

SOCIALIZAÇÃO DOS NOVOS ENTRANTES NA EMPRESA JÚNIOR ADECON: LEVANTAMENTO E ANÁLISE NA GESTÃO 2013-2014

Flávia Oliveira PEREIRA (G-UEM)
Amanda Aparecida Fonseca CARDOSO (G-UEM)
Gláucia de Souza MUNHOZ (Universidade Estadual de Maringá-UEM)

RESUMO

O presente artigo é resultado de uma pesquisa de iniciação científica que buscou levantar e analisar os fatores e critérios que levaram os estudantes a participarem e serem aprovados no processo seletivo em 2013 e em 2014, da Empresa Júnior ADECON, bem como, teve como intuito descrever e analisar o processo de socialização dos novos entrantes, de 2013 e 2014. A socialização define-se pela maneira em que a organização integra seus novos membros a cultura organizacional, para que estes possam se comportar, pensar e agir de maneira alinhada às expectativas da organização (CHIAVENATO, 2010). Após o processo seletivo, aprovação dos candidatos e formalização da admissão destes na Empresa Júnior de Consultoria ADECON, inicia-se o processo denominado *trainee* que é o período em que os novos entrantes passam por treinamentos e capacitações que tem duração de 15 semanas ao todo. Essa pesquisa é qualitativa de caráter exploratório e descritivo, realizada por meio de levantamento documental, entrevista semi-estruturada, aplicação de questionário estruturado junto a membros egressos e atuais da organização e, observação não participante no processo seletivo e de socialização e, 2014. Restou evidente que a referida empresa júnior, por meio das suas práticas de socialização e ao se utilizar de ambientes formais e informais, tanto em eventos internos como externos da organização, conseguiu unir o aprendizado, o comprometimento e a transmissão da cultura organizacional.

Palavras-chave: Socialização. Empresa Júnior. Novos entrantes.

1 CULTURA E SOCIALIZAÇÃO ORGANIZACIONAL

A socialização define-se pela maneira em que a organização integra seus novos membros a cultura organizacional, para que estes possam se comportar, pensar e agir de maneira alinhada às expectativas da organização (CHIAVENATO, 2010).

Cultura organizacional ou corporativa, segundo Chiavenato (2010), é estabelecida por normas, valores, atitudes e expectativas, formando-se hábitos e crenças, que são compartilhados por todos os membros de uma organização e é ela que faz as organizações se diferenciarem. É esta a essência de pensar e agir de seus membros, que serão refletidos para

seus clientes, funcionários e negócios, fazendo com que a cultura e a realidade da organização sejam percebidas e refletidas por todos os seus *stakeholders*.

Schein (2009) salienta que a cultura organizacional pode ser classificada em níveis, isto é, o grau em que o fenômeno é visto pelo observador, e que entre esses níveis, existem crenças, valores, normas e regras de comportamento que os membros retratam a si e transmitem aos outros. Assim, o autor classifica três níveis que englobam os componentes da cultura: artefatos, valores expostos e suposições básicas. Os artefatos são as estruturas e os processos organizacionais, é o nível mais superficial e perceptível. O segundo nível são as estratégias, metas e filosofias da organização, isto é, referente aos valores expostos para as pessoas, que são compartilhados e movem as pessoas a agirem de acordo com eles, são a razão de seus comportamentos, o qual é um nível mais difícil de ser observado diretamente. Por fim, as crenças e valores constituem o terceiro nível, baseado nas crenças, percepções, pensamentos e sentimentos, sendo o nível mais íntimo e profundo de uma cultura organizacional.

Para Robbins (2005), a cultura se inicia nas organizações através de seus fundadores, uma vez que eles já têm o ideal de como querem que sua organização seja, e é transmitida e mantida com a contratação dos funcionários que possuem o mesmo ideal que os fundadores; com a integração e socialização dos novos funcionários e, pelo comportamento dos fundadores que ratificam a internalização dos valores e costumes. Assim, para manter uma cultura forte dentro da organização, o autor destaca que existem, entre outros, práticas que reforçam a manutenção da mesma, desde o processo seletivo, na socialização dos novos entrantes, como no estilo de atuação dos gestores.

