento de ferramentas e aprimoramento desta prática. Nesse contexto, a participação em empresas juniores demonstra-se como uma possibilidade para desenvolver habilidades relacionadas ao empreendedorismo durante a graduação, oferecendo experiências para além da área clínica em Psicologia (DE LIMA; DE OLIVEIRA; PESSOA, 2022).

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) no Brasil conta com 1.612 empresas juniores (EJs) federadas (PORTAL BRASIL JÚNIOR, 2023). As empresas juniores possuem alta relevância na comunidade externa, visto que a prestação de seus serviços tem como alvo pequenas e médias empresas. Na área da Psicologia, as EJs oferecem serviços de qualidade com um valor abaixo do mercado, agregando para o crescimento empresarial local (SANTOS, 2021).

De acordo com a Lei nº 13.267, essas organizações são formadas por alunos de cursos superiores em prol de uma associação civil, sem fins lucrativos, destinada à realização de serviços e projetos que tem como objetivo a formação de profissionais capacitados, através da vivência empresarial e da prática (BRASIL, 2016). Na trajetória de criar e implementar uma Empresa Júnior de Psicologia é necessário desenvolver habilidades como negociação, inovação, resiliência, empreendedorismo, elaboração e execução de projetos e documentos, além da criação de networking (SANTOS, 2021). As EJs na Psicologia, especialmente na área da Psicologia Organizacional e do Trabalho apresentam caráter político, pedagógico e educacional (PEIXOTO, 2014). No entanto, há uma lacuna na literatura a respeito da experiência de graduandos de Psicologia em EJs no Brasil (DE LIMA; DE OLIVEIRA; PESSOA, 2022).

A área do Trabalho e das Organizações abarcam parcela importante dos psicólogos no contexto brasileiro. De acordo com o Censo da Psicologia Brasileira de 2022, realizado pelo Conselho Federal de Psicologia, a partir da participação de 19.573 psicólogos, observou-se que destes, 17.176 atuam no campo da Psicologia, sendo que deles, a área da Psicologia

Organizacional e Trabalho (12,1%) apresenta-se como a quinta maior em relação ao número de profissionais atuantes. Na Psicologia Organizacional e do Trabalho são realizadas atividades como treinamento, desenvolvimento e educação corporativa e recrutamento e seleção (GUSSO et al., 2019).

Uma análise realizada por Cruz (2016) demonstra uma contextualização dos estágios em Psicologia realizado nas EJs, sintetizando em atividades como: processos de recrutamento e seleção, aprendizado e desenvolvimento (acompanhamento de membros, capacitação, *feedbacks*, desenvolvimento individual e de membros, entre outros), diagnóstico e gestão de clima organizacional, planejamento e desenvolvimento de carreira, avaliação de desempenho, ações em nível estratégico e rotinas de gestão de pessoas. Ou seja, são práticas que podem aproximar os estudantes da prática do dia a dia no mercado de trabalho. Por essa razão, de acordo com o autor, as experiências nas EJs podem auxiliar no autoconhecimento, nas crenças de autoeficácia, na aprendizagem teórico-prática e comportamental e no delineamento de objetivos de vida e carreira, visando sua concepção e implementação.

Apesar de serem evidenciados os benefícios desse tipo de iniciativa, ainda se trata de um tema pouco investigado do ponto de vista científico, já que existem poucas publicações referentes a esse assunto. Tendo isso em vista, evidencia-se que esse estudo é importante para o desenvolvimento da compreensão da abrangência das empresas juniores de Psicologia no Brasil, demonstrando sua amplitude em serviços e sua importância além de atuar como agente formativo para os graduandos, bem como para prestadora de serviços na comunidade. Destaca-se a contribuição do ponto de vista científico, visto que estudos sobre as empresas juniores de Psicologia demonstram ser escassos. A partir disso, o objetivo deste estudo é identificar e caracterizar as empresas juniores de Psicologia no Brasil.

MÉTODO

Por meio de uma pesquisa de natureza aplicada, caráter descritivo e exploratório - já que não são identificados outros estudos com essa finalidade - o estudo possui abordagem quantitativa (GIL, 2017). O objeto de pesquisa são empresas juniores de Psicologia do Brasil, tanto as que estão federadas à Brasil Júnior - instância representativa dessas organizações - como as que ainda não possuem a federação.

