

**BERGSON SILVA AMARILLA
DALTON ROBERTO MELO FRANCO
ROBERTO WOLF
ROOSEVELT ATALA GOMES**

**CENTRO INFORMAR
“CENTRO DE EDUCAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO”**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DO CONHECIMENTO
CAMPO GRANDE – MS
MARÇO DE 2003**

**BERGSON SILVA AMARILLA
DALTON ROBERTO MELO FRANCO
ROBERTO WOLF
ROOSEVELT ATALA GOMES**

**CENTRO INFORMAR
“CENTRO DE EDUCAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO”**

**Projeto de monografia, Curso de
pós-graduação Lato Sensu**

Orientador: Sérgio Luis

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DO CONHECIMENTO
CAMPO GRANDE – MS
MARÇO DE 2003**

CENTRO INFORMAR
“CENTRO DE EDUCAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO”

BERGSON SILVA AMARILLA
DALTON ROBERTO MELO FRANCO
ROBERTO WOLF
ROOSEVELT ATALA GOMES

PROJETO FINAL SUBMETIDO AO CORPO DOCENTE DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO COMO PARTE DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE ESPECIALISTA EM GESTÃO DO CONHECIMENTO E INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL

Aprovado por:

Membro da banca

Membro da banca

Membro da banca

CAMPO GRANDE, MS – BRASIL
MARÇO DE 2003

Dois loucos não sabiam que era
impossível realizar a tarefa, decidiram
então realizá-la.

Mark Twain

RESUMO

A economia mundial já convive com novos padrões nas relações de trabalho e produção, mas a maioria das instituições de ensino continua a funcionar segundo velhos paradigmas, que não preparam os jovens para os novos tempos. É preciso que as escolas e seus professores mudem a mentalidade e passem a estimular nos estudantes o espírito empreendedor, que leva a formar novas organizações de valor. O papel das escolas, como agentes formadores de opinião é imprescindível servindo de alavanca propulsora do pensamento criador do empreendedor, que povoa mentes e corações de muitos jovens no momento de decidir sobre o futuro. É na escola que se depositam os sonhos da juventude que poderão ser transformados em vitórias e conquistas, capazes de mudar a história de muitas vidas. Este trabalho tem por objetivo demonstrar a viabilidade de criação do Centro INFORMAR – Centro de Educação do empreendedorismo que propõe às escolas de ensino médio uma metodologia capaz de ensinar aos estudantes, como empreender, como elaborar planos de negócios e vivencia-los. Esta metodologia proporciona a geração de idéias para a construção de negócios e torna-se uma ferramenta indispensável para a nova escola, educadores e empreendedores.

Palavras-chave: empreendedorismo, metodologia.

ABSTRACT

World economy lives with new patterns under the work and production relations but a great number of schools keeps function beyond old paradigms and not prepares youth for new times. Playing the role as an important opinion agent builder, schools are the lever propeller to creative thinking which settles youth minds and hearts in the moment to decide about Future. Youth dreams are lodged in the school were can be transformed in conquests and victories capable to change life history. This work has the objective to demonstrate the viability to create an enterprise which offers to schools a new methodology capable to teach students how to undertake, how to do business plan and place it in action. This methodology provides thought creation for business construction, becoming an indispensable tool for the new school, teachers and entrepreneurs.

Keywords: entrepreneurship, methodology.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Mapa do capital intelectual necessário para o Centro Informar	55
Tabela 2. Mapa do capital intelectual existente.....	56
Tabela 3. Plano de desenvolvimento do capital intelectual existente no Centro Informar – ano 1.....	57
Tabela 4. Matriz de competências essenciais do corpo docente.....	58

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO I	
PLANO DE NEGÓCIOS DO CENTRO INFORMAR.....	12
CAPÍTULO II	
CONCEPÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	39
1.1 Descrição do Conjunto de Software do Projeto.....	42
1.2 Capacitação de Professores.....	43
1.3 Capacitação de Alunos.....	44
1.4 Plano de Negócios.....	44
1.5 Software Simulador de Mercado.....	46
1.6 Programa de gestão, avaliação e acompanhamento de resultados	47
CAPÍTULO III	
CARACTERÍSTICAS DO CONJUNTO DE SOFTWARE CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO	48
CAPÍTULO IV	
MAPEAMENTO DE COMPETÊNCIAS	53
CONCLUSÃO	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61

INTRODUÇÃO

O presente estudo é um projeto do tipo desenvolvimento de capital intelectual voltado para demonstrar a viabilidade da instalação de uma empresa de serviços educacionais em Mato Grosso do Sul.

Os serviços da empresa estão baseados em programa de desenvolvimento de metodologia de ensino do empreendedorismo com método apropriado e diferenciado para alunos de ensino médio com foco em escolas públicas e particulares.

Empreendedorismo tem sido muito debatido na área educacional e apresentado como uma das ferramentas que o sistema de ensino no Brasil possa utilizar para reverter o quadro de desemprego a longo prazo, estimulando estudantes e trabalhadores a gerir seu próprio negócio, ao invés de buscar colocação no mercado formal de trabalho.

Este projeto justifica-se em razão de não existir entre os brasileiros uma mentalidade consolidada voltada para a iniciativa própria de correr riscos e ser dono do próprio negócio. A economia, inclusive no Brasil, já convive com novos padrões nas relações de trabalho e produção, mas a maioria das instituições de ensino continua a funcionar segundo velhos paradigmas, que não preparam os jovens para os novos tempos. É preciso que as escolas e seus professores mudem a mentalidade e passem a estimular nos estudantes o espírito empreendedor.

O empreendedor é visto como motor da economia, o agente de inovação e mudanças, capaz de desencadear o crescimento econômico, portanto, é alguém capaz de tirar uma idéia do papel e transformá-la em um projeto gerador de divisas.

Nossa cultura tem disseminado ao longo de nossa existência que a atividade empresarial é marginal, de alto risco e, portanto, sem garantias de sucesso e, de outro lado, a sociedade sempre estimulou as pessoas a buscarem uma colocação no mercado formal de trabalho, como assalariados.

A nova ordem econômica mundial tem feito com que esses paradigmas sejam quebrados e tem exigido das pessoas uma nova postura frente aos desafios do desemprego, do aumento da miséria, das diferenças sociais e da oscilação constante no mercado econômico. Nesse sentido, o empreendedor é indutor de desenvolvimento que não se abala em momentos de crise e sabe aproveitá-la como mais uma oportunidade de negócio.

Além desses desafios, a sociedade contemporânea passa também por uma revolução que é a interação generalizada em que não há mais informação em mão única, mas infovias, que proporcionam um tráfego inimaginável de dados de conhecimento.

O acesso à informação é imprescindível para o desenvolvimento de um povo democrático. É, portanto, importante que os indivíduos saibam operar com novas tecnologias da informação e valer-se desta para resolver problemas, tomar iniciativas e se comunicar. E o suporte para estas ações é a utilização socializada do computador como prótese da inteligência e ferramentas de investigação, comunicação, construção, representação, verificação, análise, divulgação e produção do conhecimento.

Dentro deste novo contexto a tecnologia tem um papel fundamental na instituição escolar tornando o ensino interativo e integrando a sociedade. Isto porque vivemos numa realidade complexa e exigente, que impõe mudanças significativas na filosofia, métodos e técnicas de ensino.

Se a sociedade impõe mudanças no ensino, espera-se que a nova escola, ao final de todo ciclo letivo, garanta aos seus alunos: transferência de conhecimento, contato com a realidade, com a comunidade onde a escola está inserida e embasamento em situações com as quais o aluno não tem familiaridade no seu dia a dia.

Este novo comportamento da escola contribui para o desenvolvimento local porque oferece a seus alunos a oportunidade de se integrarem com o meio em que vivem de forma positiva buscando, através dos seus estudos, propor soluções e até uma nova leitura do seu habitat, do seu mundo cotidiano, provocando importantes revoluções dentro e fora da escola. Dessa forma há a real transferência e construção de conhecimentos.

“Transferir conhecimento é sair do quadro e assumir riscos”. Com essa afirmativa Perrenoud (2000, p. 59) supõe uma espécie de abertura à vida, ao acontecimento, ao insólito, ao desconhecido e ao inesperado, ao que não é desenvolvido, em geral, nem pelos estudantes universitários, nem pela formação dos

professores. Dentro desse contexto podemos introduzir a cultura empreendedora a qual é permeada pelo risco, pela inventividade criativa, acertos e erros.

Segundo Perrenoud (2000, p. 64) não há realmente transferência de conhecimento a não ser quando se consegue sair bem em uma situação, que constitui uma estréia, pelo menos para o aprendiz, uma surpresa, um problema inédito. Exercitar-se na transferência é habituar-se à novidade, mudando o formato dos exercícios tradicionais, transformando-os em situações-problema, onde os alunos busquem soluções.

Nesta nova visão de escola Perrenoud entende que seria importante que esta favorecesse uma relação mais pragmática e mesmo oportunista com o saber, mais autônomo, que autorizasse a ir além dos procedimentos conhecidos, a inventar, a assumir os riscos de pensar por si mesmo.

Isto significa que a moderna e diferenciada pedagogia deve oferecer instrumentos que permitam ao cidadão acesso ao conhecimento, domínio da tecnologia, pensamento crítico, aprendizagem permanente, capacidade de enfrentar situações novas, melhorias de sua qualidade de vida e participação plena na construção de seu próprio desenvolvimento e no da sociedade.

Esta nova realidade provoca uma mudança na face da Escola Contemporânea, portanto, a escola deveria propiciar condições para que todos possam construir sua identidade como sujeitos de um novo coletivo social. Neste momento o educador passa a ser agente indutor de mudanças.

O papel do professor pode ser caracterizado como facilitador de um conhecimento crescente nos seus alunos. Ele facilita, proporcionando materiais ricos e formas de pensar, de modo a estimular mais atividade e envolvimento mais profundo que pode levar a um maior conhecimento e entendimento.

Dentro desta visão, onde a educação e o conhecimento são prioritários, apresentamos proposta para o desenvolvimento de uma metodologia do ensino do empreendedorismo através da utilização de laboratório de informática colocando o meio eletrônico como uma ferramenta pedagógica.

Considerando então que o ensino é agente fundamental para promover mudança cultural e romper barreiras de resistência à realização de idéias inovadoras e criativas, nossa proposta é de criar uma empresa, o Centro INFORMAR, que prestará

serviços educacionais através do desenvolvimento de metodologia para o ensino do empreendedorismo em escolas públicas e particulares de nível médio.

A metodologia a ser oferecida é concebida como resposta às necessidades de nossas escolas estarem oferecendo um conteúdo novo aos seus alunos, preparando-os para o mercado de trabalho, colaborando na formação de uma cultura em que tenham prioridade valores como geração e distribuição de riquezas, independência, inovação, criatividade, auto-sustentação, liberdade e desenvolvimento econômico.