A socialização, para Berger e Luckmann (1983), pode ser dividida em primária e secundária, pois o indivíduo não nasce membro de uma sociedade, mas sim, com a disposição de tornar membro dela. O processo de socialização primária se inicia com o indivíduo na sua infância, o qual absorve uma perspectiva do mundo social através de seus responsáveis. Já, a socialização secundária ocorre quando o indivíduo, ao participar de outras instituições, adquire novas informações e conhecimentos que possibilitem a integração e permanência dos mesmos.

A importância da socialização organizacional é ressaltada por Robbins (2005), na medida em que, após o processo de contratação, os funcionários ainda não estão adaptados a cultura organizacional, sendo necessário que os mesmos se familiarizem a esta nova cultura. Para o autor, a socialização pode ser um processo de quatro etapas: pré-chegada, encontro, metamorfose e resultados. A primeira é o aprendizado que o indivíduo tem antes de ingressar na empresa; depois é quando o funcionário já está admitido e vê o que a organização é de fato; na sequência pode haver a metamorfose que é o processo em que as mudanças realmente acontecem; e por fim, os resultados que a fase da metamorfose gerou, sejam eles positivos ou negativos, isto é, o impacto sobre o desempenho e motivação do funcionário está totalmente ligado as etapas anteriores.

Desse modo, o processo se torna completo quando a metamorfose conclui-se e o novo membro se sente confortável com a organização em que está. Quando este processo é positivo, conseqüentemente o impacto é positivo sobre a produtividade, garante retenção e aumenta o comprometimento que o funcionário terá com a organização (ROBBINS 2005).

Para desenvolvimento desse processo, Van Maanen (1978, apud FLEURY, 2012, p. 45) enumera sete estratégias para o processo de socialização organizacional, podendo ser: *formal* e *informal*: relacionado ao grau de segregação e especificação do papel dos ingressantes; *individuais* e *coletivas*: quando o ingressante recebe acompanhamento individualizado voltado para os valores, levando a mudanças pessoais ou voltada para as regras coletivas do ambiente em que ele se encontra; *seqüenciais* ou *não seqüenciais*: sendo a primeira uma série de processos discretos e identificáveis, que o ingressante deve passar até ocupar uma posição ou exercer um papel na organização, ou ele pode passar por um processo de estágios transitórios, não passando por todos os cargos verticalmente; *fixas* ou *variáveis*: processo pelo qual o

ingressante sabe exatamente seu tempo de transição de uma fase para outra, sendo a estratégia variável, quando os ingressantes não são notificados sobre o seu período de transição; *competição* ou *concurso*: pela maneira em que os ingressantes são segmentados por habilidades, ambições ou antecedentes, traçando diferenças entre superiores e subordinados, enquanto a de concurso evitam esta acentuada distinção, fazendo com que os canais de socialização sejam abertos e dependam das habilidades observadas e dos interesses declarados por todos; *séries* ou *isoladas*: quando os já participantes da organização preparam os novos ingressantes, em relação à cultura e para assumirem cargos, o que garante que a organização não mudará durante um longo período de tempo, e sendo a estratégia isolada, o ingressante não possui um exemplo das suas atividades e é deixado por conta própria para reunião de informações e atividades; e, *investidura* ou *despojamento*: quando a socialização ratifica e deixa visível as características já empossadas, enquanto no despojamento, destroem ou despojam as características dos mesmos.

Vale ressaltar que a maneira como os funcionários serão socializados dependerá tanto do resultado obtido no processo de seleção, na adequação entre os valores dos recém chegados com os da organização, bem como, da preferência dos dirigentes quanto aos métodos de socialização (ROBBINS, 2005). Assim, caso ocorram falhas na execução do processo de socialização, a organização poderá ter como consequência a rejeição, que poderá levar o funcionário a ser demitido da organização ou a voltar contra os objetivos da empresa (MARTINEZ, 2009).

2 EMPRESAS JUNIORES E A ADECON

Segundo a Brasil Junior ou Confederação Brasileira de Empresas Juniores (BRASIL, 2012), uma empresa junior é formada pelo conjunto de alunos matriculados em cursos de graduação em instituições de ensino superior, públicas ou privadas, com a finalidade de realizar projetos e serviços a fim de causar um impacto e desenvolver o local onde estas se encontram, com o intuito de desenvolver seus membros, para que se tornem profissionais mais capacitados e comprometidos com este mesmo objetivo, além de serem estimulados constantemente a ideias e ações empreendedoras. Por meio da vivência empresarial, estes alunos têm a oportunidade de realizar tarefas em micro e pequenas empresas e ou no terceiro setor, colocando em prática a teoria das áreas de atuação que os cursos de graduação as quais a empresa júnior é vinculada, com suporte e assistência dos professores dos devidos cursos participantes.

A Brasil Junior é o órgão nacional do Movimento Empresa Junior (MEJ), que visa dar suporte e potencializar as empresas juniores no Brasil, a fim de gerar mais resultados e mais significado para a rede. O MEJ aspira ser reconhecido por diversos setores da sociedade, devido a sua contribuição para o desenvolvimento do país, através do apoio e fomento de profissionais diferenciados (BRASIL, 2012).

A Empresa Júnior de Consultoria - ADECON surgiu em 1992 com uma aluna de Administração que trouxe esta iniciativa da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, se tornando a 1º Empresa Júnior na Universidade Estadual de Maringá. De início, a empresa era voltada apenas ao curso de Administração, mas logo se expandiu para os cursos de Ciências Contábeis e Ciências Econômicas. Ela tem o objetivo de complementar à formação dos alunos, onde uni a teoria aprendida em sala de aula com a prática em empresas de segundo e terceiro setor. Seu *core business* são as consultorias, voltadas para a administração estratégica, análise e estratégias de marketing, gerenciamento financeiro, gestão de pessoas, planejamento e controle de produção e plano de negócios. Mediante isso, seus membros se dividem nas áreas de comunicação, financeiro, negócios, projetos, gestão de pessoas e presidência (ADECON, 2014).

Além das consultorias, a ADECON é responsável por diversos treinamentos, focados no desenvolvimento do público universitário em geral, eventos e cerimônias, com foco tanto no universitário como no setor corporativo. O mais relevante e conhecido trabalho da empresa junior é o Prêmio Top Of Mind, o qual acontece a cada dois anos e tem como propósito identificar e parabenizar as empresas mais lembradas e consumidas pela população da cidade, nos mais diversos segmentos, bem como deixar em evidência as empresas responsáveis pelas ações de marketing mais efetivas. Assim, o Top Of Mind se torna a maior pesquisa de opinião pública de Maringá e se tornou referência como indicador para as estratégias de comunicação e marketing das empresas, por considerar que as empresas mais lembradas são as responsáveis pelo desenvolvimento da cidade (ADECON, 2014).

A ADECON tem com a missão ser uma Empresa Júnior que proporciona diferencial na formação profissional por meio da gestão interna aliada à prestação de consultorias em gestão estratégica (ADECON, 2014). Nos últimos tempos, a Empresa Júnior foi reconhecida pelo elevado grau de satisfação de clientes e por realizarem projetos eficazes, fazendo com que recebessem vários prêmios como Melhor Empresa Júnior do Brasil, Melhor do Brasil nas categorias financeiro e projetos, Prêmio Cultura Empreendedora, entre outros.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa realizada é de caráter exploratório e descritivo, tendo sido realizada por meio de pesquisa documental sobre a referida empresa júnior e seus processos de seleção e socialização; pelas observações não participantes durante os processos de seleção e de socialização de 2014; entrevista com a vice-presidente de relacionamentos externos; e, aplicação de questionário estruturado junto a membros egressos e atuais para melhor compreender os processos de socialização organizacional. Assim, a população eleita para a coleta de dados envolveu 39 pessoas, ou seja, uma entrevista e 38 membros entre egressos e atuais.

Foram enviados 38 questionários para três grupos distintos de membros da ADECON com o intuito de investigar a percepção dos mesmos sobre as práticas de socialização. O primeiro grupo foi formado por seis membros que ingressaram na organização em 2013 e que se desligaram no mesmo ano, sendo três por iniciativa da empresa júnior e três por motivos pessoais. O segundo grupo foi composto pelos 15 ingressantes de 2013 que continuaram atuando na gestão de 2014, sendo que apenas seis membros retornaram o questionário respondido. O terceiro grupo foi formado pelos novos entrantes de 2014, em um total de 17 membros, com 14 respondentes. Desse modo, a amostra ficou constituída em 26 respondentes e uma entrevista.

A elaboração dos questionários teve como foco principal a avaliação das práticas de socialização organizacional. As perguntas em geral, foram direcionadas aos grupos com o objetivo de entender a percepção deles em relação ao processo seletivo que participaram, bem como, sobre as áreas que atuaram na organização, avaliação dos treinamentos e capacitações, identificação dos valores e a cultura vivenciada na empresa junior pesquisada.

Além das questões anteriores, para cada grupo de respondentes houve perguntas específicas, quais sejam: ao primeiro grupo, procurou-se saber a razão do desligamento da organização; ao segundo grupo, o porquê decidiram continuar, o que pretendiam ainda desenvolver e qual o plano de carreira deles; ao terceiro grupo, como está ocorrendo o processo de socialização e integração, se as expectativas que possuíam da organização estão sendo alcançadas e se possuem algum feedback ao processo seletivo de inserção aos novos membros.

Os questionários foram aplicados virtualmente por meio do aplicativo *Podio*, com a autorização e apoio da ADECON e com a opção de aplicação presencial para quem se interessasse.

Além da aplicação dos questionários, a empresa júnior proporcionou todo suporte à pesquisa. Foi realizada uma entrevista via *Skype* com a vice-presidente de Relacionamentos Externos, Paula Heiderich. A entrevista foi focada para obtenção do conhecimento organizacional da ADECON, sua história, cultura, missão, visão, valores, funcionamento do processo seletivo e sobre socialização dos novos membros que ingressarem na organização em 2013 e 2014.

Antes do processo seletivo de 2014, também foram acompanhados as formas de divulgação que a ADECON realizou. Elas aconteceram através de mídias *online* e divulgação em salas de aula com foco no seu público alvo, isto é, os graduandos dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas.

As pesquisadoras fizeram observações não participantes na segunda e terceira etapa do processo seletivo de 2014. A segunda etapa refere-se as dinâmicas de grupos, que ocorrem em um final de semana durante um dia inteiro, e tanto pela manhã como no período da tarde, os candidatos foram divididos em grupos de três a quatro integrantes. Esta etapa buscou identificar as competências e habilidades individuais, bem como, o comportamento e os resultados durante as atividades em equipe. A terceira etapa consta da realização de entrevistas individuais é voltada para os candidatos que foram aprovados na etapa anterior. As entrevistas foram conduzidas pelos diretores da ADECON, com a finalidade de investigar comportamentos e conhecimentos não observáveis nas etapas anteriores, como também, a oportunidade de sanar dúvidas específicas.

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 O PROCESSO SELETIVO DA ADECON EM 2013 E 2014

A vice-presidente de Relacionamentos Externos, Paula Heiderich salientou em entrevista, que o processo seletivo da ADECON de 2013 e 2014 foi realizado em parceria com a Empresa Júnior Integração de Psicologia, e que este foi baseado em três fases, ou seja: a prova escrita, que se propõe a verificar o conhecimento geral e motivação do candidato; as dinâmicas de grupo que, segundo a entrevistada, é parte mais importante do processo, uma vez que possibilita identificar e avaliar o que é necessário em cada candidato, em termos técnicos, de trabalho em equipe e comportamental; e as entrevistas que para a vice-presidente é o momento em que se obtém grande conhecimento dos candidatos e se busca o brilho nos olhos de cada um deles para participar da empresa. Segundo Paula, a cultura organizacional na Empresa Júnior se inicia com a escolha dos membros alinhados com a organização. Para ela, os membros escolhidos têm que ter muita vontade de querer participar, pois todo o trabalho é voluntário. A entrevistada também ressalta que para o planejamento do processo seletivo, a diretoria analisa qual o foco que se espera das pessoas para o ano e escolhem três competências para a busca dos candidatos, as quais em 2014 foram flexibilidade, profissionalismo e trabalho em equipe.

Quanto a coleta dos dados por meio dos questionários, percebeu-se que os membros de 2013, tanto os que foram desligados, quanto os que ainda permanecem na organização, em um total de 12 respondentes, afirmaram que o processo seletivo fora muito dinâmico. Notaram que a organização priorizava o trabalho em grupo, pelo fato de fornecerem muitas atividades deste cunho durante todo o processo, assim, identificaram esta característica da organização logo na fase seletiva, o que se reafirmou depois que adentraram na organização. Além disto, eles acharam tudo muito profissional e completo, passando o sentimento de quão importante era o

processo. Destacaram o fato dos avaliadores analisarem muitos aspectos dos candidatos desde pontos fortes e de melhoria, se possuíam os valores da organização ou se possuíam algum conhecimento técnico. Este processo fez com que os candidatos obtivessem autoconhecimento e se auto-avaliassem também, já que para muitos, foi o primeiro contato com um processo seletivo.

Diante das respostas dos ingressantes de 2014, todos elogiaram o processo afirmando que foi completo dinâmico e intenso, fazendo com que os candidatos refletissem muito sobre o propósito e identificação dos seus pontos fortes e fracos. Tal percepção é apresentada pela respondente R5 quando menciona ãnão achei que um processo seletivo da forma que foi o da ADECON pudesse fazer com que fosse (*sic*) mais um passo para o meu crescimento pessoal. Além características de completude, dinamicidade e intensidade, o processo foi apontado como muito bem estruturado e organizado, considerando as respostas posteriores nas quais os membros informaram que a ADECON atua com organização e profissionalismo que são vistos no seu dia-a-dia, e que tem trazido resultados, conforme o respondente R2 que afirmou ãAcredito que por meio das três etapas, a ADECON conseguiu selecionar os candidatos que estavam mais bem alinhados a cultura da empresa.

4.2 O PROCESSO DE SOCIALIZAÇÃO NA ADECON EM 2013 E 2014

Após o processo seletivo, aprovação dos candidatos e formalização da admissão destes na Empresa Júnior de Consultoria ADECON, inicia-se o processo denominado *trainee* que é o período em que os novos entrantes passam por treinamentos e capacitações. Este período é dividido em duas fases, sendo a primeira de dez semanas, em que há a transmissão de informações sobre a ADECON, e também a realização de novas dinâmicas, apresentações e momentos informais de integração, tudo destinado a demonstrar a cultura da empresa aos novos membros, para que eles se familiarizem. A segunda fase é composta de cinco semanas, em que os novos entrantes são alocados nas áreas de possível atuação onde começam os treinamentos específicos em cada uma delas.