A pesquisa foi realizada com coleta a partir de dados secundários, advindos dos sites e páginas de redes sociais das empresas juniores de acesso público. A identificação das empresas juniores de Psicologia foi realizada no dia 15 de junho de 2023 por meio da Brasil Júnior que contempla a listagem de todas as empresas federadas (PORTAL BRASIL JÚNIOR, 2023). Também se utilizou outros mecanismos de buscas para identificação de outras empresas juniores que não estavam associadas à federação no momento do estudo por meio de pesquisas por meio dos descritores “Empresa Júnior de Psicologia”. As empresas juniores que contemplam serviços interdisciplinares, ou seja, oferecem serviços de Psicologia, mas também de outras áreas de atuação não foram incluídas.

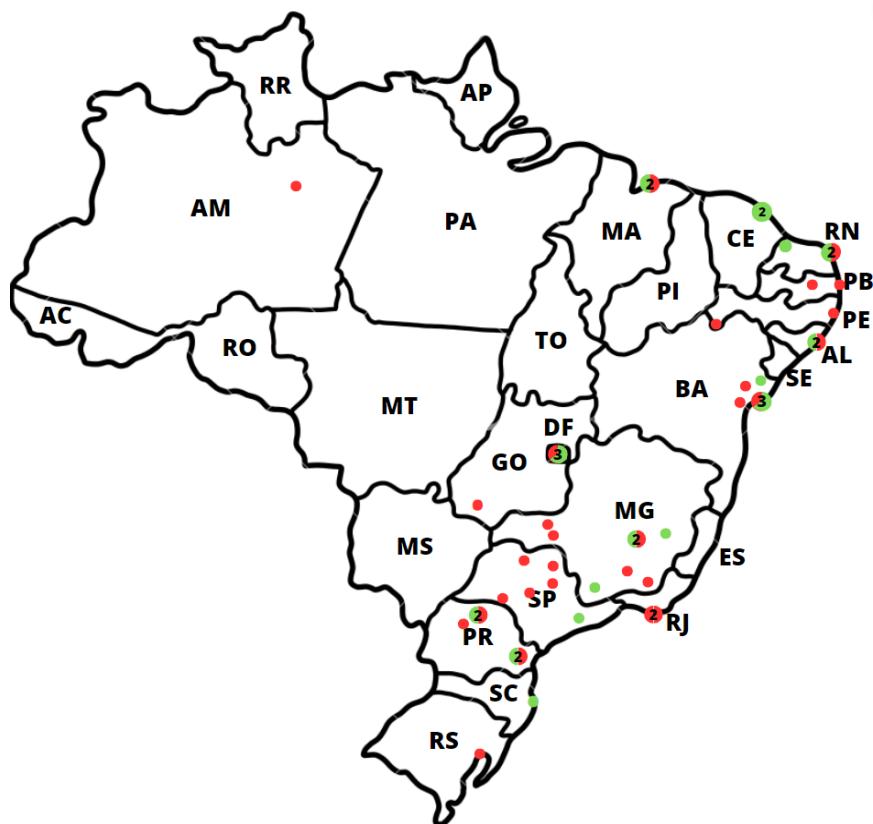
Dentre os dados referentes a cada EJ, identificou-se o ano da criação da empresa, se esta é associada à federação e, se sim, qual foi o ano de federação, o estado e região geográfica a qual pertence, a instituição de ensino superior à qual está vinculada e se esta é pública ou privada. Também observou-se a quantidade de membros que fazem parte da EJ, a organização dos membros em cargos, os serviços oferecidos e a presença nas mídias digitais. Os dados identificados foram organizados e a análise

foi executada por meio de estatística descritiva e tabelas de frequência com uso do Microsoft Excel.

RESULTADOS

A partir das pesquisas na plataforma Brasil Júnior e em outras ferramentas de pesquisa online, identificaram-se um total de 47 empresas juniores que contemplam os critérios de inclusão na pesquisa, já que se referem a empresas especificamente da área da Psicologia. Destas, 42 empresas foram incluídas a partir das buscas na plataforma da Brasil Júnior, enquanto outras 5 foram adicionadas à lista a partir de outras ferramentas de busca, já que são empresas que ainda não estão cadastradas na federação. Observou-se uma diversificação em relação às características geográficas e das instituições de ensino às quais essas empresas juniores estão vinculadas. A Figura 1 ilustra a disposição em termos geográficos dessas empresas no Brasil, em que os círculos vermelhos se referem a empresas juniores de instituições públicas de ensino superior, enquanto os círculos verdes se referem a instituições privadas.