Além da necessidade descrita no parágrafo anterior, entendemos que a difusão dessa metodologia no ambiente escolar propiciará estímulo ao desenvolvimento local, o qual emerge das iniciativas e do dinamismo da comunidade local, sendo a escola o elo desse mecanismo. Com essa ação estaremos em médio prazo respondendo também ao desemprego, colocando no mercado estudantes com uma mentalidade empreendedora e com visão ampliada sobre relações de trabalho e produção. Ainda estaremos oportunizando a escola a repensar seus valores e seu papel na comunidade.

A apresentação do trabalho está disposta da seguinte maneira: no Capítulo I encontra-se o desenvolvimento do projeto a ser ofertado pela empresa, contendo sua estrutura e as fases de implantação do mesmo em uma escola de ensino médio; no Capítulo II abordamos as características e o cronograma de implantação do projeto e no Capítulo III encontra-se o plano de negócios do Centro INFORMAR, empresa criada para operacionalizar este projeto. E, finalmente são apresentadas as conclusões do plano de negócios com algumas reflexões sobre o mesmo.

CAPÍTULO I

PLANO DE NEGÓCIOS DO CENTRO INFORMAR

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 Enunciado do Projeto

O Centro INFORMAR de educação empreendedora é uma iniciativa de empreendimento que pretende atuar no mercado de ensino do Estado de Mato Grosso do Sul, inicialmente propondo seus serviços para as escolas públicas de ensino médio do Estado e das prefeituras municipais e escolas da rede particulares.

O Centro INFORMAR desenvolveu uma metodologia de aplicação do ensino do empreendedorismo voltado para os alunos das três séries do ensino médio de escolas municipais. O serviço é composto por uma metodologia voltada para estimular alunos a desenvolverem idéias que possam ser transformadas em negócios com acompanhamento dos professores e com assistência de profissionais do Centro INFORMAR.

1.2 A competência dos responsáveis

O Centro INFORMAR será dirigido por uma equipe de profissionais qualificados com amplo conhecimento de mercado e com domínio de metodologia aplicada ao ensino do empreendedorismo. Seus 4 sócios tem formação superior com pós-graduação na área de gestão do conhecimento e desenvolvimento empresarial. A equipe é formada por 1 economista, 1 administrador, 1 psicólogo e 1 contabilista. Para a consolidação da empresa será contratado um especialista em desenvolvimento de software e 1 pedagogo. Foi desenvolvido no capítulo IV o mapeamento das competências da equipe da empresa.

1.3 Os serviços e a tecnologia

O Centro INFORMAR oferece uma metodologia de desenvolvimento do ensino do empreendedorismo para escolas municipais e privadas que tem ensino médio. A metodologia aplicada tem a duração de três anos obedecendo a seqüência das três séries do segundo grau. O centro oferece suporte técnico e tecnológico para as escolas das redes de ensino adquirentes e usuárias do programa

A metodologia é aplicada através de um conjunto de software utilizados em laboratório de informática em computadores interligados em rede e com a orientação de professores capacitados para aplicar a metodologia.

1.4 O mercado potencial

Mato Grosso do Sul tem uma população de 2.100.000 habitantes distribuídos em 77 municípios. É um estado novo, com 26 anos de emancipação político-administrativa. Possui 261 escolas públicas e 117 escolas particulares com 88.792 estudantes matriculados e 465 professores no ensino médio.

O estado e as prefeituras municipais têm investido no ensino através de informatização e tem manifestado inquietante preocupação com o futuro sócio-econômico de suas divisas. Isto inclui a atração de novos investimentos através de atrativos para a instalação de indústrias que, na maioria das vezes tem apenas interesse em usufruir a isenção de impostos, da facilidade com que as organizações se preparam para qualificar mão-de-obra local e outras facilidades conquistadas.

As escolas particulares sentem necessidade de apresentar novos conteúdos de ensino para seus alunos, pois há pressão constante dos pais por uma mudança na forma de ensinar. O ensino do empreendedorismo é um diferencial para a escola que deseja romper com velhos paradigmas da educação.

Neste cenário há também a preocupação com o futuro dos estudantes, principalmente com aqueles que, na falta de oportunidades de bons empregos, procuram melhores condições de empregabilidade e trabalhabilidade em cidades de maior porte.

A proposta oferecida pelo Centro INFORMAR é oferecer às escolas a possibilidade de transferir aos professores e alunos a possibilidade destes vivenciarem

uma metodologia que os incentive e os habilite para o exercício de uma atividade empreendedora em bases sólidas com consistente conteúdo pedagógico.

Esta metodologia aplicada nas escolas ofertará ao mercado, no final de 03 anos, estudantes capacitados e habilitados para estruturar seus próprios negócios ou, com esse conteúdo, agregar ao ensino universitário, conhecimento suficiente para melhorar sua idéia de futuro negócio.

1.5 Elementos de diferenciação

No ramo em que atua o Centro INFORMAR, o principal capital é o intelectual, tendo à frente uma equipe de técnicos altamente capacitados, com amplo conhecimento em teorias e práticas do empreendedorismo. O serviço oferecido é inovador e está dentro dos mais recentes preceitos praticados na moderna pedagogia de ensino.

Todo o sistema oferecido à escola é altamente didático e de fácil compreensão e operacionalização por parte de professores e alunos. Os resultados são de fácil mensuração porque são colocados em prática.

1.6 Previsão de vendas

As estimativas do volume de serviços foram baseadas na demanda potencial das prefeituras e das escolas particulares que tem investimentos mais consistentes na área de educação. Dos 77 municípios do estado de Mato Grosso do Sul, cerca de 40% tem alto potencial para utilização imediata dos serviços oferecidos pelo Centro INFORMAR.

1.7 Rentabilidade e projeções financeiras

Os custos operacionais estão concentrados no desenvolvimento de um sistema integrado e, projeções realistas apontam para um resultado bom no primeiro ano de atividade do Centro INFORMAR.

Estas projeções podem ser visualizadas pelas demonstrações de resultados e fluxo de caixa do plano financeiro.

1.8 Necessidades de investimentos

Os investimentos iniciais do Centro INFORMAR, no valor de R\$ 40.000,00 sendo R\$ 30.000,00 de capital financiado.

2. A EMPRESA

2.1 A empresa

Visão de mundo do Centro Informar

A diminuição das diferenças sociais e econômicas depende de uma forma justa de distribuição de riquezas, de uma melhor forma de incentivar a criação de negócios voltados à geração e manutenção de trabalho e renda. Um fator importante para construir este cenário é a participação das instituições de ensino e de outras organizações voltadas para o conhecimento, no processo de desenvolvimento local.

A missão do Centro INFORMAR é oferecer serviços educacionais na área do empreendedorismo com alto padrão de qualidade e dentro dos conceitos da moderna pedagogia, atendendo instituições de ensino com confiabilidade e segurança.

2.2 Objetivos da empresa

O Centro INFORMAR pretende consolidar-se na área do desenvolvimento de metodologia para o ensino do empreendedorismo, utilizando-se da tecnologia disponível no mercado, atendendo escolas públicas municipais e particulares no Estado de Mato Grosso do Sul. A empresa tem por objetivo construir uma imagem forte imagem de eficiência, confiabilidade e agilidade e consolidar-se como uma organização que tem seu foco no empreendedorismo.

Em termos de resultados, o Centro INFORMAR pretende que seu faturamento, no primeiro ano atinja o valor de R\$ 81.016,00 passando a 347.556,00 no segundo ano e 570.537,00 no terceiro ano.

2.3 Situação planejada desejada

O Centro INFORMAR pretende crescer construindo uma sólida rede de clientes e fornecedores. A organização da empresa é simples, com estações de trabalho centralizadas e alguns colaboradores sem vínculo empregatício, permitindo uma estrutura de custos mínimos. A diretoria da empresa será responsável pela organização e reunião dos programas e projetos desenvolvidos pelos colaboradores não permitindo, dessa forma, qualquer possibilidade destes se apropriarem do conhecimento, da metodologia e da tecnologia desenvolvida pela empresa.

A assistência pós-venda ao cliente, o atendimento on-line, a inovação, a agilidade, a garantia da qualidade, estarão entre as prioridades estratégicas da empresa.

2.4 O Foco

O foco inicial do Centro INFORMAR é Mato Grosso do Sul. A empresa procurará atender inicialmente Campo grande, a capital, e prefeituras municipais e escolas particulares que mantêm turmas de ensino médio.

2.5 A estrutura organizacional e legal da empresa

A sede da empresa será localizada em Campo Grande, capital do Estado de Mato Grosso do Sul, com instalações modernas, utilizando toda tecnologia e conhecimentos disponíveis para o melhor desenvolvimento de seus serviços. A empresa será constituída por 4 sócios com cotas de participação iguais.

2.6 A estrutura funcional

A empresa terá um escritório alugado, onde serão desenvolvidas todas suas operações e onde todas as funções administrativas e de vendas serão centralizadas. Um dos sócios será responsável pela distribuição dos trabalhos entre as equipes, de acordo com a demanda.

2.7 Síntese da responsabilidade das equipes

Roberto Wolf

Será responsável pela administração geral da empresa.

Bergson Amarilla e Dalton Melo

Trabalharão na concepção da metodologia e na oferta dos serviços para prefeituras municipais e escolas particulares.

Roosevelt Atalla

Será responsável pela parte financeira da empresa

Quanto aos serviços terceirizados serão contratados especialistas, conforme necessidade, para o desenvolvimento e aperfeiçoamento dos programas que fazem parte dos serviços do Centro INFORMAR.

3. PLANO DE OPERAÇÕES

3.1 Administração

A empresa terá um escritório para atender clientes e é neste local que todos seus serviços serão estruturados. O contato com clientes será feito através de visitas feitas a prefeitos municipais, secretários de educação e educadores. A internet, fax e telefone servirão de suporte para estreitar contatos e informações sobre as atividades do Centro INFORMAR.

3.2 Comercial

O público alvo da empresa é Estado, as prefeituras municipais que mantém escolas de ensino médio e as escolas particulares. Através de contatos direto com prefeitos, diretores, secretários de educação e educadores, faremos nossos serviços serem conhecidos pelas escolas.

Atualmente não há concorrência para o nosso serviço, pois o mesmo oferece como diferencial o ensino do empreendedorismo em bases pedagógicas

atuais. O produto/serviço será disponibilizado ao mercado como um programa de desenvolvimento do empreendedorismo contendo material didático, software e material de apoio.

3.3 Controle de qualidade

A qualidade é essencial para o crescimento do Centro INFORMAR. Assim, a metodologia de trabalho implica em constante crítica e revisão do que estará sendo desenvolvido. Desta forma o serviço oferecido será de alta qualidade, livre de quaisquer problemas que possam impedir sua melhor aplicação.

3.4 Terceirização

A terceirização será utilizada pela empresa quando necessário, pois permitirá a flexibilidade do volume de produção. Sendo um dos seus diferenciais, a capacidade de atender a demandas de grande volume em prazos ágeis.

3.5 Sistemas de gestão

A empresa é equipada com modernos equipamentos de informática e softwares de desenvolvimento. Os sócios serão os responsáveis diretos pelas negociações com os clientes, cabendo aos técnicos especializados o desenvolvimento da metodologia a ser oferecida aos potenciais clientes.