A partir dos dados coletados, foi possível verificar que as capacitações e treinamentos que todos os membros receberam nas primeiras dez semanas, foram muito semelhantes em 2013 e 2014. De acordo com os respondentes o processo de *trainee* tem importância significativa e, segundo eles, é totalmente relevante para entenderem mais a organização e se integrem com os membros. Contudo, apesar da importância percebida por todos, alguns respondentes ressaltaram que o fluxo de informações nesta fase é cansativo e monótono, como o respondente R6, ingressante em 2014, que salientou que ãdurante o período *trainee* tivemos muitos *workshops* e aulas de como funciona tudo dentro da empresa. O primeiro mês é bem cansativo, pois ficamos a tarde inteira sentados e ouvindo, porém não vejo outra maneira de passar todo o conteúdo, e acho essencial que todos tenham esse preparo antes de realizar qualquer tipo de trabalho dentro da empresa. Outro ponto salientado por alguns respondentes de 2013 e 2014, é que algumas capacitações se tornam repetitivas pelo fato de haverem pessoas que já conhecem as informações, por terem mais tempo de graduação, do que outras que acabaram de ingressar na universidade, haja vista que as vagas são abertas para todos os graduandos, independentemente, da série em que se encontra.

Com base nas estratégias do processo de socialização descritas por Van Maanen (1978, apud FLEURY, 2012), e a partir dos dados coletados, foi possível classificar as práticas de socialização adotadas pela ADECON como sendo um processo: *formal*, em que cada membro possui uma descrição de cargo e especificações de afazeres; *coletivo*, de forma que os ingressantes são inseridos fortemente na cultura da organização, por meio de palestras e capacitações, a fim de que estejam mais alinhados a cultura organizacional da empresa júnior; *seqüencial*, fazendo com que os membros sejam obrigados a passar por todas as etapas

necessárias, para que subam na escala hierárquica, de forma organizada e com visão do plano de carreira; *fixo* em que todos os membros da organização sabem exatamente quando cada etapa de desenvolvimento durará e quando ocorrerão as transições de papéis e cargos.

Além destas, a socialização na ADECON pode ser considerada em *série*, em que os membros antigos são responsáveis pela capacitação específica e geral dos novos integrantes, bem como, repassar toda a cultura organizacional para eles, garantindo que a organização não mudará drasticamente com o passar dos anos. Também, a socialização acontece por *competição*, pois assim que os ingressantes estão na organização, estes são distribuídos e alinhados conforme suas habilidades, ambições e antecedentes, a fim de estarem mais direcionados para a sua área foco e, por fim, o processo pode ser enquadrado como de *investidura*, no qual os ingressantes são ratificados quanto as suas habilidades e aptidões e são alinhadas outras características, para que estas sejam mais direcionadas para o que a organização necessita.

Ao fazer uma relação entre o processo de socialização e a retenção de membros, é possível inferir que a ADECON consegue gerenciar adequadamente tal processo frente aos seus membros, uma vez que, de acordo com a vice-presidente de Relacionamentos Externos, a retenção é quase total, pois com base anos anteriores, dos 15 a 20 membros que ingressam no ano, geralmente uma pessoa é desligada no período *trainee* por falha no processo seletivo. A média de desligamento é de três membros por ano devido a problemas com família, ao fato de não aceitarem *feedbacks* ou por serem descomprometidas com a organização. Através da pesquisa, foi percebido que um dos fatores principais que faz com que os membros se desliguem ou, sejam desligados, é o fato da ADECON não ser muito flexível com seus membros, como afirma a respondente R1 o fato que a ADECON precisa ser mais flexível com seus membros, ela é uma ótima EJ, porém não é fácil de trabalhar lá, tem que ter um perfil muito adequado ao que eles querem, poderiam ser mais abertos.

5 CONCLUSÕES

O processo de socialização da ADECON ocorre de acordo com as etapas citadas conforme mencionado por Robbins (2005), que se inicia com a pré-chegada, pois a convivência com os membros da organização em sala de aula e a divulgação das atividades ao público externo, faz com que o acadêmico que tenha interesse em fazer parte da organização, já possui, mesmo que superficialmente, um entendimento dos objetivos da ADECON e da forma de atuar na mesma, o qual tem motivado muitos acadêmicos a buscarem o ingresso na organização para o desenvolvimento profissional e pessoal. O início da socialização com a pré-chegada que ocorre concomitantemente com o processo de seleção dos novos membros, possibilita que os candidatos sejam os mais assertivos, e que tenham as expectativas, propósito e desejos em comum com a da organização.

A etapa do encontro dos novos entrantes ocorre quando eles são admitidos como *trainee* e a organização começa a mostrar de fato o que ela é e espera dos mesmos, percebendo a realidade da organização. Depois do encontro, os novos entrantes iniciam a etapa da metamorfose, que a partir dos treinamentos e capacitações que os *trainees* começam a receber, a organização vai moldando e construindo os comportamentos desejáveis a eles. Esta etapa foi percebida a partir das repostas dos novos entrantes de 2014, os quais estão em sua maioria se identificando com os valores da ADECON, ao citaram os valores que já começaram a ser internalizados neles. Este fator se torna prova que a metamorfose está ocorrendo diante dos membros.

Além da retenção é visível a produtividade dos membros em decorrência do processo de socialização. A média de produtividade da ADECON é dividida de acordo com os membros plenos e membros novos. Os membros plenos realizam por ano uma média de dois projetos, e

os novos, um projeto. O resultado da socialização diante da produtividade é que quando possuem projetos, os grupos interagem entre si para a entrega dos mesmos.

Sobre o processo de socialização dos novos entrantes, grande parte dos ingressantes de 2014 elogiou muito essa fase inicial. Ressaltaram que foram muito bem acolhidos pelos membros mais antigos, os quais foram muito abertos, receptivos e dispostos a integrar com cada um. A socialização aconteceu não somente nos treinamentos e capacitações que receberam no processo *trainee*, mas também nos momentos fora do trabalho, onde realizavam festas e encontros informais. Os novos entrantes relataram também que o processo de socialização foi natural e fácil, pois os membros veteranos faziam e fazem questão de ter um bom relacionamento para que a ADECON seja um lugar agradável de estar.

Também se constatou, a partir dos dados coletados, que o processo de socialização em 2013 e 2014, bem como a percepção dos novos entrantes foram semelhantes, na medida em que, desde o primeiro momento de ingresso na organização, eles já percebiam a união e o espírito de família, o que ajudou muito os novos membros a se sentirem mais confortáveis e confiantes. Durante o período *trainee* houveram muitas dinâmicas de autoconhecimento e grupais, o que fez com que a socialização entre os membros fosse mais natural até mesmo para aqueles que tinham mais dificuldade de se socializarem.

Restou evidente que a referida empresa júnior, por meio das suas práticas de socialização e ao se utilizar de ambientes formais e informais, tanto em eventos internos como externos da organização, conseguiu unir o aprendizado, o comprometimento e a transmissão da cultura organizacional.

6 REFERÊNCIAS

- ADECON Consultoria Empresarial ó UEM. 2014. Disponível em <www.adeconconsultoria.com.br>. Acesso em 14 ago 2014.
- BERGER, Peter L. e LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1983.
- BRASIL Júnior. **Conceito nacional de empresa júnior**. Confederação Nacional de Empresas Juniores, 2012.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- FLEURY, Maria Tereza Leme. O desvendar a cultura de uma organização ó uma discussão metodológica. In: FLEURY, Maria T. Leme e FISCHER, Rosa Maria (coord.). **Cultura e poder nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2012.
- MARTINEZ, V. P. R. et al. Diversidade e Socialização nas Organizações: a inclusão e permanência de pessoas com deficiência. **ANAIS**. Encontro da ANPAD, São Paulo, set. 2009.
- ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- SCHEIN, E. H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.