Figura 1 - Empresas Juniores de Psicologia no Brasil

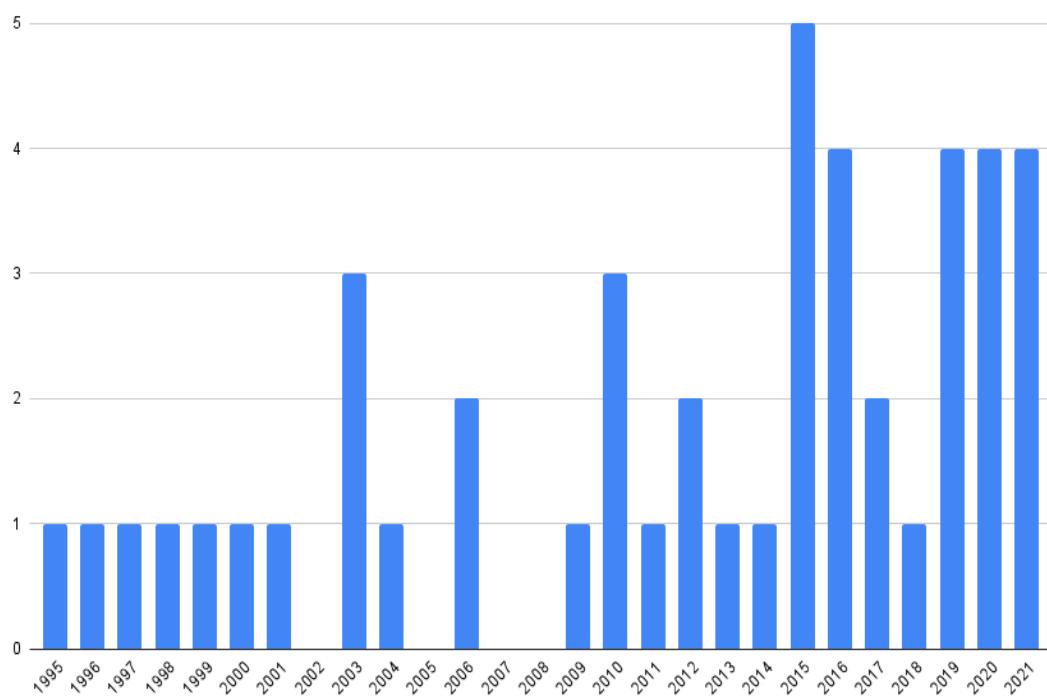


Fonte: dados da pesquisa (2023).

Com base na Figura 1, observou-se as diferentes concentrações e variações na distribuição geográfica ao se considerar a totalidade da extensão territorial brasileira. Em relação à distribuição nas regiões do Brasil, observou-se que 19 empresas juniores estão localizadas no nordeste, 16 no sudeste, 7 no sul, 4 no centro-oeste e 1 no norte do Brasil. Destas, 30 são de instituições públicas e 17 de instituições

privadas. Alguns estados possuem um número maior de empresas juniores de Psicologia, enquanto outros não possuem nenhuma. Além disso, alguns estados brasileiros possuem empresas juniores apenas de instituições privadas e outros apenas de instituições públicas. As 47 empresas juniores existentes no Brasil foram criadas em diferentes períodos, conforme exposto no Gráfico 1.

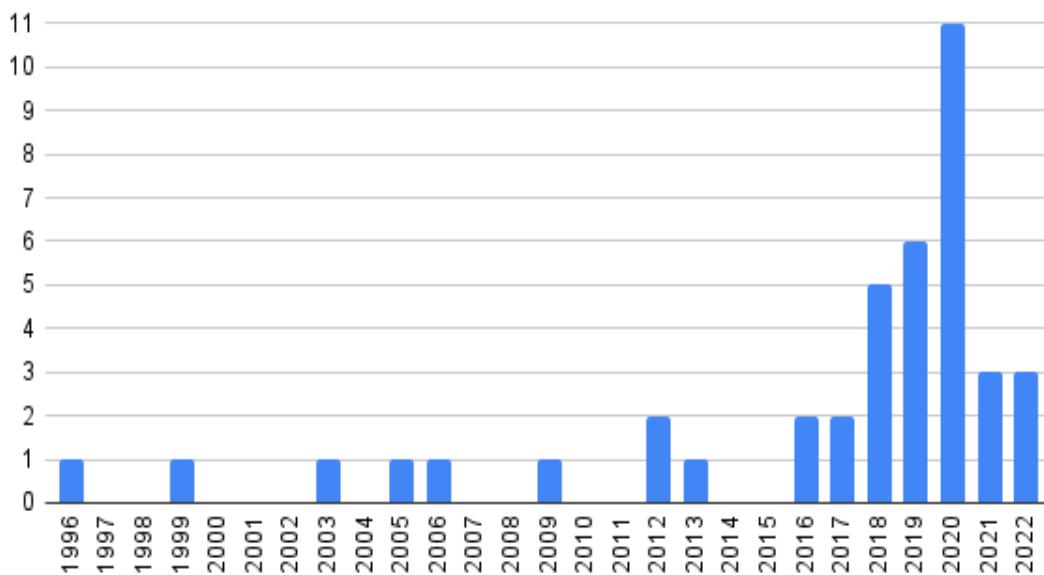
Gráfico 1 - Ano de criação das Empresas Juniores de Psicologia no Brasil



Fonte: dados da pesquisa (2023).

A primeira Empresa Júnior de Psicologia foi constituída no ano de 1995, desse momento em diante, observa-se a criação de uma nova EJ a cada ano até 2001. No ano de 2002 aparece sem nenhuma nova EJ, todavia, a partir de 2003, identificou-se uma oscilação no número de fundações de EJs de Psicologia, não extrapolando a quantidade de até três empresas. O ano de 2015 contempla o maior número de novas EJs, com cinco novas empresas. A partir de 2019 observa-se uma estabilização, que se mantém até o ano de 2021, todos com quatro novas empresas juniores. A partir de 2021, não se identificou o início de nenhuma outra EJ de Psicologia no país. Os dados apontam que nem todas as empresas instituídas são federadas à Brasil Júnior, órgão regulador das empresas juniores no país, sendo 42 federadas e 5 não federadas. O ano de federação das EJs apresenta oscilação, conforme apontado no Gráfico 2.

Gráfico 2 - Ano de federação das EJ na Brasil Júnior



Fonte: dados da pesquisa (2023).

Com base no Gráfico 2, observou-se que a partir de 2016 houve um aumento importante de empresas associadas à federação brasileira, com um pico no ano de 2020. A partir desse ano, houve uma redução do número de EJs federadas, que pode se relacionar com o número não tão acentuado de criação de novas empresas. Cabe observar que os dados do ano de 2023 apenas foram avaliados até o final do primeiro semestre, o que pode refletir no número inferior de empresas criadas e de federações.

Foram analisadas 47 empresas juniores de Psicologia, porém não foi possível encontrar dados sobre uma dessas, com isso as estimativas apresentadas na tabela a seguir utiliza-se com estimativa de 46 empresas juniores. Diante da análise dos dados foi possível observar a prevalência de atividades voltadas à psicologia organizacional.

Tabela 1 - Serviços oferecidos pelas empresas juniores de Psicologia

Serviços	Empresas que oferecem	%
Serviços Voltados a Qualificação de Profissionais	45	97,85%
Treinamentos	38	82,6%
Workshop	9	19,56%
Capacitação	8	17,39%
Palestras	5	10,87%
Cursos e minicursos	5	10,87%
Jornada de Formação	1	2,19%
Recrutamento e Seleção	42	91,3%
Pesquisa de Clima Organizacional	23	50%
Orientação Vocacional, Profissional ou de Carreira	20	43,47%
Análise e Descrição de Cargo	19	41,3%

Avaliação ou Gestão de Desempenho	15	32,6%
Consultorias	8	17,39%
Consultoria de Currículo	2	4,34%
Consultoria em Cultura Organizacional	1	2,19%
Consultoria em Diversidade e Inclusão	1	2,19%
Consultoria Empresarial	1	2,19%
Consultoria em RH Estratégico	1	2,19%
Assessoria em Recrutamento e Seleção	6	13,04%
Pesquisa de Cultura Organizacional	6	13,04%
Plano de Cargos, Salário e Carreira	5	10,87%

Fonte: dados da pesquisa (2023).

A Tabela 1 ilustra que apenas uma empresa não realiza nenhum “serviço voltado à qualificação profissional”, assim, mais de 97% das empresas promovem ao menos uma das seguintes atividades: Treinamentos, workshops, capacitações, palestras, jornada de formação, cursos e minicursos. Tal fato evidencia a preocupação das EJs em promover qualificações na promoção de conhecimento e desenvolvimento.