A empresa atuará de forma dinâmica, ágil, prezando pela qualidade em seus serviços de venda e pós-venda. A equipe técnica Pedagógica da INFORMAR fará o atendimento no local das escolas, tirando dúvidas e orientando os professores no uso da tecnologia, e da metodologia, de forma que os professores sejam atendidos pessoalmente em seus locais de trabalho sempre que isso se fizer necessário. Para isso o Centro INFORMAR deverá disponibilizar pedagogos para acompanhar os trabalhos desenvolvidos nas escolas.

4. PLANO DE MARKETING

4.1 Análise de mercado

4.1.1 O Setor

Investir em educação sempre foi uma fórmula recomendada pelos países ricos aos países em desenvolvimento para também se conquistar avanços econômicos e sociais.

A proposta do governo federal para a educação no Brasil é clara: trabalhar o quanto for necessário para corrigir equívocos e consolidar ações de êxito. Essa determinação tem o objetivo bem definido de melhorar a qualidade do ensino. Esse é o emblema que motiva todos os órgãos ligados ao Ministério da Educação e Cultura.

Técnicos, professores, todos estão preocupados em fazer o melhor para garantir a correção dos rumos necessária, que assegure mais qualidade no ensino do país. Essa expectativa levou ao estabelecimento pelo MEC das avaliações do ensino nos níveis médio e superior.

Todas essas ações nada mais são do que uma resposta da sociedade brasileira, que cobra, todos os dias, mais qualidade da educação. Uma qualidade que permita aos profissionais competir no pé de igualdade na era da globalização.

Construir um futuro melhor significa trabalho mais que redobrado no presente. Significa, também, vencer barreiras, preconceitos, mudar paradigmas.

Para ser competitiva a educação contemporânea deve preparar o aluno para a autonomia, para a decisão, para a criatividade, para a responsabilidade. Isto significa que a moderna pedagogia deve oferecer instrumentos que permitam ao cidadão acesso ao conhecimento, domínio da tecnologia, aprendizagem permanente, capacidade de enfrentar situações novas, melhorias de sua qualidade de vida e participação plena na construção de seu próprio desenvolvimento.

Ao mesmo tempo, que contribui para a implantação de uma nova cultura de desenvolvimento profissional no sistema educacional, favorecendo principalmente as escolas, que atuam voltadas para a modernidade tecnológica, o mercado globalizado e a era da informação obrigou o ensino público a modificar seus parâmetros referenciais e propostas curriculares.

O MEC instituiu programa que permite aos educadores a articulação entre a fundamentação teórica e a sua prática pedagógica, transformando a instituição escolar em um espaço de formação continuada em serviço; visando potencializar o uso de materiais produzidos para a educação, incentivar o uso da TV Escola e implementar a Proposta Pedagógica das unidades escolares apoiada na utilização de computadores, apostando na oferta do ensino de qualidade.

Apesar destas mudanças o ensino público não consegue atender a demanda atual existente no ensino médio. Em Campo Grande existem 95 escolas de ensino médio e 280 de ensino fundamental (1ª à 8ª séries), que apresentaram 138.293 matrículas contra apenas 31.414 no mesmo período nas escolas de nível médio. Existem 4.783 salas voltadas para o ensino fundamental e somente 905 para o ensino médio no município de Campo Grande (PMCG/PLANURB, 2002).

Com base em tais dados podemos concluir que as escolas voltadas para o ensino médio deixam de atender uma média de 34% dos alunos que terminam a 8ª série. Quando o aspecto é qualidade do ensino, o atendimento a demanda, então, torna-se inexpressivo, mesmo ao nível de escolas particulares.

4.1.2 Caracterização do produto

“Mudar o jeito de ensinar não é fácil nem rápido, mas é absolutamente urgente e necessário para não ficar para trás no novo milênio”.

Transformar uma escola por dentro não é fácil nem rápido, embora seja urgente. Porque trabalhar de um jeito novo, na educação, significa pensar de maneira diferente no ato de ensinar. Isso reflete numa nova postura do professor frente ao aluno, tudo envolto por sutilezas de comportamento e atitude.

O projeto pedagógico é a chave da gestão na nova escola. A cada ano ele deve ser revisto e, em alguns casos, reformulado. Só da prática surgem novas idéias, que, por sua vez alimentam novas práticas - e assim sucessivamente. Graças às inovações provocadas pela popularização dos computadores, a escola está deixando de ser apenas um local onde se acumulou conhecimento, que tem no professor o depositário da sabedoria e no estudo, um fim em si mesmo.

É preciso que a escola seja transformada num ambiente voltado a reflexão. Nesse sentido, o papel do educador passa a ser o de mediador e facilitador. Cabe a

ele criar situações de aprendizagem que possam servir para o resto da vida do aluno. Em síntese, o conhecimento virou um meio para desenvolver competências. Tudo isso com duas finalidades:

- Fazer com que alunos e professores se tornem capazes de continuar aprendendo pelo resto da vida.
- Propiciar a formação do cidadão que sabe agir e pensar criticamente, sendo tolerante com as diferenças sem perder de vista sua individualidade.

O que muda na escola moderna

Na Escola	Como era	Como deverá ser
O conteúdo	Um fim em si mesmo	Um meio para desenvolver competências
O conhecimento	Fragmentado, dividido por disciplinas, de caráter enciclopédico, memorizador e cumulativo.	Interdisciplinar, contextualizado, privilegia a construção de conceitos e a criação do sentido.
O currículo	Fracionado, estático, organizado por disciplinas.	Em rede, dinâmico, organizado por áreas de conhecimento e temas geradores.
A sala de aula	Espaço de transmissão e recepção do saber	Local de recepção e de situações de aprendizado.
Toda atividade	Padronizada, rotineira.	Centrada em projetos e resolução de problemas.
O papel do professor	Transmissor do conhecimento.	Facilitador da aprendizagem

É isto que o Centro INFORMAR está se propondo a construir, uma “escola do futuro”, como um compromisso com o ser humano, de modo a propiciar-lhe reflexões sobre o mundo em que vive e oportunizar a mudança dos conhecimentos para uma prática social cada vez mais humana, competente e objetiva.

A nova escola terá como pressuposto principal o enriquecimento da personalidade e o desenvolvimento dos dons de cada indivíduo, entendendo o ser humano como agente e arquiteto do seu próprio destino e de sua história. Analisando o presente e almejando um futuro cada vez mais apropriado pela competência e compromisso político-social, buscando assim conquistar cada vez mais os pais e alunos do colégio, dos mais diversos níveis sociais.

4.1.3 Ensino Médio - Evolução

Até a conferência de 1990 em Jomtien, na Tailândia, onde foi elaborada a Declaração Mundial sobre Educação para Todos – os processos educativos estavam calcados no que o educador paulistano Luís Carlos Menezes chama de ensino cartorial. Ou seja, um agrupamento de assuntos para memorizar ou exercícios para praticar a exaustão. Naquele encontro, concluiu-se que havia necessidade de mudanças estruturais.

“Ficou claro que reformar a educação era uma prioridade mundial e as competências seriam o único caminho para oferecer, de fato, uma educação para todos”. Afinal, nos dizeres e nas conclusões daquela conferência “tudo havia mudado: a sociedade, o mercado de trabalho, as relações humanas [...] só a educação continuava a mesma”.

O contexto social de épocas passadas aceitava a formação de caráter enciclopédico, acumulativo. O problema é que esse contexto não existe mais. “A sociedade tem hoje outras prioridades e exigências, em que a ação é um elemento chave”, simplesmente dar o conteúdo e esperar que ele seja reproduzido não forma o indivíduo que o mercado de trabalho e a sociedade exigem.

“Quem não estiver preparado para o trabalho conceitual e criativo pode estar fadado a exclusão social, através do desemprego”, segundo a pedagoga Maria Inês Fini, mestre em psicologia da educação e coordenadora do exame nacional de ensino médio (Enem), escola não é mais o lugar onde uma geração passa para outra um acervo de conhecimento do texto. “Ela agora tem outro papel: é o espaço onde as relações humanas são moldadas”, avalia. “Deve ser usada para aprimorar valores e atitudes, além de capacitar o indivíduo na busca de informações, onde quer que elas estejam, para usá-las no seu cotidiano” (FINI; SMOLE, 2000).

O dicionário Aurélio define a palavra competência como “qualidades de quem é capaz de apreciar e resolver certos assuntos”. Ela significa ainda habilidade, aptidão, idoneidade. Muitos conceitos estão presentes nessa definição: competente é que ele julga, avalia e pondera; acha a solução e decide, depois de examinar e discutir determinada situação, de forma conveniente e adequada. É, ainda quem tem capacidade resultante de conhecimentos adquiridos. Sim, agora são todos esses objetivos que se deve perseguir ao elaborar um projeto pedagógico.

Para Perrenoud, sociólogo suíço especialista em práticas pedagógicas e instituições de ensino, competência em educação é a faculdade de mobilizar um conjunto de recursos cognitivos - como os saberes, as habilidades, e a informação - para solucionar com pertinência e eficácia uma série de situações.

Acontece, que as competências estão ligadas à contextos culturais, profissionais e condições sociais. "Os seres humanos não vivem todos as mesmas situações e as competências devem estar adaptadas a seu mundo", teoriza Perrenoud. "Viver na selva das cidades exige dominar algumas competências; na floresta virgem, outras. Da mesma forma, os pobres têm problemas diferentes dos ricos para resolver".

As definições de competências são complexas, muitas vezes imprecisas. Justamente por tal razão o Ministério da Educação não foi conclusivo quando elaborou os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN). A equipe do MEC indicou diversas capacidades que devem ser trabalhadas ao longo das várias séries do ensino sem enquadrá-las de forma linear. "O conhecimento deve ser visto como uma rede de relações, na qual o educador ajuda os jovens a fazer as conexões necessárias ", afirma Kátia Stocco Smole (Apud, Avaliar para crescer – revista Nova escola – 2000), coordenadora do grupo de pesquisa Mathema e consultora dos PCN do ensino médio.

4.1.4 O Ensino Médio no Mundo

Cuba está longe do clube das nações mais ricas e avançadas. Entretanto, seu ensino é considerado de primeiro mundo. O Japão não está no seleto grupo dos megaprodutores de matéria prima, mas é o maior exportador de tecnologia de ponta do planeta. O Canadá dificilmente é lembrado no rol das grandes potências, mas é o primeiro no ranking quando o assunto é qualidade de vida.

Cuba, Japão e Canadá só chegaram a essa posição empurrados, em grande parte do percurso, por um sistema educacional de alto nível em constante evolução. Os três países têm políticas diferentes de ensino, mas que convergem num ponto crucial: as escolas são avaliadas periodicamente para que o país tenha assegurado o elo de transmissão na cadeia do conhecimento.

Já os EUA, que possuem o maior sistema de educação do mundo, que leva o país a conquistar metade dos "Prêmios Nobel", publicar 34% da ciência mundial de matricular 63% dos seus graduados do curso secundário em cursos universitários,

a proporção mais alta do mundo, inspirando quase todos os países, tem na existência de escolas de segundo grau profissionalizada o grande instrumento de mobilidade social e de oportunidades de empregos bem remunerados para a classe operária.

