

Artigo:

Empreendedorismo e o Novo Ensino Médio: relatos sobre a confecção de Planos de Negócios por jovens estudantes

Entrepreneurship and the New High School: reports on the creation of Business Plans by young students

Emprendimiento y la Nueva Escuela Secundaria: informes sobre la creación de Planes de Negocio por parte de jóvenes estudiantes

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18101027>

Cáio César Nogueira Martins

Doutorando em Ciências Sociais pela UFJF, mestre em Ciência da Religião pela UFJF, licenciado em Ciências Sociais pela UEMG, graduando em Administração pelo IF Sudeste MG,
caio_martins.007@hotmail.com

Lidiane Aparecida Alvin de Araújo

Graduada em Pedagogia pela UEMG, lidianeapaaraudio@gmail.com

Resumo

O presente artigo relata a experiência pedagógica da elaboração de um Plano de Negócios realizada com estudantes do Ensino Médio de uma escola localizada no interior de Minas Gerais, durante as aulas da disciplina Inovação Social, Científica e Empreendedorismo. A proposta teve como principal objetivo proporcionar aos alunos a vivência prática do processo de criação de um empreendimento, integrando diferentes áreas do conhecimento como Direito, Administração, Marketing e Finanças. Ao longo do projeto, os discentes receberam orientações teóricas e práticas, sendo estimulados a desenvolverem ideias inovadoras com base em análise de mercado, definição de público-alvo, estudo da concorrência e projeções financeiras. Essa experiência revelou-se uma ferramenta educacional relevante e transformadora, na medida em que permitiu aos alunos não apenas compreender o que é um Plano de Negócios, mas também aplicar os conhecimentos de forma concreta e contextualizada. Durante as etapas de desenvolvimento, os estudantes puderam exercitar competências essenciais ao perfil empreendedor, como o planejamento estratégico, a criatividade, a capacidade de liderança e o trabalho em equipe. A vivência contribuiu para ampliar a visão dos jovens sobre o mundo dos negócios e reforçou a importância do empreendedorismo como alternativa viável de futuro profissional e pessoal. Acredita-se que a inserção de projetos dessa natureza no ambiente escolar representa um caminho eficaz para a formação de indivíduos mais críticos, autônomos e preparados para empreender na formalidade, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade.

Palavras-chave: Educação. Empreendedorismo. Plano de Negócios.

Abstract

This article reports on the pedagogical experience of developing a Business Plan with high school students from a school located in the interior of Minas Gerais, during classes in the subject Social, Scientific and Entrepreneurial Innovation. The main objective of the proposal was to provide students with practical experience in the process of creating a business, integrating different areas of knowledge such as Law, Administration, Marketing and Finance. Throughout the project, students received theoretical and practical guidance and were encouraged to develop innovative ideas based on market analysis, target audience definition, competition studies and financial projections. This experience proved to be a relevant and transformative educational tool, as it allowed students not only to understand what a Business Plan is, but also to apply the knowledge in a concrete and contextualized way. During the development stages, students were able to exercise essential skills for the entrepreneurial profile, such as strategic planning, creativity, leadership skills and teamwork. The experience helped to broaden the young people's view of the business world and reinforced the importance of entrepreneurship as a viable alternative for their professional and personal future. It is believed that the inclusion of projects of this nature in the school environment represents an effective path to the formation of individuals who are more critical, autonomous and prepared to undertake formal business, contributing to the development of society.

Keywords: Education. Entrepreneurship. Business Plan.

