**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO (UFRRJ)**

**PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO (PROEXT)**

**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO (PROPPG)**

**PLANO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS DA EMPRESA JÚNIOR (NOME COMERCIAL)**

**Autores**

Nome completo (Professor orientador da EJ e co-orientador se houver)

Nome completo (Presidente da EJ)

Plano de atividades acadêmicas da Empresa Júnior (RAZÃO SOCIAL) ora denominada (NOME COMERCIAL) submetido a apreciação da Comissão de Avaliação e Acompanhamento das Empresas Júniores da UFRRJ.

Seropédica, RJ, XX de XXX de 20XX.

***Período de vigência do plano:*** *o presente plano deve prever as atividades acadêmicas da EJ considerando o período de 24 meses a partir da submissão.*

***Observação:*** *As informações em vermelho devem ser substituídas, conforme as particularidades da EJ, mantendo-se a letra na cor preto. Essa observação deverá ser removida antes da versão final do documento.*

**1. APRESENTAÇÃO** *(para todas as EJs)*

* Identificação da EJ: Nome da Empresa Júnior, campus e curso(s) envolvidos.
* Descrição institucional: natureza jurídica (Associação Civil sem fins lucrativos, conforme Lei 13.267/2016) e CNPJ (se houver).
* Registro da marca da EJ no INPI (deve ser solicitado a Agência de Inovação via formulário disponível em: https://institucional.ufrrj.br/nit/)
* Justificativa (para EJs em fase de constituição): breve relato da criação e evolução da EJ, mostrando sua importância para a formação prática dos estudantes e para a sociedade.
* Histórico (para EJs formalizadas (CNPJ) e federadas): sua história, dados evolutivos de desempenho da EJ, nicho de mercado que atua, status de relação com IES, estrutura física, parcerias institucionais existentes;

**2. BENCHMARKINGS** *(para EJs em fase de constituição)*

Conforme Albertin, Kohl e Elias (2016), benchmarking é um processo dedicado a mensurar e comparar o desempenho de uma organização em relação a um padrão de referência estabelecido. Na prática, trata-se de uma técnica de análise de mercado que permite observar e aprender boas práticas adotadas por empresas concorrentes, abarcando desde seus processos e metodologias até produtos e serviços que apresentam eficácia comprovada (SEBRAE).

Antes de começar a realizar benchmarkings com outras EJs é interessante contatar a equipe de Expansão da Rio Júnior, tanto para sanar algumas dúvidas que seu time possa ter e para que a Federação possa recomendar algumas EJs de cursos semelhantes ao da sua futura empresa júnior. Com isso você terá um direcionamento melhor sobre quais EJs podem te auxiliar mais nesta etapa.

Nesta etapa detalhem como o benchmarking foi realizado especificando informações como:

* descrevam quem foram as EJs pesquisadas;
* critérios que amparam o porquê da seleção destas EJs;
* como o benchmarking foi realizado;
* quando foi realizado (datas e período de duração);
* aprendizados gerados a partir do benchmarking;
* definições para a EJ.

**3. DEFININDO O NEGÓCIO** *(para EJs em fase de constituição)*

Seguindo a metodologia do Business Model Canvas (BMC) apresente o modelo de negócio da EJ.

### **4. ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO** *(para todas as EJs)*

* **Gestão e governança**: processo de eleição, instância consultiva (Conselho Administrativo), orientação (docentes e mentores).
* **Infraestrutura**: locais de trabalho (sede, laboratórios), equipamentos e recursos da UFRRJ utilizados ou a serem utilizados, quando aplicável.
* **Organograma e hierarquia**: presidente, diretorias.

### **5. OBJETIVOS DO NEGÓCIO** *(para todas as EJs)*

Neste item, deve ser apresentado o que a EJ pretende alcançar com o desenvolvimento de suas atividades. Recomenda-se levar em consideração a atuação imediata - relativa ao desenvolvimento do trabalho profissional a que se dispõe - e a atuação mediata que se manifesta naquilo que se pretende alcançar na formação dos discentes considerando ensino, pesquisa, extensão.

* **Objetivos imediatos** (primeiro ano): ex. desenvolver projetos de consultoria, iniciar capacitação interna, estabelecer parcerias externas.
* **Objetivos mediatos** (segundo ano): ex. realizar pesquisas aplicadas, desenvolver produtos/serviços inovadores, consolidar impacto social.

**6. FINALIDADES EDUCATIVAS E DIMENSÕES PEDAGÓGICAS** *(para todas as EJs)*

**6.1 Ensino**

* Define a relação entre disciplinas do PPC do(s) curso(s) de vínculo da EJ e as respectivas atividades (consultorias, treinamentos, workshops).