Essas instituições tendem quase todas as serem de ensino privado. Tem, em geral, uma razão de ser muito específica, que é a proximidade da atividade econômica em que se especializou. Assim, perto de uma mina haverá sempre uma escola de minas. Na capital da moda, Nova York, haverá uma escola de moda e confecção. Cerâmica, papel, têxteis, construção naval, música, propaganda e até " ciência mortuária " têm suas escolas.

O cenário torna-se ainda mais variado com a entrada pesada das grandes multinacionais no ensino e pelo aparecimento, por todos os lados, de novas maneiras de oferecer cursos. São as chamadas universidades corporativas.

4.1.5 O Ensino Médio no Brasil

Se a missão da escola ao raiar do século XXI é desenvolver as potencialidades das crianças e transformá-las em cidadãos, o objetivo não é só passar conteúdos, mas preparar - todos - para a vida na sociedade moderna.

Desenvolver competências nos alunos é a palavra de ordem da educação moderna. Para formar pessoas preparadas para a nova realidade social e do trabalho, a escola brasileira enfrenta o desafio de mudar a postura do professor frente à classe, ceder tempo de aula para atividades que integrem diversas disciplinas e torná-lo disposto a aprender com a turma.

Isto só será possível, se a escola diminuir o peso dos conteúdos disciplinares e a sociedade empenhar-se em definir quais as competências que quer que seus estudantes desenvolvam.

A abordagem por competências é uma maneira que a escola tem de levar a sério um problema antigo, o de transferir conhecimentos. Em geral, a escola se preocupa mais com ingredientes de certas competências e menos em colocá-las em sinergia nas situações complexas.

No Brasil, durante a escolaridade básica, aprende-se a ler, escrever, contar, mas também a raciocinar, explicar, resumir, observar, comparar, desenhar e dúzias de outras capacidades gerais. Assimilam-se conhecimentos disciplinares, como

matemática, história, ciências, geografia, etc. Mas a escola não tem tido a preocupação de delegar esses recursos a situações da vida.

Na escola de ensino médio no Brasil ainda se ensina isso ou aquilo baseado nas exigências da seqüência do curso: ensina-se a contar para resolver problemas; aprende-se gramática para redigir o texto. As escolas ainda estão presas ao conhecimento fragmentado, dividido por disciplina, de caráter enciclopédico, memorizador e cumulativo, com um sistema de avaliação classificatória e excludente.

A transferência e a mobilização das capacidades e dos conhecimentos exigem currículos que possam trabalhá-las e treiná-las, e isso exige tempo, etapas didáticas e situações apropriadas, que hoje ainda não existem na maioria das escolas de ensino médio do Brasil.

4.1.6 O Ensino Médio no Estado de Mato Grosso do Sul

O setor educacional do Estado de Mato Grosso do Sul, além dos problemas historicamente acumulados ao longo dos anos, enfrenta o intenso crescimento populacional e o processo da urbanização acelerada, que pressionam a demanda por equipamentos no setor de educação, problemas esses que precisam ser urgentemente superados.

Não diferente do ensino médio no Brasil, o ensino do Estado está ainda calcado nos velhos preceitos do ensino disciplinar. Soma-se a isso as enormes carências, principalmente o déficit de salas de aula e a ausência de professores realmente capacitados ao ensino de qualidade.

No estado existem 261 escolas que se dedicam ao ensino médio, atendendo a 88.792 alunos em comparação com os 433.221 alunos atendidos pelo ensino fundamental, um déficit de mais de 40% ocasionado principalmente pela ausência de professores nas cidades do interior.

Aqui se faz, cada vez mais necessário, a criação de escolas de referência, capaz de mudar os padrões vigentes e ser a propulsora da nova mentalidade do ensino voltado para desenvolver competências, síntese da escola do século XXI.

4.1.7 Vantagem competitiva da empresa

“Nunca o momento foi tão propício para criar um ensino emancipador, com um planejamento voltado para a heterogeneidade, não para a homogeneidade. Desenvolver as competências de cada um, de acordo com as necessidades do meio em que vive” (REVISTA NOVA ESCOLA, 2001)

Para desenvolver competências é preciso, antes de tudo, trabalhar por resolução de problemas e, por projetos, propor tarefas complexas e desafios que incitem os alunos a mobilizar seus conhecimentos e, em certa medida completá-los. Isto pressupõe uma pedagogia ativa, cooperativa, aberta para a cidade ou para os bairros, seja zona urbana ou mesmo rural.

Assim o Centro INFORMAR encara a construção de uma nova metodologia, ensinar, hoje é conceber, encaixar e regular situações de aprendizagem, segundo os princípios pedagógicos ativos do construtivismo. Trabalhar no desenvolvimento de competências não é para o Centro INFORMAR uma ruptura, mas uma continuidade pedagógica do espírito construtivista que sempre norteou o ensino das escolas.

O obstáculo está na reciclagem do professor que tem que ser levado a repensar sua profissão, conforme os padrões que lhe foram ensinados nos bancos escolares. Eles só desenvolverão competências se perceberem como organizadores de situações didáticas e de atividades que tenham sentido para os alunos, envolvendo-os e, ao mesmo tempo, gerando aprendizagens fundamentais.

Por tal razão é que o Centro INFORMAR investe no treinamento contínuo dos professores. O investimento neste treinamento é que fará da escola pública uma escola diferenciada, moderna e competitiva.

Ninguém formará competências na escolaridade, se não forem exigidas competências no momento da certificação. É preciso avaliar seriamente as competências. São essenciais os problemas complexos e as tarefas contextualizadas, dentro de uma série de condições.

A abordagem pedagógica do INFORMAR prioriza as competências aumenta o sentido de trabalho escolar e modifica a relação com o saber dos alunos; favorecendo as aproximações construtivistas, a avaliação formativa, a pedagogia diferenciada, que vai facilitar a assimilação ativa dos saberes; colocar os professores

em movimento, incitando os a cooperar no quadro de equipes de projetos da escola. Esse é o diferencial competitivo da escola no mercado.

4.2 A Clientela

4.2.1 Rede Pública de ensino Médio

O Projeto inicial objetiva atingir toda a rede de ensino Público de Mato Grosso do Sul, priorizando o ensino médio, através de uma ação conjunta com o Estado e os municípios, partir a seguir para atingir através das escolas municipais o ensino controlado pela rede municipal, ao mesmo tempo em que o Centro INFORMAR procurará expandir para os outros Estados.

4.2.2 Rede particular de Ensino médio

A rede de Escolas Privadas será abordada numa segunda etapa, inicialmente na Capital de Mato Grosso do Sul, seguindo para o interior do Estado através das redes de ensino particulares, e ao mesmo tempo o Centro INFORMAR iniciará venda de seu produto para escolas de outros Estados, a partir das cidades do oeste de São Paulo e Paraná, Triângulo Mineiro, Goiás e Distrito Federal, procurando parcerias com grandes grupos Educacionais Locais.

4.3 A concorrência

Hoje a concorrência nesta área de ensino está focada no público universitário, o ensino do empreendedorismo nas Universidades. Não foram obtidas informações sobre a existência de empresas especializadas neste ensino nos níveis médio e fundamental de nossas escolas.

4.4 Fornecedores

Consideramos fornecedores todas as empresas fornecedoras de Software e hardware em atuação no mercado. O Centro INFORMAR buscará estabelecer parcerias estratégicas dentro de cada região e de acordo com o produto priorizado.

4.5 Projeto de marketing

A seguir detalharemos o projeto de marketing em todas suas etapas, de acordo com modelo sugerido por Philip Kotler (2002).

4.5.1 Sumário Executivo

No mundo da economia global, o poder competitivo da indústria e dos serviços está na sua capacidade de agregar valores locais diferenciados aos produtos.

Existe uma transformação radical da economia em função das mudanças tecnológicas; Por exemplo, a medida que a globalização dos mercados faz da China o principal concorrente da “Sulanca” uma empresa de Santa Cruz do Capibaribe; somente a diferenciação dos produtos da “Sulanca”, agregando valor da cultura nordestina para buscar nichos de mercado externo, é que permitirá a mesma enfrentar a concorrência de forma eficaz.

Numa economia global em redes de produção, as alianças estratégicas se dão através de projetos diferenciados, em que os Estados passam a ter importância relativa, podendo ser mais fortes as alianças cidade-a-cidade, empresa-a-empresa, região-a-região.

Os governos locais, neste contexto, primeiro, não podem deixar de tratar a questão econômico-social da base produtiva urbana, e, segundo, podem representar o elemento catalisador fundamental para a localização de novos negócios.

No caso das cidades estão surgindo movimentos importantes de articulação em redes de interesses comuns exemplo mais tradicionais dessas redes são os conhecidos programas de Cidades Irmãs, com características mais culturais, acadêmicas e humanitárias; mais recentemente, se dissemina a prática de associação de interesses municipais em torno de empreendimentos econômicos.

No "mercado de cidades" em que os diversos municípios competem ou se aliam entre si para atrair investimentos produtivos, tem mais vantagens quem "vende" melhor os seus atributos diferenciais. Ter uma formação diferenciada e inovadora de seus cidadãos utilizando-se de modernas técnicas informatizadas e metodológicas é um diferencial neste mercado.

4.5.2 Situação Atual de Marketing

O Centro INFORMAR determinou mediante pesquisa que os segmentos do ensino médio e fundamental deste mercado não estão sendo servidos no nosso estado e na maioria dos estados da federação, sendo que nos poucos lugares em que estão sendo servidos, o são de maneira inadequada por profissionais pouco respaldados em metodologia e Software adequado ao ensino;

Os grupos de interesse de compra podem ser divididos em:

- Escolas Públicas Municipais e Estaduais, que poderão ser representados como executivos definidores pelos Governadores, Prefeitos, secretários de educação do Estado e municípios ou mesmo pelos diretores das escolas.
- Escolas da Rede Particular de Ensino, estas representadas pelos seus proprietários e diretores.

Não foi possível determinar marcas existentes já posicionadas neste mercado, em termos de tamanho, metas, participação de mercado, qualidade dos seus produtos, suas estratégias de marketing e outras características necessárias para compreender suas intenções e comportamento.

Com relação às características Geográficas determinou-se que o Mercado será abordada inicialmente na Capital de Mato Grosso do Sul, seguindo para o interior do Estado através das redes de ensino publica e particulares, e ao mesmo tempo o Centro INFORMAR iniciará venda de seu produto para escolas de outros Estados, a partir das cidades do oeste de São Paulo e Paraná, Triângulo Mineiro, Goiás e Distrito Federal, procurando parcerias com grandes grupos Educacionais Locais.

Com relação às características Psicográficas definiu-se como grupo comprador inicialmente o grupo político formado pelos Governadores, prefeitos e secretários de Educação, seguido do grupo formado por proprietários e diretores de escolas.

4.5.3 Análise das Oportunidades

O Centro INFORMAR tem como grande vantagem diferencial o seu pioneirismo nesta área de ensino para o nível médio e fundamental, tanto no Estado quanto a nível nacional.

Oportunidades

- O mercado mostra interesse no produto que nossa empresa ainda não produz, mas tem capacidade para desenvolvimento com qualidade e preço;
- Existem parceiros no mercado dispostos a apoiar o lançamento e distribuir o produto;
- Existe dentro do poder executivo um cliente disposto a instalar este produto em sua rede de escolas.

Ameaças

- Não existe concorrência lançando um produto similar com mesma qualidade e preço mais baixo;
- Nenhuma empresa concorrente saiu na frente com forte campanha promocional.

Pontos Fortes

- A empresa está desenvolvendo um produto com marca forte e imagem de qualidade;
- A empresa investirá muito na preparação e no treinamento de sua equipe
- A empresa criará uma excelente rede de assistência técnica.

Fraquezas

- O produto da empresa ainda não foi lançado e portanto não está bem situado no mercado
- A concorrência pode investindo para desenvolver um produto de qualidade ligeiramente superior ao da empresa

4.5.4 Objetivo

O objetivo geral deste projeto é contribuir para o acesso do jovem ao estudo do empreendedorismo, o trabalho com os excluídos da informatização e a ampla disseminação e uso das fontes de informação do empreendedorismo.

A formulação deste objetivo baseia-se no fato de que o acesso à informação técnica do empreendedorismo é essencial para o desenvolvimento econômico e a criação de novas oportunidades na nossa sociedade. Nesse sentido, se faz necessária, por um lado, a produção e operação sistemática de produtos e serviços de informação com possibilitem o acesso universal a este conhecimento, e, por outro lado, a promoção do seu uso na comunidade de profissionais de educação, pelos alunos das escolas e no público em geral.

O objetivo tornar-se-á o instrumento de medição da eficácia da aplicação dos recursos humanos, físicos e financeiros na empresa e compõe-se de três elementos:

1. O atributo específico escolhido como medida de eficiência será o lucro;
2. O padrão de escala em que o atributo será medido é o lucro bruto;
3. As metas serão definidas através de uma na escala percentual do lucro bruto definido como objetivo para a empresa:
 - Financeiras – determinada por taxa de retorno sobre o investimento, volume de receita, fluxo de caixa, lucro líquido;
 - Marketing – as metas financeiras devem ser convertidas em objetivos de marketing.

4.5.5 Estratégias de marketing

A empresa utilizará inicialmente a estratégia de desnatamento lento, objetivando maior lucro possível e baixo custo promocional, aplica-se em razão do mercado e concorrência serem específicos e limitados.

A estratégia de marketing no estágio de crescimento será:

- Melhorar a qualidade do produto acrescentando novas características e estilos;
- Entrar de forma contínua e precisa em cada novo segmento do mercado;
- Aumentar continuamente a cobertura de mercado e entrar em novos canais de distribuição;
- Mudar no momento adequado o apelo de propaganda de conscientização sobre o produto para preferência do produto;
- Baixar os preços para atrair faixa de compradores sensíveis ao preço.

4.5.6 Programa de Ação

A estratégia representa as forças amplas de marketing para atingir os objetivos do negócio. Para cada item da estratégia mostrado no tópico anterior será elaborado um programa de ação respondendo as seguintes perguntas:

- O que será feito?
- Quando será feito?
- Quem fará?
- Quanto custará?
- Qual o resultado projetado?

Projetar vendas em volume financeiro, unitário por produto, abater custos e projetar o resultado (Lucro bruto) objetivado.

4.5.7 Demonstração de Resultado projetado

Em paralelo ao plano de ação será necessário que a empresa constitua um orçamento de apoio, ou seja, uma projeção da receita, do custo total e lucro resultante, que consiste em um confronto entre receita, com vendas e serviços, e despesas, com custo de produção, distribuição e marketing, com a finalidade de um prévio conhecimento do resultado final, que em outras palavras, é o lucro esperado em harmonia com a satisfação do consumidor final.

4.5.8 Controle de marketing

A última seção do plano delinea os controles para monitorar o desenvolvimento do plano. O acompanhamento é feito periodicamente (pode ser mês a mês, a cada trimestre...), assim a empresa pode analisar o andamento do projeto, monitorando os fatos positivos e negativos e fazendo ajustes no percurso quando necessário.

A empresa precisa exercer pelo menos três tipos de controle:

- Controle estratégico é tentado, por meio de um instrumento conhecido como auditoria de marketing, que é um exame periódico, abrangente,

sistemático e independente do ambiente de marketing da empresa, do sistema interno e das atividades específicas de marketing.

- Controle de lucratividade é a tarefa de determinar a lucratividade real das diferentes entidades de marketing, tais como o produto da empresa, as zonas, os segmentos de mercado e os canais de comercialização.
- Controle do plano anual - Responsabilidade principal - Alta administração da empresa. Um levantamento realizado por Goodeman mostrou que as Empresas grandes e sofisticadas, instituíram posições de controle financeiro que, diretamente, supervisionam a propaganda, e, em alguns casos selecionados, as políticas de merchandising.

5. PLANO FINANCEIRO – ROTEIRO

5.1 Investimento Inicial

- Instalações
- Equipamentos
- Móveis e Utensílios
- Despesas Pré-operacionais

5.2 Demonstração de Resultado

- Custos Diretos
- Mão-de-obra Direta
- Mão-de-obra Indireta
- Custos Fixos

5.3 Receitas

5.3 Impostos e Contribuições

5.5 Fluxo de Caixa

5.6 Balanço Patrimonial

5.7 Ponto de Equilíbrio

5.8 Análise de Investimento

- V P L – Valor Presente Líquido
- T I R – Taxa Interna de Retorno

5.1 Investimento Inicial

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Subtotal
INSTALAÇÕES			
1) Instalações Elétricas	06	25,00	150,00
2) Instalações de Rede	01	1.350,00	1.350,00
3) Linhas Telefônicas	02	85,00	170,00
Total			1.670,00
EQUIPAMENTOS			
1) Micro computador pentium 4	05	2.580,00	12.900,00
2) Micro computador servidor	01	6.930,00	6.930,00
3) Impressora a laser	01	4.850,00	4.850,00
4) Impressora HP Deskjet color	02	550,00	1.100,00
5) Scanner de mesa	01	500,00	500,00
6) Estabilizadores	06	170,00	1.020,00
7) Ar condicionado 7.500 btus	04	840,00	3.360,00
Total			30.660,00
MÓVEIS			
1) Mesa para micro computador	06	320,00	1.920,00
2) Mesa para impressora a laser	01	320,00	320,00
3) Mesa para impressora HP	02	320,00	640,00
4) Cadeiras fixas com almofadas	20	310,00	6.200,00
5) Cadeiras giratória	03	410,00	1.230,00
6) Armário p/arquivo c/ duas portas	04	430,00	1.720,00
Total			12.030,00
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS			
1) Aluguel mensal	12	650,00	7.800,00
2) Energia elétrica mensal	12	95,00	1.140,00
3) Água mensal	12	15,00	180,00
4) Provedor internet mensal	12	19,00	228,00
Total			9.348,00

5.2 Demonstração de Resultado

Descrição			
Desenvolvimento de software		30.000,00	30.000,00

Descrição	1º Ano	2º Ano	3º Ano
CUSTOS DIRETOS			
1) Mão-de-obra direta + encargos	100.800,00	110.880,00	127.512,00
2) Materiais diretos	5.000,00	5.500,00	6.000,00
3) Aluguel, condomínio e IPTU	9.600,00	10.800,00	12.000,00
4) Outras despesas	5.000,00	5.550,00	6.600,00
Total Custos Diretos	120.400,00	132.730,00	152.102,00
MAÕ-DE-OBRA DIRETA			
1) Folha de Pagamento + Encargos	100.800,00	110.880,00	127.512,00
2) Pró-Labore	48.000,00	48.000,00	96.000,00
Total Mão de obra Direta	148.800,00	158.880,00	223.512,00
MÃO DE OBRA INDIRETA			
1 Contador	6.000,00	6.600,00	7.500,00
Total Mão de obra indireta	6.000,00	6.600,00	7.500,00
CUSTOS FIXOS			
1) Água, Luz e Telefone	6.000,00	6.600,00	7.500,00
2) Internet	840,00	840,00	1.100,00
3) Aluguel, condomínio e IPTU	9.600,00	10.800,00	12.000,00
4) Marketing e Publicidade	6.000,00	7.200,00	9.000,00
5) Material de Limpeza	600,00	800,00	1.000,00
6) Material de escritório	1.000,00	1.500,00	2.000,00
7) Seguros	1.000,00	1.300,00	1.600,00
8 Depreciação	3.000,00	2.500,00	2.000,00
9 Outros custos fixos	1.000,00	1.200,00	1.400,00
Total Custos Fixos	29.040,00	32.740,00	37.600,00

5.3 Receitas

Descrição	1º Ano	2º Ano	3º Ano
1) Comercialização dos serviços	150.000,00	250.000,00	300.000,00
2) Manutenção dos serviços	180.000,00	300.000,00	360.000,00
Total das Receitas	330.000,00	550.000,00	660.000,00

5.4 Impostos e Contribuições

Descrição	1º Ano	2º Ano	3º Ano
1) I R (0,16 X 0,15)	7.920,00	13.200,00	15.840,00
2) C S L L (0,12 X 0,09)	3.564,00	5.940,00	7.128,00
3) P I S faturamento (1,0%)	3.300,00	5.500,00	6.600,00
4) C O F I N S (3,0%)	9.900,00	16.500,00	19.800,00
5) I S S (5,0)	16.500,00	22.250,00	33.000,00
Total de Impostos	41.184,00	63.390,00	82.368,00

5.5 Fluxo de Caixa

Descrição	1º Ano	2º Ano	3º Ano
1) (-) Investimento Inicial	(74.360,00)		
2) Capital Inicial	40.000,00	81.016,00	347.556,00
Total de entradas	(34.360,00)	81.016,00	347.556,00
3) Receita de Comercialização	150.000,00	250.000,00	300.000,00
4) Receita de Manutenção	180.000,00	300.000,00	360.000,00
5) Empréstimos	(30.000,00)		(61.452,00)
Total de Receitas de Serviços	325.640,00	631.016,00	946.104,00
6) Despesas Pré operacionais	(9.348,00)		
7) Custos Diretos	(120.400,00)	(132.730,00)	(152.102,00)
8) Pro Labore	(48.000,00)	(48.000,00)	(96.000,00)
9) Contador	(6.000,00)	(6.600,00)	(7.500,00)
10) Custos Fixos	(29.040,00)	(32.740,00)	(37.600,00)
11) Impostos e contribuições	(41.184,00)	(63.390,00)	(82.365,00)
Total das Saídas	(244.624,00)	(283.460,00)	(375.567,00)
Fluxo Líquido de Caixa (saldo)	81.016,00	347.556,00	570.537,00

5.6 Balanço Patrimonial

Descrição	1º Ano	2º Ano	3º Ano
ATIVO			
Ativo Circulante			
Caixa e Bancos	30.000,00	60.000,00	300.000,00
Duplicatas a Receber	10.000,00	21.016,00	47.556,00
Total do Ativo Circulante	40.000,00	81.016,00	347.556,00
Ativo Realizável a Longo Prazo			
Duplicatas a Receber			
Ativo Permanente			
Investimentos			
Imobilizado	42.690,00	38.421,00	34.579,00
(-) Depreciação Acumulada	4.269,00	3.842,00	3.457,00
Total do Ativo Permanente	38.421,00	34.579,00	31.122,00
Ativo Total	78.421,00	115.595,00	378.648,00
PASSIVO			
Passivo Circulante			
Salários e Encargos a Pagar	8.400,00	9.240,00	10.626,00
Impostos e Contribuições	3.432,00	5.282,00	6.864,00
Fornecedores	1.500,00	1.000,00	1.600,00
Empréstimos e Financiamentos			
Total Passivo Circulante	13.332,00	15.522,00	19.090,00
Passivo Exigível a Longo Prazo			
Empréstimos e Financiamentos	30.000,00	30.000,00	
Total do Passivo Exigido a longo prazo	30.000,00	30.000,00	
Patrimônio Líquido			
Capital Social	40.000,00	40.000,00	40.000,00
Lucros ou (Prejuízos Acumulados)	(4.911,00)	30.073,00	319.558,00
Total do Patrimônio Líquido	35.089,00	70.073,00	359.558,00
Passivo Total	78.421,00	115.595,00	378.648,00

5.7 Ponto de Equilíbrio

Descrição	1º Ano	2º Ano	3º Ano
Receita Total	330.000,00	550.000,00	660.000,00
Custo Total	244.624,00	283.460,00	375.567,00
% Receita sobre os Custos Totais	85.376,00	266.540,00	584.433,00

5.8 Análise de Investimento

Descrição	1º Ano	2º Ano	3º Ano
V P L – Valor Presente Líquido			
Taxa Requerida de Retorno (%)	62	72	82
Investimento Inicial (R\$)	74.360,00		
Projeção atual do fluxo de caixa	50.000,00	250.000,00	470.000,00
Valor Presente Líquido	81.016,00	347.556,00	570.537,00
T I R – Taxa Interna de Retorno			
Valor Presente Líquido	81.016,00	347.556,00	570.537,00
Taxa Interna de Retorno ao ano (%)	62	72	82

CAPÍTULO II

CONCEPÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Esta proposta objetiva o desenvolvimento de um projeto de ensino do empreendedorismo no ensino médio de escolas públicas e privadas através de metodologia com carga horária total de 920 horas aulas a serem desenvolvidas em 36 meses.

O período total de implementação do projeto em qualquer rede de ensino municipal ou em escola particular será de 36 meses sendo que nos seis primeiros meses do ano um será ministrado aos professores todo o conteúdo sobre empreendedorismo e plano de negócios, já no segundo semestre os alunos começarão a receber dos professores estes conteúdos.

Nesse primeiro semestre, a capacitação visa tornar os professores aptos a utilizarem os computadores como ferramenta pedagógica. Esta capacitação será realizada sob a orientação do Centro INFORMAR. A capacitação ocorrerá nos próprios laboratórios montados nas escolas. As escolas deverão ter no mínimo um laboratório de informática em condições de receber um conjunto de quatro softwares integrados e manuais de orientação para o professor de acordo com cada módulo.

Os professores serão capacitados para trabalhar através de projetos propostos, com os alunos, dentro da metodologia do ensino do empreendedorismo. Esta capacitação será fundamentada em princípios andragógicos que visam a sensibilização e mobilização dos profissionais, conduzindo-os à compreensão das mudanças impostas pelos tempos atuais ao processo de formação do cidadão, bem como a introjeção das novas atitudes requeridas à sua formação no século XXI.

O sucesso do projeto depende do apoio e do comprometimento do corpo docente. O professor é o principal componente do projeto e este deverá motivar os alunos. A Informática educativa é antes de qualquer coisa um projeto da área de

educação. A parte relativa à tecnologia e às ciências da computação deve ser absorvida pelo professor como uma ferramenta para atingir fins pedagógicos. Muitos projetos que enfatizaram o objetivo tecnológico fracassaram, pois não conseguiram o comprometimento dos professores, apenas obtiveram entusiasmo dos técnicos pelas possibilidades da informática.

A sensibilização dos professores, realizada de forma a mostrar os benefícios que o computador pode trazer ao ambiente escolar, cria o entusiasmo e a mobilização do corpo docente, pois este se sente beneficiado pela tecnologia, e não cobrado para cumprir uma função a mais.

Será incluso no projeto o suporte técnico e pedagógico continuado. Este suporte deverá ocorrer com atendimento por linha telefônica e se necessário disparando a partir daí o atendimento no local da escola, corrigindo junto ao professor qualquer configuração incorreta de hardware e software, e solucionando problemas da área pedagógica, ou ainda orientando na elaboração dos projetos.

No segundo semestre terá início à formação dos alunos através da apresentação da metodologia Aluno Empreendedor em todos os seus detalhes, logo no início do curso. Com certeza eles não estarão habituados ao auto-aprendizado e provavelmente pensarão que encontrarão no curso professores que transmitam conhecimentos estruturados e respostas certas. Será apresentada a eles uma nova forma de convivência em sala de aula e discutido um “contrato de trabalho” através do qual se desenvolverá um clima de motivação, respeito e liberdade.

Afinal os alunos participarão ativamente da construção do conhecimento, e, em muitos aspectos, caberá a eles definir o que apreender (os conteúdos da própria personalidade e da própria empresa), o como aprender (de acordo com formas de aprendizado individuais) e, de alguma forma o quando aprender. Eles deverão entender que o núcleo do conhecimento que buscam mudou do conhecimento curricular da escola para o ambiente empresarial. Neste contexto o professor muda de papel de simples fornecedor de respostas para também formulador de perguntas.

Os alunos serão mestres de si mesmos e terão de usar o lado direito do cérebro, porque as emoções serão essenciais na sua nova formação e, também terão na vivência de terceiros – empreendedores que irão à sala de aula – uma importante fonte de conhecimentos, como um livro.

O futuro empreendedor deverá desde o início saber que, ao percorrer seus caminhos, tomará decisões sozinho. Mesmo estando cercado de pessoas em um

ambiente propício à formação empreendedora – e talvez por causa disto – deve estar preparado para fazer as próprias opções no processo de transformar idéia, sonho, vontade e conhecimento em algo concreto, um projeto de empresa.

No ano dois, os alunos serão motivados a estruturarem idéias de empreendimentos, sendo orientados pelos professores e testando essas idéias em um plano de negócios desenvolvido pelo Centro INFORMAR. Este plano estará instalado em laboratório de ensino montado na escola e de acesso fácil para estudantes e educadores. Ao final do ano dois todos os alunos terão idealizado um plano de negócios considerando todas suas etapas de construção contendo a estrutura do negócio, foco de atuação, plano de marketing e plano financeiro.

No ano três estes planos serão implementados pelos alunos, num “simulador de mercado” quando serão realizadas as práticas relativas a abertura da empresa (obtenção da documentação), a simulação da montagem da estrutura (custo de construção e maquinário/ Financiamento) da pequena empresa, estruturação de fornecedores, montagem da estrutura de produção (insumos, matéria prima, pessoal, estrutura de venda), lançamento do produto no mercado, manutenção da estrutura de venda e produção. Desta forma será proporcionada ao aluno a vivência do projeto, possibilitando a real transferência de conhecimento. Ao final do ano três espera-se que os alunos tenham sido motivados a empreender, a correr riscos e ter contato com o mundo dos negócios de forma segura e orientada por pessoal capacitado.

Além do simulador de mercado, os melhores planos de negócios serão encaminhados para o Banco do Povo, instituição de crédito de Mato Grosso do Sul que facilita a criação, o crescimento e a consolidação de empreendimentos de pequeno porte, formais ou informais. O Centro INFORMAR, em convênio com esse banco e outras instituições de crédito estará oportunizando aos melhores planos a condição destes estarem sendo colocados em prática.

É importante ressaltar que alunos novos que se matriculam a cada ano nas escolas e que não sejam oriundos de outra escola da rede municipal terão acesso a esta metodologia em classes especiais, denominadas classes de aceleração, para que tenham noção dos projetos em andamento e possam acompanhar, sem prejuízos, os demais alunos.

Cabe observar que esta metodologia ao ser negociada com Prefeituras Municipais e Governo Estadual estará sendo distribuída para toda a rede pública de

ensino, portanto, entende-se que alunos de outras escolas municipais ou estaduais terão contato com o mesmo conteúdo.

A metodologia do Centro INFORMAR prevê as seguintes etapas:

- ANO I – Capacitação de professores: 200 horas
- Introdução da disciplina de empreendedorismo: 240 horas
- ANO II – A concepção da idéia: 240 horas
- ANO III – A idéia em prática: 240 horas

As escolas deverão possuir laboratório de informática com no mínimo a seguinte configuração:

- Até 2 alunos por microcomputador em cada turma
- 01 Impressora Jato de Tinta
- Mesas para computador e/ou impressora
- cadeiras fixas suficientes para comportar cada turma
- 12 estabilizadores de voltagem
- 01 Scanner de mesa
- 01 linha telefônica c/ acesso Internet
- Rede local com cabos e 1 servidor dedicado

Em uma pesquisa realizada pela Secretaria de Estado de Educação de Mato Grosso do Sul realizada no ano de 2000 constatou-se que em escolas de ensino médio as turmas variam de 30 a 40 alunos por sala de aula. Por isso propõe-se uma média de 15 a 20 computadores por laboratório instalado.

2.1 Descrição do Conjunto de Software do Projeto

O conjunto é constituído de quatro softwares assim denominados:

- I – Capacitação de professores
- II – Plano de Negócios
- III – Simulador de Mercado
- IV – Programa de avaliação e acompanhamento de resultados

Na seqüência descreveremos cada um deles.

2.2 Capacitação de Professores

Programa de aprendizado básico contendo o treinamento do professor com informações sobre todos os passos da metodologia, sua utilização, conteúdos importantes da disciplina de empreendedorismo e treinamento básico de informática porque muitos professores, principalmente da rede pública, não têm oportunidades de acesso ao computador e a internet.

Apresentamos, a seguir a estrutura do programa que é dividido em duas etapas, sendo a de capacitação inicial e a de capacitação continuada.

Capacitação Inicial: 200 horas

1. Introdução no mundo digital

- Informática educativa (Microsoft word, excel e powerpoint): 40 horas
- Internet e comunicações: 10 horas

2. Programa “Hora do Empreendedor”

- Introdução ao empreendedorismo: 60 horas
- Utilização da ferramenta “ professor empreendedor”: 10 horas

3. Plano de Negócios

- Navegando pelo plano de negócios: 30 horas

4. Programa Simulador de Mercado

- Fazendo negócios no Simulador de Mercado: 30 horas

5. Programa de avaliação de resultados

- Avaliação e acompanhamento de resultados: 20 horas

A carga horária total será dividida em módulos de capacitação, aplicados durante seis meses. Os cursos serão ministrados nos laboratórios instalados nas unidades, para uma turma no período da manhã e outra turma no período da tarde, sendo aplicadas 20 horas por semana a cada turma. Poderão ainda, se houver interesse, ser criadas turmas no período noturno.