O serviço de recrutamento e seleção é executado por cerca de 91,3% das EJs. Essa atividade é definida como um processo pelo qual se faz a escolha dos candidatos de acordo com o perfil necessário para ocupar o cargo (GUIMARÃES; ARIEIRA, 2005). Destaca-se que uma parcela importante de EJs oferecem serviços voltados à pesquisa de clima organizacional ($n= 23$, 50%) e orientação vocacional e de carreira ($n=20$, 43,47%). Todavia, o plano de cargos, salários e carreiras aparece com a menor porcentagem com apenas 10,87% dessas instituições realizando esse tipo de atividade.

Tabela 2 - Presença das Empresas Juniores nas redes sociais

Redes Sociais	Quantidade	%
Instagram	47	
Sim	46	97,87%
Não	1	2,13%
Facebook	47	
Sim	38	80,85%
Não	09	19,15%
LinkedIn	47	
Sim	43	91,49%
Não	4	8,51%
Twitter	47	
Sim	13	27,66%
Não	34	72,34%
Site	47	
Sim	28	59,57%
Não	19	40,43%

Whatsapp	47	
Sim	28	59,57%
Não	19	40,43%
Email	47	
Sim	33	70,21%
Não	14	29,79%

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Observou-se que a presença das empresas juniores nas redes sociais é maior no Instagram com 97,87% de adesão, seguida do LinkedIn com 91,49% de uso, posteriormente, aparece o Facebook com 80,85% de utilização pelas EJs e o email com 70,21% dos usuários. Nesse sentido, destaca-se que as redes com menor utilização são o Twitter com 27,66% de perfis, o site com 59,57% de presença das empresas juniores na plataforma e o Whatsapp apresenta 59,57% de contas em fácil acesso para o público.

Contudo, evidencia-se que apenas a presença de perfis na internet não representa necessariamente sua utilização ativa como meio de marketing e captação de clientes, já que das 46 EJs que utilizam o Instagram, 5 não possuem publicações em 2023. O mesmo se dá para o Facebook: dos 38 perfis, apenas 15 apresentam-se ativos, com publicações em 2023. Em relação ao LinkedIn, 22 dessas redes se encontram com postagens neste mesmo ano. Por fim, destaca-se no Twitter que dentre os 13 usuários encontrados com conta ativa, todos estão sem postagens há pelo menos dois anos.

DISCUSSÃO

A primeira empresa júnior na América latina foi a Empresa Júnior Getúlio Vargas, criada em 1988 (EJFGV, 2023). Poucos anos depois, em 1995, foi criada a primeira empresa júnior de Psicologia, a Praxis Consultoria Jr. A partir de então o movimento empresa júnior foi se espalhando pelo país e em 2023 todas as regiões do país possuem ao menos uma Empresa Júnior de Psicologia.

De acordo com os dados obtidos, a região nordeste e a região sudeste concentram a maior quantidade de empresas juniores de Psicologia no Brasil. Nesse sentido, deve-se destacar que a região nordeste apresenta 30% das Universidades Federais do país (PEREIRA; BARROS, 2022). Consoante o Censo da Educação Superior do Inep (BRASIL, 2023), essa região aparece como a segunda localização com mais instituições de ensino superior, ficando atrás apenas da região sudeste (BRASIL, 2023).

A quantidade de empresas juniores de Psicologia provenientes de universidades públicas ($n=30$) é superior ao número de EJs de Psicologia de instituições privadas ($n=17$). As universidades públicas voltam-se para a produção de conhecimento resultante de pesquisas, enquanto no modelo de ensino superior privado predominante do Brasil, que visa o lucro, evita-se a contratação de professores doutores, afetando dessa forma, a inovação e a produtividade dos indivíduos (ALMEIDA, 2019), fatores que podem ser ligados a implantação de empresas juniores.

A Brasil Júnior no país é o ente regulador das empresas juniores no país. Com isso, tais empresas passam por um processo de federação, passando a fazer parte do Movimento Empresa Júnior. Nesse contexto, a presente pesquisa evidenciou que apenas 5 das 47 empresas juniores de Psicologia ativas encontradas não estão filiadas a esse movimento. Observa-se ainda que o número de EJs filiadas por ano sofre oscilação, bem como foi o ano de criação de cada uma, mostrando elevação em 2020, ano marcado pela pandemia de

COVID-19, que impôs inúmeras mudanças ao estilo de vida da população, restringindo o contato social e aumentando o uso de telas (MALTA *et al.*, 2020). Isso pode ter possibilitado maior contato dos empresários juniores junto a trabalhadores da Brasil Júnior, visto que as EJs tiveram que se adaptar ao contexto online, como outras atividades e profissões que adotaram o teletrabalho e *homeoffice* (ARAÚJO; LUA, 2021).

No que se refere ao marketing nesse modelo empresarial, com o avanço das redes sociais, a relação entre empresas e clientes deixa de estar atrelada ao modelo unilateral de comunicação, com pouca interação, comumente observado em televisões e mídias impressas, aderindo as mídias sociais, em que há diálogo e troca de informações entre clientes e empresas (SELLER; LAURINDO, 2018). Com efeito, um estudo de Aragão *et al.* (2016) demonstra que o Instagram pode ser visto como um canal direto para demonstração da pretensão de adquirir serviços ou produtos. Além disso, 69% dos participantes dessa pesquisa utilizam o Instagram pelo menos uma vez por dia e 11% até 3 vezes na semana. Nesse sentido, é possível constatar que o Instagram é um meio de comunicação muito popular (CAMPOS; COSTA, 2016). Majoritariamente as EJs utilizam o Instagram como seu método de divulgação. Além de que poucos perfis foram encontrados no Twitter para promoção de seus negócios e os encontrados estavam inativos, o que pode estar relacionado a função do Twitter como uma plataforma destinada a manter os usuários informados sobre o que está acontecendo e os assuntos que estão sendo falados no momento (TWITTER, 2023).

Outrossim, destaca-se que a presença do Whatsapp em fácil acesso e disponibilização ao público foi de 59,57% das empresas juniores demonstrando-se ainda ser incipiente, apontando assim uma possível dificuldade das empresas juniores em estabelecer contato de forma rápida e acessível. Em estudo realizado pela DataReportal (2023), que conta com relatórios digitais globais, sobre os dados digitais, demonstrou que no Brasil em janeiro de 2023, o Whatsapp aparece como principal mídia social com 93,4% de usuários com idades entre 14 e 64 anos, seguido do Instagram com 89,8% e do Facebook com 86,6% dos usuários, por sua vez o Twitter aparece na oitava posição com 47,7% dos indivíduos e o LinkedIn na décima posição com 36,5% dos sujeitos. Esse menor número de EJs com Whatsapp pode refletir a dificuldade em possuir um número fixo, visto que a participação nas EJs se dá por estudantes matriculados em uma instituição de ensino superior, logo, por um espaço de tempo delimitado (BRASIL, 2016), em um fluxo contínuo de participantes.

Consoante a isso, destaca-se que o índice de uso do LinkedIn observado nessa pesquisa (91,49%) pode estar relacionado a função do LinkedIn de conexão com outros profissionais, de busca e divulgação de vagas de trabalho sendo considerada a maior rede profissional do mundo (LINKEDIN, 2023) e ao fato de que as empresas juniores de Psicologia trabalham com serviços de recrutamento e seleção de pessoal.

A presença de mercado das empresas juniores de Psicologia está amplamente relacionada à área Organizacional tendo como trabalhos principais serviços voltados à qualificação profissional e o recrutamento e seleção. Nesse contexto, destaca-se que a Psicologia Organizacional ainda é um dos maiores campos de atuação do profissional, aparecendo em quinto lugar quanto à atuação dos psicólogos (CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA, 2022). Todavia, salienta-se que também há possibilidade de empreender em serviços e contribuições em outros setores, visto que os psicólogos também podem atuar na área da educação, no setor jurídico, no esporte, no trânsito, dentre outros (CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA, 1992).

CONCLUSÃO

Por meio desse estudo observa-se que ao longo das últimas décadas houve um significativo aumento no número de empresas juniores de Psicologia no Brasil, sendo que estas encontram-se em todas as regiões do país. Nesse sentido, destaca-se que as empresas juniores de Psicologia apresentam-se como importantes dispositivos para o empreendedorismo dentro das universidades, sendo ao mesmo tempo instrumento para a educação e profissionalização, contribuindo para uma formação empreendedora voltada à experiência prática e ao desenvolvimento de habilidades imprescindíveis ao mercado de trabalho em constante evolução.

Pode-se observar que grande parte dessas empresas são provenientes de instituições de ensino superior públicas e federadas pertencentes ao Movimento Empresa Júnior, representada pela Brasil Júnior. No que se refere aos serviços prestados por essas empresas merece destaque a área Organizacional que perpassa o trabalho desenvolvido nessas organizações, contudo, salienta-se que a Psicologia apresenta-se como um amplo campo de possibilidades de atuação que merecem ser melhor investigadas a respeito da possibilidade de empreender. Tais empresas apresentam marcante presença nas redes sociais, evidenciando assim grande empenho na constituição da imagem da empresa e divulgação de seus serviços.

Como limitações do estudo, observa-se que empresas juniores que oferecem serviços de Psicologia mas também de outras áreas de atuação não foram incluídas. Logo, é possível que sejam observados outros tipos de serviços além dos descritos ao se considerar empresas com atuação mais abrangente. Além disso, não foi possível encontrar informações recentes (nos três últimos anos) a respeito de quatro empresas juniores de Psicologia, levando a hipótese de que estas possam ter encerrado suas atividades, não sendo assim abrangidas neste estudo.

Por fim, é válido salientar que a não federação de empresas juniores é um fator que dificulta a localização dessas organizações, uma vez que, o Portal Brasil Júnior sistematiza a informação de EJs. Sendo assim, é possível que outras empresas juniores de Psicologia possam não ter sido encontradas durante a busca nos canais de pesquisa para esse estudo. Como sugestões para estudos futuros, indica-se o aprofundamento das pesquisas empíricas sobre empresas juniores de Psicologia a fim de compreender quais os aprendizados e potencializadores de desenvolvimento durante o período da graduação propiciados por esse tipo de iniciativa.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Wilson Mesquita de. About the end of free public Higher Education in Brazil. **Cadernos de Pesquisa**, v. 49, p. 10-27, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/198053146494>. Acesso em: 13 dez. 2023.

ARAGÃO, Fernanda Bôto Paz; FARIAS, Fabiola Gomes; MOTA, Márcio de Oliveira; FREITAS, Ana Augusta Ferreira de. Curtiu, comentou, comprou. A mídia social digital Instagram e o consumo. **Revista Ciências Administrativas**, v. 22, n. 1, p. 130-161, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/2317-6369000030720>. Acesso em: 22 out. 2023.

ARAÚJO, Tânia Maria de; LUA, Iracema. O trabalho mudou-se para casa: trabalho remoto no contexto da pandemia de COVID-19. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, v. 46, p. e27, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/2317-6369000030720>. Acesso em: 11 nov. 2023.

BRASIL. **Lei n. 13.267**, de 06 de abril de 2016. Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior. Brasília, DF: Presidência da República, 2016. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13267.htm. Acesso em: 10 jun. 2023

BRASIL. Ministério da Educação. **Censo da Educação Superior 2022**. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2023. Disponível em:

https://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2022/apresentacao_censo_da_educacao_superior_2022.pdf. Acesso em: 13 dez. 2023

CAMPOS, Gabriela Enes; COSTA, Helen. Caracterização dos perfis comerciais na rede social Instagram. In: Anais do V Brazilian Workshop on Social Network Analysis and Mining. **Anais** [...] Porto Alegre: SBC, p. 55-66, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5753/brasnam.2016.6443>. Acesso em: 22 out. 2023.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Atribuições profissionais do psicólogo no Brasil**. Conselho Federal de Psicologia, 1992. Disponível em: https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/08/atr_prof_psicologo.pdf. Acesso em: 19/12/2023.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Quem faz a Psicologia brasileira?** : um olhar sobre o presente para construir o futuro : formação e inserção no mundo do trabalho : vol. II : condições de trabalho, fazeres profissionais e engajamento social. Conselho Federal de Psicologia, 1 ed. Brasília : CFP, p. 288, 2022. Disponível em: https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2022/12/Censo_psicologia_Vol2.pdf. Acesso em: 19/12/2023.

CRUZ, Karla de Oliveira. **Estágio em empresa júnior e carreiras de estudantes de Psicologia:** das práticas do psicólogo às expectativas para o futuro profissional. 2016. Dissertação (Mestrado em Psicologia), Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

DATAREPORTAL. **Digital Report 2023: Brazil**. 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 22 out. 2023

DE LIMA, Juliana Ribeiro; DE OLIVEIRA, Valéria Marques; PESSOA, Yldry Souza Ramos Queiroz. Empresa júnior, seus desafios e contribuições para a formação profissional: autonarrativa de uma graduanda de psicologia. **Revista Valore**, v. 7, p. 7001, 2022. Disponível em: <https://revistavalore.emnuvens.com.br/valore/article/view/1150/864>. Acesso em: 10 jun. 2023.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

EJFGV. **Sobre Nós**. Empresa Júnior FGV. 2023. Disponível em: <https://ejfgv.com/sobre-nos/>. Acesso em: 14 dez. 2023

GAI, Maria Julia Pegoraro; COSTA, Vânia Medianeira Flores; FIALHO, Camila Borges; MARZALL, Luciana Fighera. Psicólogas empreendedoras. **Revista de Psicologia da UNESP**, v. 17, n. 2, p. 62-78, 2018. Disponível em: <https://mail.revpsico-unesp.org/index.php/revista/article/view/288/291>. Acesso em: 13 mar. 2023

GAI, Maria Julia Pegoraro; COSTA, Vânia Medianeira Flores; FIALHO, Camila Borges. Psicólogas empreendedoras: diferenciais das consultoras em Psicologia do trabalho e das organizações. **Caribeña de Ciencias Sociales**, 2019. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/psicologas-empreendedoras.html>. Acesso em: 13 mar. 2023.

GUIMARÃES, Marilda Ferreira; ARIEIRA, Jailson de Oliveira. O processo de recrutamento e seleção como uma ferramenta de gestão. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**, v. 6, n. 2, 2005. Disponível em: <https://gruporh.blogspot.com/2010/11/o-processo-de-recrutamento-e-selecao.html>. Acesso em: 11 nov 2023

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed., São Paulo: Atlas, 2017.

GUSSO, Helder Lima; ALVARENGA, Alexandre da Silva; NUNES, Priscila Pereira; NUNES, Maiana Farias Oliveira; LUCA, Gabriel Gomes De; OLIVEIRA, Manoela Ziebell de. Psicologia Organizacional e do Trabalho no Sul do Brasil: Características dos profissionais, da atuação e dos contextos de trabalho. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, 2019. Disponível em: https://meriva.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/16136/2/Psicologia_Organizacional_e_do_Trabalho_no_Sul_do_Brasil_Caracteristicas_dos_profissionais_da_atuacao_e_dos_contextos.pdf. Acesso em: 10 jun. 2023.

LINKEDIN. **Sobre o LinkedIn**. 2023. Disponível em: https://about.linkedin.com/pt-br?trk=homepage-basic_directory_aboutUrl&lr=1. Acesso em 22 out. 2023

MALTA, Deborah Carvalho; SZWARCWALD, Célia Landmann; BARROS, Marilisa Berti de Azevedo; GOMES, Crizian Saar; MACHADO, Ísis Eloah; SOUZA JÚNIOR, Paulo Roberto Borges de; ROMERO, Dalia Elena; LIMA, Margareth Guimaraes; DAMACENA, Giseli Nogueira; PINA, Maria de Fátima; FREITAS, Maria Imaculada de Fátima; WERNECK, André Oliveira; SILVA, Danilo Rodrigues Pereira da; AZEVEDO, Luiz Otávio; GRACIE, Renata. The COVID-19 Pandemic and changes in adult Brazilian lifestyles: a cross-sectional study, 2020.

Epidemiologia e Serviços de Saúde, v. 29, p. e2020407, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1679-4974202000400026>. Acesso em: 10 dez. 2023.

PEREIRA, Monica Aparecida Tomé; BARROS, Lucivando Costa. Expansão das universidades federais na região nordeste a partir dos anos 2000: um olhar para os pequenos e médios municípios. In: VIII Encontro de Pesquisa Educacional em Pernambuco, 2022, Campina Grande. **Anais** [...] Campina Grande: Realize Editor, 2022. <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/83464>. Acesso em: 14/12/2023

PEIXOTO, Adriano de Lemos Alves. Empresas juniores de Psicologia: capacitar, desenvolver e transformar. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 14, n. 4, p. 464-474, 2014. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572014000400012&lng=pt&tlng=pt. Acesso em: 15 out. 2023

PORTAL BRASIL JÚNIOR. **Dados da rede**. 2023. Disponível em: <https://portal.brasiljunior.org.br/dados-da-rede>. Acesso em: 15 jun. 2023

SANTOS, Melissa Teles. **Consulpsi**: relato de experiência da implantação de uma empresa júnior de Psicologia.2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/32128>. Acesso em: 14 dez. 2023

SELLER, Michel Lens; LAURINDO, Fernando José Barbin. Comunidade de marca ou boca a boca eletrônico: qual o objetivo da presença de empresas em mídias sociais?. **Gestão & Produção**, v. 25, p. 191-203, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0104-530X2244-16>. Acesso em: 22 out. 2023

TWITTER. **Sobre**. 2023. Disponível em: <https://about.twitter.com/pt>. Acesso em: 22 out. 2023

Data da submissão: 08/07/2024

Data da aprovação: 26/09/2024