

O que é uma Empresa Júnior?

Empresa formada apenas por estudantes de graduação que prestam projetos para micro e pequenas empresas. Assim, por meio dessa vivência empresarial, adquirem competências fundamentais para um empreendedor.

Processo de fundação de uma Empresa Júnior



Lembrando que dentro de cada uma destas macro etapas, encontram-se micro etapas.

1. Definições iniciais do negócio



a. Formação de equipe

O primeiro passo é formar uma equipe forte, que compartilhe o mesmo desejo e esteja empenhada em transformá-lo em realidade. O número inicial recomendado de pessoas é 5, devido a dificuldade de acompanhamento e gerenciamento de ações individuais. Esse número foi pensado para que exista no mínimo uma pessoa responsável pela execução das atividades básicas em cada uma das 5 áreas da estrutura do modelo clássico (Presidência, Administrativo-financeiro, Marketing, Gestão de Pessoas e Projetos).

b. Benchmarkings

O conceito de *benchmarking* é definido como “O processo contínuo de comparar nossos produtos, serviços e práticas contra nossos mais duros concorrentes ou aquelas empresas conhecidas como líderes.” (CAMP, Robert. Benchmarking dos processos de negócios – Descobrendo e implementando melhores práticas). Ou seja, o que se espera nessa fase é que a equipe recém-criada procure algumas empresas juniores já existentes e busque conhecer um pouco mais sobre com é a realidade de uma EJ consolidada, levando em conta as práticas de gestão adotadas por ela e, principalmente, os projetos e serviços executados.

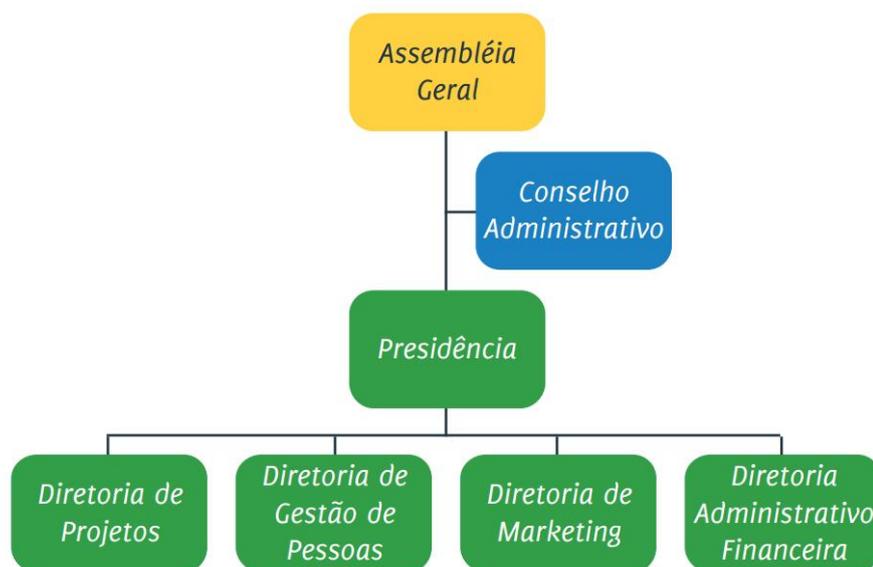
c. Definindo o negócio

A partir daqui, com a equipe já formada, pode-se começar a pensar como a empresa irá atuar no mercado e como irá se relacionar e entregar o valor para todas as partes interessadas. Para isso, sugere-se a ferramenta *Business Model Canvas* (BMC), que auxilia no desenvolvimento de Modelos de Negócios para qualquer tipo de organização.

d. Estrutura Interna

Depois de definir o Modelo de Negócios, é hora de começar a pensar como será a estrutura interna, de forma a possibilitar a melhor maneira de execução da proposta de valor. Independente do modelo adotado, é importante frisar a necessidade de se constar, formalmente, a estrutura os documentos oficiais tais como Regimento Interno e Estatuto.

Em um modelo “clássico”, a EJ adota a macroestrutura convencional dividida em quatro instâncias, além dos trainees: Assembleia Geral, Conselho, Diretoria Executiva e Membros. Vale lembrar que dentro de cada instância ainda há espaço para ramificações ou microestruturas.



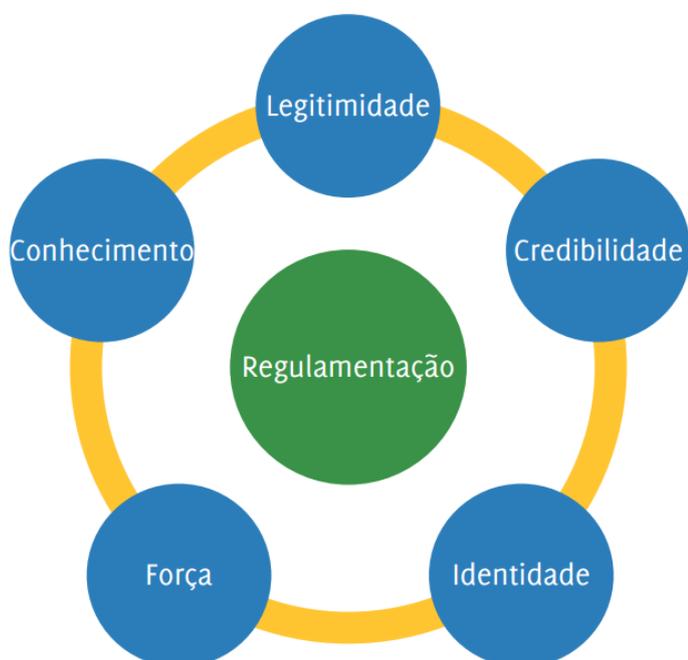
e. Relacionamento com a Instituição de Ensino Superior (IES)

A relação com a IES é extremamente importante para assegurar alguns fatores primordiais para a existência de uma EJ, fatores como: orientação de professores, estrutura física, reconhecimento da IES, entre outros aspectos. Por isso recomenda-se prestar atenção extra a esse relacionamento.

2. Regulamentação Jurídica

Também dividida em etapas, a regulamentação jurídica é extremamente importante para o desenvolvimento de gestão, de conhecimento do funcionamento

de uma empresa de verdade e da completude da experiência de estar numa empresa que realmente prepara para o futuro.



a. Legitimidade

A partir da adequação com os critérios anteriores, não se tem mais uma pessoa ou outra e sim uma empresa júnior – uma pessoa jurídica, uma associação, legítima e capaz de atuar frente a sociedade. A partir do momento que o acadêmico passa a integrar uma EJ, ele também torna-se a EJ, e esta possui legitimidade para agir no interesse dos acadêmicos dos cursos envolvidos em suas atividades. Sendo assim, com a regulamentação da empresa júnior, impede-se que outrem se associe ao mesmo curso para a mesma finalidade, de maneira que a EJ regulamentada é a representante legítima dos empresários juniores do curso de graduação da universidade a qual ela está relacionada.

b. Identidade

Esse aspecto é responsável pela possibilidade de chamarmos empresa júnior somente aquela que se enquadre em critérios pré-determinados. Impede-se, nesse sentido, que alguma outra entidade se autodesigne empresa júnior. Com regulamentação, pode-se saber sem hesitação que se é EJ não já finalidade lucrativa, há vinculação com uma instituição de ensino superior, há trabalho voluntário, etc.

c. Credibilidade

Para que existam consultorias, é necessário haver clientes, os quais dificilmente apostarão em um prestador de serviços que não possua

credibilidade, sendo que uma das principais maneiras de se adquirir a confiança do mercado é através de uma empresa regularmente regulamentada.

Ou seja, regulamentar é dar às pessoas uma razão a menos para duvidar da idoneidade de uma EJ.

d. Força

Uma EJ sem regulamentação adequada é frágil e pode se desfazer a qualquer momento, por depender excessivamente de uma ou outra pessoa e por não estar vinculada a uma federação, não possuir sede ou não poder pleitear auxílio da universidade, por exemplo.

A EJ regulamentada possui um estatuto demonstrando sua dinâmica de funcionamento, possui estrutura de gestão pensada para perpetuar no tempo. Possui a quem recorrer quando em dificuldades, podendo eventualmente negociar com bancos e requerer apoio da instituição de ensino superior a que esteja vinculada.

e. Conhecimento

Estar regulamentado é estar por dentro de mecanismos que servem a qualquer empresa, que servirão também à sua empresa caso você empreenda um novo negócio e também à empresa que você for trabalhar caso opte por esse caminho. Mesmo nos órgãos públicos o conhecimento dos mecanismos de regulamentação é valioso. Logo, a prática efetiva é um dos melhores meios de aprender.

3. Planejamentos (Estratégico e Financeiro)

O planejamento estratégico é um processo gerencial de grande importância dentro das empresas, já que um bom planejamento impulsiona a empresa na direção correta, auxiliando para que ela possa antecipar às ameaças e fazer um diagnóstico de oportunidades e melhorias. A execução do planejamento é responsável por criar na empresa uma base sólida para o seu crescimento, fazendo com que a empresa não só consiga atingir resultados maiores e melhores, como consiga consolidar esses resultados. Para uma EJ em estado inicial, o planejamento estratégico garante também consistência de ação.

Podemos, portanto, dividir também esse aspecto em algumas etapas,

a. Contexto atual

Antes de pensar em planos para o futuro, a empresa deve fazer uma análise de sua situação atual, definindo seu propósito (Missão), os meios e comportamentos desejados para se atingirem os objetivos (Valores), seus pontos fortes e fracos e as oportunidades e ameaças do ambiente externo à empresa (Análise SWOT).

b. Contexto desejado

Após toda a contextualização da empresa e definição das condições atuais, a empresa deve definir seu “objetivo maior” no horizonte planejado (Visão), e definir quais “objetivos menores” devem ser atingidos para que o maior seja alcançado (Objetivos estratégicos).

c. Implementação estratégica

Nesse aspecto entram os indicadores e metas, assim como as ações estratégicas.

Todos os indicadores devem possuir metas, para que seus resultados sejam gerenciados e analisados, buscando o alcance da visão da empresa. Para isso, sugere-se a adoção da metodologia SMART (acróstico para os termos em inglês: specific, measurable, achievable, relevant, time-bound), ou seja, metas traçadas para a empresa devem ser específicas, mensuráveis, atingíveis, relevantes e baseadas no tempo.

Para que a empresa atinja sua estratégia, consiga crescer e se desenvolver, é necessário que ela realize projetos internos, de maneira a estruturar ou aprimorar alguns processos, sempre alinhando com os objetivos traçados durante o planejamento estratégico.

d. Acompanhamento estratégico

Para facilitar o entendimento, esse aspecto também pode ser segmentado em quatro pontos: acompanhamento de projetos estratégicos; controle de indicadores; reunião de acompanhamento de análise; e revisão da estratégia.

A partir dos passos de controle já sugeridos, é importante agora que sejam definidos métodos de acompanhamento e análise, para que se possibilite uma visão geral do projeto e resultados que este proporcionou a empresa.

Sobre o controle de indicadores, independente de qual for a natureza, é imprescindível que se tenha uma periodicidade de coleta definida, pois essa comunicação estratégica garante o envolvimento dos membros.

O controle de indicadores sem o acompanhamento e análise de nada adianta. Portanto, paralelamente ao método de controle de indicadores, é essencial a criação de uma rotina de acompanhamento e análise com reuniões periódicas – sempre registrando as análises e saídas das reuniões em um relatório, juntamente com gráficos e resultados dos indicadores para que se possa gerir o conhecimento.

Com a revisão estratégica, busca-se analisar, anualmente, de forma profunda como um todo e pensar em possíveis melhorias pontuais que possam ser implementadas no ano seguinte. Essa revisão deve seguir as mesmas etapas de sua elaboração, abordando todos os pontos já citados. Sempre levando em conta tudo o que foi feito no ciclo estratégico anterior, para que novas metas e focos de crescimento

sejam traçados, mas também para o que foi criado se consolide e perdue.

O planejamento financeiro de uma organização é uma forma de desdobramento da estratégia por meio da alocação de recursos que, por serem limitados, devem ser distribuídos de modo que melhor possibilite a consolidação dos objetivos da EJ, considerando ainda a sustentabilidade a longo prazo. O planejamento financeiro abrange diversos pontos citados abaixo:

a. Projeção de entradas

Com base na capacidade operacional da EJ, deve-se projetar todas as entradas durante o ano, seja com projetos, contribuição de membros, venda de material promocional ou realização de eventos, por exemplo. Nessa etapa, é muito importante considerar a margem de lucro habitual dos serviços prestados pela EJ, uma vez que a expectativa de faturamento de um projeto é distinta da expectativa de lucro.

b. Projeção de saídas

Uma vez traçada a estratégia da empresa e desdobrada no plano operacional composto por projetos e processos, são delimitados os custos operacionais da EJ. Aqui são levantados gastos oriundos de projetos, internos ou externos, processos e investimentos que a EJ possa intencionar para o alcance direto de sua atividade fim.

Deve-se também considerar os custos administrativos da EJ, que correspondem aos gastos relativos à manutenção da estrutura da empresa, como, por exemplo, internet, telefone, taxa de manutenção da conta bancária, entre outros. Esse tipo de saída está diretamente ligada ao funcionamento regular da EJ.

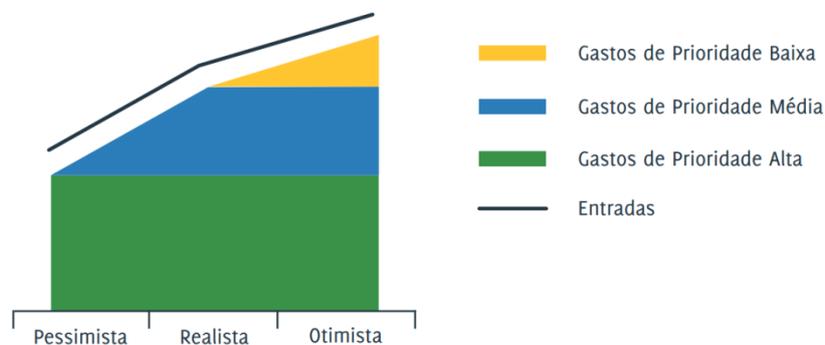
c. Cenários

É importante lembrar que o planejamento financeiro é pautado em projeções que podem ou não se concretizar no futuro. Logo, é interessante delimitar a probabilidade das entradas e a prioridade das saídas projetadas, caso o cenário da EJ não permita a concretização de todos os gastos.

Assim, as entradas que serão realizadas no decorrer do ano, tal como os projetos realizados por clientes finalizados, devem ser classificados como receita de probabilidade alta. As entradas com realização não tão certa, contudo, exige esforço regular da empresa para a sua realização e são classificadas como probabilidade baixa, enquanto as de difícil realização apresenta probabilidade média.

Em relação às saídas, uma vez que as possibilidades de investimento são limitadas pela receita da organização, indica-se que os gastos sejam priorizados conforme a necessidade da EJ.

Sendo assim, são formados os cenários pessimista, realista e otimista do planejamento financeiro, cuja formação genérica é a seguinte:



d. Projeção de Fluxo de Caixa

No ato de projeção das entradas e saídas, também devem ser projetados os meses de execução do gasto e realização das entradas para elaboração de previsão do fluxo de caixa.

e. Acompanhamento e controle

O acompanhamento e controle das movimentações é de extrema importância, pois, como já exposto, as projeções necessárias para a elaboração do planejamento financeiro podem ocorrer de diversas maneiras. Assim, os recursos podem ser alocados de forma mais proveitosa em revisões periódicas do planejamento financeiro.

Fonte: Brasil Junior (<http://brasiljunior.org.br/>)