Após a conclusão deste módulo, os professores estarão capacitados para atuar junto aos alunos, aplicando o conteúdo trabalhado. Os alunos receberão 240 horas aula de conteúdo do empreendedorismo no segundo semestre do ano um.

Após o período de capacitação inicial, será iniciada a capacitação continuada. Nesta fase os professores receberão periodicamente em suas escolas, a visita de orientadores pedagógicos da empresa responsável pela capacitação.

Estes orientadores fornecerão novos projetos e orientação para os professores na criação de projetos interdisciplinares próprios.

Além da orientação "in loco" de carácter pedagógico, também será fornecido o suporte técnico aos professores, para auxiliá-los na utilização dos recursos de hardware e na criação com software de autoria (professor empreendedor).

2.3 Capacitação de Alunos

O programa de capacitação dos alunos começa no segundo semestre do ano um quando são introduzidos conteúdos de empreendedorismo com carga horária de 240 horas aula. No ano dois os alunos são orientados por seus professores ao uso do software de plano de negócios e a idealizarem seus empreendimentos ou idéia de negócios. No ano três, em 240 horas aula e com auxílio do software Simulador de Mercado os estudantes colocam em prática seus planos de negócios podendo vivenciar essa experiência. Apresentamos à seguir os detalhes desses dois softwares.

2.4 Plano de Negócios

Este software contém todas as etapas para elaboração de um plano de negócios, com exemplos em cada item, para facilitar a compreensão do professor e do estudante. Este software será interativo e de fácil utilização e dividido em 4 grandes fases. A primeira parte é o sumário executivo seguido das informações sobre a empresa e do negócio que se quer implantar, a missão da empresa, seus objetivos, mercado-alvo, produtos e/ou serviços, localização, estrutura da empresa, rentabilidade. A segunda parte é o plano de marketing e por último o plano financeiro. Apresentamos, a seguir a estrutura do plano.

O computador servirá como ferramenta motivadora tanto dos professores quanto para os alunos e trará à escola o acesso à informação via Internet, eliminando virtualmente as paredes da sala de aula, e desenvolvendo o raciocínio lógico dos alunos.

1. Sumário Executivo

2. A Empresa
 - Identificação e Caracterização
 - Forma Jurídica
 - Administração / Enfoque empresarial
 - Capital Social
 - Aspectos Legais
 - Situação Económico-Financeira.

3. O Projeto
 - Objetivos
 - Plano de Marketing
 - Análise do Mercado
 - O Setor
 - Mercado alvo
 - Distribuição Geográfica
 - Concorrentes
 - Comercialização
 - Localização
 - Engenharia do Projeto
 - O Processo Produtivo (produtos e serviços)
 - Estrutura Administrativa
 - Suprimento dos Insumos
 - Impacto Ambiental
 - Fatores sazonais
 - Mudanças tecnológicas
 - Regulamentos, padrões
 - Canais de fornecimento e distribuição

4. Aspectos Financeiros
 - Investimentos Fixos
 - Capital de Giro
 - Custos
 - Receitas
 - Capacidade de Pagamento e Fluxo de Caixa
 - Análise Económico-Financeira do Investimento.

2.5 Software Simulador de Mercado

O software “simulador de mercado” apresenta as diversas etapas da construção e manutenção de uma empresa, desde a abertura da empresa (obtenção da documentação), a simulação da montagem da estrutura (custo de construção e maquinário/ Financiamento) da pequena empresa, estruturação de fornecedores, montagem da estrutura de produção (insumos, matéria prima, pessoal, estrutura de venda), lançamento do produto no mercado, manutenção da estrutura de venda e produção.

1. Abertura da Empresa: documentação

2. A Empresa

- Financiamento
- Construção
 - Terreno
 - Área construída
 - Estruturação Interna
- Compra do Maquinário
- Contratação de Pessoal
- Investimento em Treinamento

3. Estabelecimento de uma unidade funcional

- Organograma da empresa
- Estruturação do fornecimento e da distribuição
- Insumos de produção
- Capital de Giro
- Fluxo de Caixa
- Custo do produto
- Estabelecimento do preço de venda
- Plano de Marketing
- Lançamento do produto no mercado

4. Vinculação das Unidades funcionais

- Produtores de matéria prima
- Fornecedores de Insumos
- Unidades de produção Industrial

- Distribuidores
- MegaStores e Supermercados

5. O Mercado

- Propaganda
- Preço mínimo de venda
- Negociações de compra e venda
- Ponto de Equilíbrio
- Market Share
- Capacidade de Pagamento e Fluxo de Caixa
- Variações do Mercado.

2.6 Programa de gestão, avaliação e acompanhamento de resultados

Este programa é parte integrante do conjunto de softwares e deverá ser utilizado em todos os anos de aplicação do projeto na escola e permite acompanhamento da evolução do projeto e dos resultados alcançados. O sistema também permite as seguintes operações:

- gestão de um sistema de indicadores
- manutenção de todos os dados cadastrais
- montagem do horário escolar
- controle do horário por turma e professor
- controle de notas e faltas
- controle de acesso hierárquico aos usuários
- bloqueio a usuários não habilitados
- geração de estatísticas
- operação em ambiente Windows 95, 98 e 2000

CAPÍTULO III

CARACTERÍSTICAS DO CONJUNTO DE SOFTWARE

O conjunto de software é elaborado para garantir total segurança para os usuários permitindo obter o máximo de resultados. As principais características do conjunto de software são:

- Acompanhamento do sistema além dos cd's originais, os respectivos manuais.
- sistema desenvolvido utilizando-se linguagem orientada por objetos, gerando
- arquivo auto-executável (.EXE).
- sistema possui recurso de Help on-line, que auxilia o usuário na utilização amigável do sistema.
- A interface gráfica do sistema, desenvolvida de forma a potencializar a utilização dos recursos do Windows, e navegação através de mouse, torna as atividades do usuário intuitivas, não consumindo assim tempo excessivo à sua capacitação.
- gerador de relatórios incluso no sistema permite a obtenção dos mais diversos
- relatórios de acompanhamento das atividades desenvolvidas.
- sistema executa as funções de backup e restauração automática de dados, aumentando a segurança e a confiabilidade do sistema, em situações de falhas operacionais.
- De forma totalmente transparente ao usuário, o sistema permite a instalação com bases de dados relacional nativa e operação com interface padrão ODBC, para utilização com múltiplos sistemas gerenciadores de banco de dados relacionais.
- sistema possui a opção de saída tanto para impressora quanto para vídeo, o que
- permite a visualização das informações previamente à impressão.

- sistema permite a montagem, em formato de tabela, da grade de horário escolar, com a respectiva aula e o professor, por sala de aula, de forma automática e manual.
- A agenda inclusa no sistema fornece ocupação de sala de aulas, laboratórios, e áreas correlatas.
- A interface de digitação de textos e emissão de comunicação impressa, inclusa no
- sistema, oferece facilidade para emissão de mensagens do usuário com pais de alunos, professores, diretores, entre outros.

1. CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO

Nos seis primeiros meses do ano um, de implantação do projeto nas escolas, os professores serão capacitados conforme descrito no item 2.2. e no segundo semestre os alunos serão iniciados na disciplina do empreendedorismo. No início do ano um será formado um grupo de coordenação que será responsável pelo desenvolvimento do projeto na escola e poderá ser constituído por pessoas da comunidade, enriquecendo a proposta do projeto. Durante alguns períodos do ano a metodologia será discutida com os professores e diretores das escolas participantes do programa.

Para um melhor aproveitamento da metodologia serão fornecidos projetos inter, multi e trans-disciplinares, isto é, planos de aula, para que os professores possam ter um guia na preparação e implementação de cada aula, tendo como princípio a linha construtivista, sempre utilizando a informática como ferramenta, motivando o aluno através de excitantes projetos, e abordando objetivos de aprendizagem tecnológicos e acadêmicos.

Estes projetos, no entanto, não impedem o professor de criar sua própria aula, utilizando-se como ferramenta os softwares disponibilizados no laboratório, entre eles a ferramenta Professor Empreendedor, que permite a criação em multimídia de aplicações de qualquer área acadêmica ou tecnológica.

O Professor Empreendedor é um software de autoria em multimídia que permite a professores e a alunos criarem aulas, trabalhos e apresentações em multimídia e hipertexto. A utilização deste software é especialmente simples, visto que foi produzido para o ambiente escolar, e está prevista a capacitação de professores.

Implantação do projeto: Ano 1 – Treinamento básico e Introdução da disciplina de Empreendedorismo

Atividades	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Formação do grupo de coordenação												
Capacitação de professores												
Introdução da disciplina com alunos												
Palestras e Discussões do Projeto com os professores												
Suporte aos Professores das Escolas												
Programa de gestão, acompanhamento e avaliação de resultados												

Implantação do projeto: ANO 2 – Elaboração do plano de negócios

Para evitar que novos alunos matriculados na escola no ano dois fiquem em condições desiguais de conhecimento da metodologia, serão instaladas classes de aceleração para que estes estudantes tenham acesso rápido e compactado de todo o conteúdo que foi ministrado no ano um. Espera-se que á partir dessa ação esses alunos possam estar em condições de acompanhar o conteúdo do ano dois.

A primeira ação nesta fase é a introdução do uso da internet para todos os alunos para que estes se familiarizem com o uso do computador e aprendam a pesquisar pela internet. Nos 6 primeiros meses do ano 2, a escola tem a opção de construir uma relação mais próxima com a comunidade através do programa de inclusão digital onde os moradores inscritos podem receber treinamento de acesso a internet e uso de softwares básicos, em horários alternativos.

CAPÍTULO IV

MAPEAMENTO DE COMPETÊNCIAS

Para o melhor desenvolvimento deste projeto entendeu-se que seria importante a realização do mapeamento das competências de todo o pessoal envolvido na proposta. No primeiro momento foi realizado um levantamento das características pessoais, conhecimentos, experiências e habilidades de cada um dos membros do Centro Informar. Este levantamento foi realizado através de entrevistas e análise de currículo.

Com esse levantamento foi possível identificar as principais competências da equipe do Centro Informar e detectar as carências para que o grupo possa realizar suas atividades com o máximo de eficácia.

Em uma segunda etapa considerou-se importante realizar mapeamento do corpo docente das escolas que irão utilizar a metodologia proposta pelo Centro Informar. Levantou-se as competências necessárias mínimas que o corpo docente deve ter quando ter acesso a metodologia proposta.

1. Perfil da equipe do Centro Informar envolvida no projeto

Em entrevista com o pessoal do Centro Informar levantamos as competências técnicas, individuais e emocionais de cada membro da equipe, listadas à seguir.