Exemplo de quadro:

|  |  |
| --- | --- |
| **Disciplina PPC** | **Atividade EJ** |
| Gestão de Projetos | Coordenação de projetos internos |
| Engenharia Econômica | Análise de viabilidade de clientes |

* 1. **Pesquisa**
* Abordagem Metodológica de Projetos: descreva aqui quais as metodologia de gestão dos projeto (tradicional, ágil ou híbrida) utilizadas pela EJ. Detalhe suas etapas principais, como planejamento, execução, monitoramento e controle, destacando ferramentas usadas na execução e acompanhamento das entregas.
* Incentivo à Iniciação Científica: apresente como a EJ estimula a participação de seus membros em eventos acadêmicos — como Semana Rural, Semana Nacional de Ciência e Tecnologia (SNCT) e RAIC/RAIDTEC — por meio da elaboração e submissão de pôsteres, artigos ou comunicações orais. Evidencie também programas de iniciação científica (PIBIC/PIBITI, TCCs, grupos de pesquisa), que a EJ participa caso houver.
* Suporte Teórico e Acadêmico: explique os mecanismos de apoio científico oferecidos aos estudantes. Exemplos: a) Sessões de mentoria com professores; Reuniões de acompanhamento do progresso das atividades executadas pela EJ.
  1. **Extensão**
* Indicar a qual área temática da Política Nacional de Extensão Universitária a EJ está vinculada. E até 03 (três) linhas de extensão descritas no Plano Nacional de Extensão (PNEXT) e na Resolução no 2 da PROEXT, de 18 de setembro de 2020;
* Descrição das atuais ou futuras parcerias (empresas, órgãos públicos, ONGs) que a EJ possui;
* Descrever o perfil do seu público-alvo e impacto gerado até o momento da submissão. Ex: descrição do perfil dos clientes que a EJ já atendeu nos últimos 2 anos; impactos dos serviços prestados nos clientes.
* Detalhe o portfólio de serviços/produtos que a EJ possui.
  1. **Inovação**

O termo inovação pode significar tanto uma atividade quanto o resultado da atividade. Segundo o Manual de Oslo (2018, p. 24):

* “Uma inovação é um produto ou processo novo ou aprimorado (ou uma combinação deles) que difere significativamente dos produtos ou processos anteriores da unidade e que foi disponibilizado aos usuários potenciais (produto) ou colocado em uso pela unidade (processo)”.
* “As atividades de inovação incluem todas as atividades de desenvolvimento, financeiras e comerciais realizadas por uma empresa com o objetivo de resultar em uma inovação para a empresa”.
* “Uma inovação empresarial é um produto ou processo empresarial novo ou aprimorado (ou uma combinação deles) que difere significativamente dos produtos ou processos empresariais anteriores da empresa e que foi introduzido no mercado ou colocado em uso pela empresa”.

Assim, quando aplicável, estimula-se as EJs a registrarem suas atividades inovativas, por exemplo: descrição de produtos ou serviços inovadores desenvolvidos pela EJ, desenvolvimento de protótipos tecnológicos como plataformas de inteligência artificial, realidade aumentada ou apps móveis que solucionem demandas reais de mercado; consultoria com foco em economia circular; gamification aplicada à aprendizagem ou empresas, criação de ferramentas e treinamentos lúdicos para engajamento acadêmico e corporativo; projetos de biotecnologia aplicada; entre outros.

**7. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA EJ** *(para EJs em atividade)*

* Missão: descreva a razão de ser da EJ de forma concisa e inspiradora.
* Visão: projete o que a EJ almeja ser em 2 anos.
* Valores: liste 3–6 princípios que norteiam decisões e comportamentos do time da EJ.
* Objetivos estratégicos: os objetivos devem decompor a missão em atividades que a EJ pretende desenvolver para atender às demandas sociais e econômicas de seu ambiente.
* Definição das estratégias: para cada objetivo estratégico, detalhe as ações para alcançá-lo.

**7.1 Metas comerciais de desempenho pretendidas** *(para 24 meses)*

* Defina metas SMART de desempenho.

**7.2 Estratégia de atuação da EJ para realização dos objetivos e metas apontados**

Explique como a EJ atuará para alcançar metas:

* Segmentação de clientes (microempresas, ONGs).
* Formatos (consultorias, workshops).
* Canais de comunicação (site, redes, parcerias com docentes).
* Metodologias (benchmarking, ágil) para garantir qualidade e inovação .

**8. ANÁLISE DE MERCADO E CONCORRÊNCIA** *(para EJs em atividade)*

* Pesquisa de mercado: quantifique demanda local, perfil dos clientes, preços praticados.
* Mapeamento da concorrência: identifique EJs da região, fornecedores e consultorias locais — seus serviços, preços, diferenciais.
* Use análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças) para posicionar a EJ estrategicamente.

**9. PLANO DE MARKETING** *(para EJs em atividade)*

Monte um cronograma mensal considerando o período de 24 meses que esteja alinhado ao planejamento estratégico:

* **Formato**: tabela com colunas “Período”, “Atividade” e “Responsável”.
* **Atividades principais**:
  + Planejamento estratégico (missão, objetivos) – 1º semestre.
  + Lançamento do plano de marketing – 2º semestre.
  + Projetos consultoria, eventos acadêmicos, workshops, feiras de inovação.
  + Leitura e execução de metas comerciais e de produção.
  + Avaliações semestrais para ajustes.

**Dica**: utilize ferramentas como **Gantt**, planilhas com alocação de tarefas, prazos e responsáveis, inspiradas nas arquiteturas de calendários de marketing

**10. CRONOGRAMA** *(para 24 meses) (para todas as EJs)*

**11. RELAÇÃO DOS MEMBROS DA EJ** *(para todas as EJs)*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOME COMPLETO** | **CPF** | **MATRÍCULA** | **TELEFONE** | **E-MAIL** | **CH SEMANAL DEDICADA A EJ** | **FUNÇÃO NA EJ** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |