

**Autoria:** André Guedes Maia\*

---

A UFMG CONSULTORIA JÚNIOR tem como missão “Ser uma incubadora de talentos. Através da vivência empresarial e da excelência em consultoria, contribuir para a formação de profissionais mais preparados e conscientes do seu papel social”. O case apresentado a seguir representa uma iniciativa que teve como finalidade alavancar os três pilares da nossa missão de uma única vez. Ademais, a iniciativa também buscou servir como publicidade para a marca da UCJ, contribuindo para o alcance da visão atual “Até 2017, seremos reconhecidos frente ao mercado e MEJ [Movimento Empresa Júnior] pelos nossos resultados junto ao cliente e formação de profissionais diferenciados”. A iniciativa consistiu na formação de uma parceria com uma empresa inglesa responsável por coordenar programas de empreendedorismo social em comunidades carentes ao redor do mundo. Contribuindo, assim para gerar micro revoluções locais.

---

## INTRODUÇÃO

Durante um diagnóstico sobre a situação da vivência da cultura empreendedora e da satisfação dos associados da UFMG CONSULTORIA JÚNIOR - UCJ com as iniciativas sociais até então realizadas pela organização, foi identificado o ponto de melhoria por meio do qual a iniciativa que dá nome ao case foi lançada.

As iniciativas sociais da UFMG CONSULTORIA JÚNIOR são majoritariamente focadas em ações assistencialistas e pouco representativas no desenvolvimento dos consultores por meio da vivência empresarial ou execução de projetos em consultoria. Dessa forma, deu-se início a um modo de desenvolver projetos sociais atrelados à proposta de cultura empreendedora do Movimento Empresa Júnior e que gerassem maior impacto social, fortalecendo a identidade cultural da empresa e a identificação dessa pelos seus membros.

Visto que a UCJ é do setor de gestão, bus-

camos um projeto no qual pudéssemos aplicar nosso conhecimento e gerar resultados sustentáveis, replicáveis e de impacto para alguma comunidade. Nesse cenário, foi concretizada uma parceria com uma empresa inglesa, denominada Balloon Ventures. Por meio da parceria, um membro poderia participar de um de seus programas sociais com desconto de metade do valor do programa. A outra metade seria custeada pela própria empresa júnior - EJ, de modo a proporcionar uma experiência única e gratuita para o membro participante. O objetivo era levar a cultura empreendedora para um país africano subdesenvolvido, Gana, e aplicar as técnicas de gestão utilizadas no Brasil em uma realidade socioeconômica onde esse conhecimento é escasso, gerando assim micro revoluções locais. Em contramão, esperávamos que o membro trouxesse a vivência e a cultura do país africano, novas formas de aplicação dos conhecimentos em nossos projetos e fomentasse a cultura empreendedora como uma identidade da empresa.

\*Estudante de Ciências Econômicas da FACE/UFMG

## DESENVOLVIMENTO

Com a chegada do membro em Gana, tínhamos então dois objetivos a serem atingidos: conseguir gerar resultados de alto impacto e que fossem sustentáveis e replicáveis para a comunidade local e conseguir demonstrar nossas ações e experiência para os stakeholders da empresa.

Tendo em vista o projeto social, trabalharíamos em equipes multiétnicas e de diferentes áreas de conhecimento, composta pelo membro da UCJ, por uma inglesa e um francês, que trabalhariam juntos em 5 projetos distintos. Nesse ponto, foi de extrema importância o conhecimento técnico advindo da vivência diária da empresa júnior, que permitiu a utilização de metodologias de Marketing, Estratégia e Finanças, portfólios trabalhados pela EJ, e dar um suporte mais completo aos empreendedores com os quais trabalhou.

O primeiro desafio apresentado era conseguir conciliar o tempo para todos os projetos, que deveriam conter desde a análise das ideias dos empreendedores, criação do Canvas, idealização e teste dos produtos e serviços oferecidos, análise da viabilidade econômica do projeto até a criação de um pitch que seria apresentado ao fim do segundo e último mês para uma banca de investidores. O segundo ponto era conseguir adequar todas as metodologias gerenciais para a realidade do país, que possui pouco ou nenhum banco de dados para pesquisa, uma forte competição devido à cópia de modelos de negócios e a própria cultura diferente que impacta nas relações de empresa e cliente.

Com o objetivo de levar o maior número de empreendedores para a banca de avaliação final, a equipe adotou como estratégia o desenvolvimento de MVP's (Minimum Viable Product) testes, diferenciando do modo de trabalho atual da EJ baseado, em sua maioria, em análises e teorias. Dessa forma, as análises e resultados finais eram comprovadas por meio de testes, criando produtos/serviços, vendendo, realizando grupos focais, recebendo feedbacks e voltando

à etapa de testes, até obter resultados significativos que gerassem alguma melhoria na empresa. Pensando também na necessidade de transmitir o máximo de conhecimento útil para que os empreendedores pudessem dar continuidade à sua empresa após o fim do projeto, foram realizados treinamentos para ensinar a organizar projeções, analisar o financeiro e a criar novas estratégias para atingir melhores resultados no futuro.

Em relação à visibilidade, mantivemos atualizações quinzenais em nossos meios de comunicação para demonstrar as atividades e o andamento dos nossos resultados, com postagens que chegaram a atingir 3,5 mil pessoas. Essa aparição ajudou a reforçar nossas práticas de Inbound Marketing que estavam sendo implementadas no momento, demonstrou aos membros a capacidade de inovação e impacto social da empresa, além de ter gerado futuras aparições na mídia, como no próprio Site da UFMG e em um jornal local, Diário do Comércio, garantindo com que atingíssemos tal objetivo.