Roberto Wolf

Economista, empresário. 20 anos de experiência em gerência e liderança de pessoas. Tem amplo relacionamento com lideranças do governo estadual e municipal. Estrategista político e empresarial. Criativo, crítico e líder de grupo.

Bergson Amarilla

Psicólogo, 10 anos de experiência em pesquisas e diagnósticos. Conhecimento de planejamento Estratégico, BSC e plano de negócios. Utiliza bem as ferramentas e planilhas do computador. Tem facilidade em estabelecer parcerias. Crítico e interage bem em equipes e tem facilidade em redação.

Dalton Mello

Economista, consultor de empresas, especialista em negociação e planejamento estratégico. Tem experiência em projetos de captação financeira e projetos de viabilidade econômica. Crítico, determinado e detalhista.

Roosevelt Attala

Contador, com mais de 10 anos de experiência, amplo conhecimento em finanças, contabilidade e rotinas da área financeira. Atua bem em equipe, é determinado e bom analista.

Antônio Carlos de Campo Faria

Pedagogo, pós-graduado em redes de telecomunicações. Desenvolvimento de programas de computador nas linguagens visual basic e Clipper. Interage bem em grupo.

Dalva Garcia de Souza

Pedagoga, especialista em projetos na área de educação. É membro do conselho estadual de educação. Crítica, detalhista e determinada.

Mapas do Capital Intelectual

O capital intelectual necessário para o desenvolvimento das atividades do Centro Informar foi levantado e considerou-se importante que cada atividade fosse mapeada e o resultado é apresentado na tabela seguinte.

Tabela 1. Mapa do capital intelectual necessário para o Centro Informar

Atividade	Habilidade/competência requerida	Nº de pessoas	*Nível
Coordenação Pedagógica	Senso crítico, conhecimento de projeto, trabalho em equipe, visão de negócio, proatividade	01	5
Negociação	Negociação, visão estratégica, capacidade de persuasão, proatividade	01	4
Programação de software	Domínio da informática, linguagem Clipper e visual basic, raciocínio analítico, banco de dados	01	5
Contabilidade	Conhecimento em finanças e rotinas financeiras	01	4
Direção executiva	Senso crítico, comunicabilidade, visão estratégica do negócio, proatividade	01	5
Treinamento para usuários	Comunicabilidade, liderança, trabalho em equipe, inteligência emocional, proatividade	01	4

Tabela 2. Mapa do capital intelectual existente no Centro Informar

Atividade	Habilidade/competência	Nº de pessoas	*Nível
Coordenação Pedagógica	Senso crítico, trabalho em equipe, visão de negócio,	01	4
Negociação	Conhecimento em negociação, visão estratégica, capacidade de persuasão, proatividade	01	3
Programação de software	Domínio da informática, linguagem Clipper, raciocínio analítico	01	4
Contabilidade	Conhecimento amplo em finanças e rotinas financeiras	01	4
Direção executiva	Senso crítico, comunicabilidade, visão estratégica do negócio, proatividade	01	5
Treinamento para usuários	Comunicabilidade, liderança, trabalho em equipe, inteligência emocional	01	4

Legenda:

* Nível	Definição	Experiência
0	Sem perfil	Nenhuma
1	Conhecimento limitado	Nenhuma
2	Habilidade limitado para atuar. Tem apenas conhecimento conceitual	Muito limitado
3	Pode atuar com assistência. Tem conhecimento aplicado.	Atuou com assistência em muitas ocasiões
4	Pode atuar sem assistência. Tem conhecimento profundo em alguns aspectos. Pode liderar atuação de outros.	Atuou independentemente somente em situações rotineiras
5	Orienta e lidera os outros. É reconhecido como especialista. Tem conhecimento amplo e profundo	Repetitiva e bem sucedida
		extensa

Plano de desenvolvimento do capital intelectual no Centro Informar

A equipe do Centro Informar decidiu após o mapeamento das competências elaborar um plano de desenvolvimento de seu capital intelectual que será aplicado no primeiro ano de atividade da empresa. A análise do mapeamento revelou que falta muito pouco para que a equipe de profissionais esteja com 100% de sua capacidade de atuação, portanto, o plano foi idealizado com base nas lacunas existentes entre o capital intelectual necessário e o capital intelectual existente no Centro Informar.

Analisando o capital intelectual existente com o capital intelectual necessário constatamos que há necessidade de investimento em qualificação de alguns dos membros da equipe, portanto decidiu-se por realizar um plano de treinamento para a equipe, conforme deficiências constatadas. O plano de 260 horas

de treinamento para o primeiro ano do Centro Informar é apresentado na tabela seguinte.

Tabela 3. Plano de desenvolvimento do capital intelectual existente no Centro Informar – Ano 1

Atividade	Treinamento requerido	Nº de pessoas	Carga horária
Coordenação Pedagógica	Elaboração e desenvolvimento de projeto	01	40
Negociação	Técnicas avançadas em negociação	01	20
Programação de software	Linguagem visual basic e banco de dados	01	120
Contabilidade	Matemática financeira	01	60
Treinamento para usuários	Técnicas de apresentação e treinamento	01	20
Total			260

Após a execução desse plano a direção da empresa avaliará os resultados obtidos e elaborará, conforme necessidade, um plano para os anos subseqüentes para manter atualizadas as atividades do Centro Informar.

Mapeamento das competências ao corpo docente das escolas usuárias da metodologia do Centro Informar

A equipe do Centro Informar entendeu que seria pertinente realizar também o mapeamento das competências necessárias ao corpo docente das escolas usuárias da metodologia para que se pudesse idealizar um ambiente favorável ao desenvolvimento do projeto nas escolas. Para esse levantamento considerou-se o perfil mínimo necessário para que o docente pudesse implantar com sucesso a metodologia no ambiente escolar.

As competências mapeadas e identificadas como chaves são:

- Liderança de equipes
- Orientação para resultados
- Desenvolvimento de pessoas

Listamos na tabela seguinte a matriz de competências essenciais para o processo de implantação e implementação da metodologia do Centro Informar nas escolas de ensino médio.

Processo de implantação e implementação da metodologia do Centro Informar em escolas de ensino médio.

Tabela 4. Matriz de competências essenciais do corpo docente

Perfil	Habilidade	Formação	Conhecimento
<ul style="list-style-type: none"> - comprometimento - espírito - empreendedor - criatividade - responsabilidade - organização 	<ul style="list-style-type: none"> - trabalho em equipe - proatividade - senso crítico 	<ul style="list-style-type: none"> - nível superior em qualquer área de conhecimento 	<ul style="list-style-type: none"> - Desejável conhecimento em informática básica

CONCLUSÃO

O plano de negócios demonstra que o empreendimento a ser estruturado é viável por tratar-se de um serviço inovador e diferenciado na área de educação.

A empresa Centro INFORMAR de educação do empreendedorismo surge com a proposta de oferecer uma metodologia de ensino do empreendedorismo em escolas públicas e particulares, notadamente àquelas de ensino médio, porque é na faixa etária entre 15 e 17 anos que os jovens começam a pensar em seu futuro profissional e, este serviço oferecido pelo Centro INFORMAR possibilitará a estes estudantes a vivência de uma nova opção de carreira, a do empreendedor.

O empreendedorismo é uma revolução silenciosa que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX.

Essa afirmação pode ser avaliada à luz das mudanças ocorridas no mundo organizacional, principalmente nos últimos 20 anos. Em 1975, apenas cinquenta universidades nos Estados Unidos da América do Norte, ofereciam cursos de criação de empresas. Em 1998, este número subiu para quatrocentos “colleges” e universidades. Em 2000, existiam naquele país, trinta milhões de empresas contra dezoito milhões em 1998.

O movimento no Brasil começa a surtir efeito à partir de iniciativas de universidades federais que acreditaram ser possível transformar alunos em futuros proprietários de empresas. O processo tem avançado com o surgimento e consolidação das incubadoras de empresas as quais permitem que bons planos de negócios sejam colocados em operação com auxílio das próprias universidades e de instituições que promovem desenvolvimento local.

Se a escola requer avanços em sua estrutura pedagógica, nada mais oportuno que disponibilizar ao mercado de ensino uma metodologia eficaz que trará bons resultados não só para seus educadores e alunos, bem como para a comunidade, pois estará incentivando estudantes e professores a pensarem de forma

criativa, inovadora e com bases coerentes, em abrir seus próprios negócios, pois tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade.

Considera-se que o ensino é agente fundamental para promover mudança cultural e romper barreiras de resistência à realização de idéias inovadoras e criativas, entretanto, não basta apenas inserir o aprendizado de empreendedorismo em escolas. É preciso que os governos estaduais e municipais criem um sistema de suporte para que os resultados dessa prática possam ganhar espaço e corpo no processo de desenvolvimento local e regional, conduzindo à geração de riquezas.

Como em todo sistema de ensino no Brasil, em Mato Grosso do Sul também há carência por metodologias novas que incentivem estudantes e professores a trilhar com mais consistência e segurança nos caminhos da construção do saber. A falta de motivação, aliada aos velhos paradigmas ainda, presentes na área de educação faz com que pais e mestres se sintam cada vez mais ameaçados pelo crescente número de jovens que abandonam a escola, atraídos por outras atividades sem futuro concreto.

Os resultados esperados dessa metodologia são práticos e de grande alcance social, pois oferecem aos educadores e estudantes, ao final do programa, a oportunidade de colocarem seus planos de negócios em ação pelo acesso ao microcrédito sem burocracias, através do Banco do Povo, um banco de fomento a pequenos negócios formalizados ou não.

O diferencial do Centro Informar é o capital intelectual de sua equipe formada por Pedagogos, Psicólogo, Economistas, Contador e Programador. O levantamento das competências dessa equipe revelou uma estrutura adequada ao desenvolvimento da proposta do Centro.

Dentro desse contexto a equipe do Centro INFORMAR entende que pode contribuir para modificar cenários locais a médio e longo prazo oferecendo serviços de alta qualidade para o setor de ensino.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

REVISTA NOVA ESCOLA. *A arte de planejar*. São Paulo: Abril, 2001.

DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luiza*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

_____. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando; FILION, Jacques Louis. *Boa idéia! E Agora?* São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

FINI, Maria Inês; SMOLE, Kátia Stocco. *Avaliar para crescer*. *Revista Nova Escola*. São Paulo: Abril, 2000.

GOODEMAN. *Plano de marketing passo a passo*. Palestra proferida por Philip Kotler. São Paulo: www2.usp.br, 2002.

INSTITUTO EUVALDO LODI. *Empreendedorismo: ciência, técnica e arte*. 2ª ed. Brasília: CNI/IEL Nacional, 2001.

KOTLER, Philip. *New developments in marketing*. Palestra proferida em seminário - São Paulo: www2.usp.Br, 2002.

PERRENOUD, Philippe. *Pedagogia diferenciada: das intenções à ação*. Porto Alegre: Artmed, 2000.

_____. *Construir as competências desde a escola*. Porto Alegre: Artmed, 1999.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE. PLANURB. *Perfil socioeconômico de Campo Grande*. 9ª ed. Campo Grande, 2002.