## Resultados

Em média, temos que um projeto da UCJ dura 38 dias úteis, alocando 2 consultores exclusivos para tal projeto. Em Gana, conseguimos realizar 5 projetos no período de 25 dias úteis com a equipe de um membro da EJ e outros 2 participantes, além de gerar resultados proporcionalmente de alto impacto para os clientes, visto que o cenário é precário se compararmos com os clientes de pequeno e médio porte que atuamos rotineiramente no Brasil.

Ao final do programa os resultados alcançados pela equipe foram um sucesso, com 4 empreendedores sendo aprovados para a banca final e 3 sendo selecionados para receber aportes financeiros e alavancar seus empreendimentos. Dos empreendimentos trabalhados podemos destacar:

Empreendimento Innocents: Após testes e uma ideia inicial falha, começamos a estudar a viabilidade da

venda de óleo de coco. Em pouco tempo vimos a viabilidade financeira da ideia e os primeiros testes já demonstraram um retorno interessante. Saímos de uma margem de lucro unitária de aproximadamente R\$ 0,70 para R\$ 1,90 (considerando a mudança cambial de Ghana Cedi para Real) por meio de corte de custos marginais, e de uma produção de 10 unidades para 150 unidades por processo, além da grande maioria dos clientes terem se tornado retidos, ligavam solicitando por novas unidades. Com os resultados gerados e comprovados pelos testes, o empreendedor conseguiu R\$1.600,00 de investimento para compra de novos equipamentos e aumentou ainda mais a escala e reduziu custos. A renda pessoal que era nula hoje chega a aproximadamente R\$285,00 (valor superior ao salário mínimo local), dependendo da necessidade e do quanto o empreendedor quer produzir, possibilitando o pagamento da faculdade, dos custos de moradia e alimentação, o que permitiu uma melhoria da qualidade de vida da família do empreendedor.

Empreendimento Anastasia: Possuía uma loja de cosméticos que tinha faturamento próximo a R\$ 600,00 quando chegamos, o que gerava um lucro próximo do salário mínimo local. Atuamos em cima de duas soluções, buscando melhorar o que já era vendido pela loja e tentando evitar a forte concorrência local. Inicialmente, analisamos com uma matriz, volume por lucro, quais produtos deveriam ter um maior foco e reorganizamos as quantidades compradas quinzenalmente e a própria organização dos produtos nas prateleiras. Por fim, foi estudado a importação de produtos europeus para a revenda, sendo que os pedidos seriam realizados anteriormente pelos clientes, podendo realizar taxas de lucro por produto altíssimas, de quase 1000% se comparado aos produtos locais. Para tanto seria necessário uma maior publicidade e divulgação desses produtos que foram conseguidos com o investimento de R\$ 600,00 após a apresentação para a banca avaliadora. Atualmente, a receita média já gira em torno de R\$ 1.500,00, proporcionando um crescimento de 250%.

Além do impacto gerado aos empreendedores locais o programa possibilitou a renovação das iniciativas sócio empresariais da empresa. Com a parceria criada, será possível que um membro da UCJ vá para um programa da Balloon Ventures todo ano contribuindo com nosso conhecimento gerencial. Além disso, nos tornamos responsáveis pela seleção de participantes brasileiros no programa, permitindo tanto o crescimento da própria equipe que participará desse projeto interno de recrutamento, quanto gerando oportunidade de outros jovens estudantes e empresários juniores de participarem. Também surge como projeto a "importação" do programa para o Brasil, que terá a UCJ como um de seus parceiros e tem como previsão de início o ano de 2017, buscando a utilização dos conhecimentos gerenciais em regiões similares à Gana, como Vale do Mucuri e Vale do Jequitinhonha. Dessa forma, seria possível contribuir para a solução de problemas locais de pobreza, desemprego e, conseqüentemente, fome, educação e desigualdades.

Sobre os objetivos iniciais almejados, conseguimos demonstrar para os membros a capacidade de gerar impactos sociais e desenvolvê-los através de uma cultura empreendedora, fazendo com eles se identificassem e participassem mais desses projetos. Além disso, também conseguimos obter reconhecimento dos membros, da universidade (culminando no fechamento de um projeto) e dos stakeholders sobre a atuação social da empresa.

Como consequência, observamos um alto crescimento do número de inscritos para o processo seletivo de novos membros, batendo a meta de 98 e atingindo 131 inscritos, 29% superior ao mesmo período do ano anterior. O crescimento verificado tanto no ingresso de membros quanto na retenção dos membros da empresa nos permitiu que, para o ano de 2016, fosse realizado um planejamento financeiro projetando maiores receitas que o mesmo período do ano anterior, uma vez que uma maior equipe de consultores possui maior capacidade de execução de

projetos. Além disso, a iniciativa permitiu a divulgação da empresa em sites, jornais e mídias sociais, contribuindo para o fortalecimento da marca da UCJ e uma maior chegada de clientes em busca de serviços de consultoria.

Conclui-se então que a iniciativa que tinha como objetivo inicial fomentar a cultura empreendedora através da inovação dos projetos sociais da empresa apresentou resultados ainda mais abrangentes. Acreditamos que com este projeto nos aproximamos ainda mais da missão de "formar por meio da vivência empresarial empreendedores comprometidos e capazes de transformar o Brasil".