Resumen

Este artículo relata la experiencia pedagógica de desarrollo de un Plan de Negocios con estudiantes de secundaria de una escuela ubicada en el interior de Minas Gerais, durante las clases de Innovación Social, Científica y Empresarial. El objetivo principal de la propuesta fue brindar a los estudiantes experiencia práctica en el proceso de creación de una empresa, integrando diferentes áreas del conocimiento como Derecho, Administración, Marketing y Finanzas. A lo largo del proyecto, los estudiantes recibieron orientación teórica y práctica y se les animó a desarrollar ideas innovadoras basadas en análisis de mercado, definición del público objetivo, estudios de la competencia y proyecciones financieras. Esta experiencia resultó ser una herramienta educativa relevante y transformadora, ya que les permitió no solo comprender qué es un Plan de Negocios, sino también aplicar los conocimientos de forma concreta y contextualizada. Durante las etapas de desarrollo, los estudiantes pudieron ejercitarse en habilidades esenciales para el perfil emprendedor, como la planificación estratégica, la creatividad, el liderazgo y el trabajo en equipo. La experiencia contribuyó a ampliar la visión de los jóvenes sobre el mundo empresarial y reforzó la importancia del emprendimiento como una alternativa viable para su futuro profesional y personal. Se cree que la inclusión de proyectos de esta naturaleza en el ámbito escolar representa un camino efectivo para la formación de individuos más críticos, autónomos y preparados para emprender negocios formales, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

Palabras-chave: Educación. Emprendimiento. Plan de negocios.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o mercado de trabalho tem experimentado profundas mudanças que dificultam o ingresso dos jovens. O avanço tecnológico, a automação de processos e a instabilidade econômica exigem novas habilidades dos profissionais e cria uma grande competitividade, o que torna o acesso a empregos formais cada vez mais desafiador. Além disso, a informalidade laboral tem crescido, já que muitos jovens, diante da falta de oportunidades, acabam se inserindo no mercado de trabalho de maneira precária, sem ter resguardados seus direitos trabalhistas e previdenciários e com salários muitas vezes abaixo da média. Esse cenário evidencia a necessidade de repensar as estratégias de formação profissional e de uma melhor capacitação dos jovens (FABBRI; FERREIRA, 2023).

Para responder a esse cenário desafiador, o Ministério da Educação (MEC) instituiu o Novo Ensino Médio, com o objetivo de proporcionar uma formação mais flexível e alinhada às necessidades do mercado de trabalho atual. Embora passível de diversos questionamentos quanto a sua qualidade e exequibilidade, a reforma educacional estabelecida pela Lei nº 13.415/2017 visa, pelo menos em tese, tornar a educação mais próxima da realidade profissional (FERRETI, 2017). Para o governo, o objetivo central dessa mudança reside em proporcionar aos alunos uma formação que os prepare tanto para os desafios do ensino superior quanto para os desafios do mercado de trabalho, que está em constante evolução (REZENDE, 2024).

Neste contexto, no ano de 2017 o estado de Minas Gerais passou a oferecer em diversas escolas o Ensino Médio em Tempo Integral (EMTI), permitindo que o aluno escolha áreas de aprofundamento, como Linguagens,

Matemática, Ciências Humanas, Ciências da Natureza e Ensino Técnico-profissionalizante. O objetivo é preparar os estudantes de forma mais completa, não apenas para a vida acadêmica, mas também para o mundo do trabalho, que exige habilidades mais diversificadas e específicas, valorizando a independência, o protagonismo e o afloramento da responsabilidade dos discentes em relação às suas escolhas (MINAS GERAIS, 2022; MENEZES, MARIANO, CUNHA, 2023).

Reconhecendo a necessidade de capacitação dos jovens para abrir e gerir um negócio próprio, a Secretaria Estadual de Educação de Minas Gerais (SEE/MG) incorporou no currículo escolar do Ensino Médio profissionalizante uma série de disciplinas voltadas ao Empreendedorismo (MINAS GERAIS, 2021). Ao inserir essa temática no currículo, acredita-se que o Estado busca preparar os jovens para pensar de forma autônoma, buscando soluções para problemas e explorando oportunidades no âmbito do trabalho, em consonância com as diretrizes estabelecidas na lei que deu origem ao Novo Ensino Médio (MENEZES, MARIANO, CUNHA, 2023).

Nas aulas da disciplina intitulada *Inovação Social, Científica e Empreendedorismo*, ministradas a estudantes do 1º ano do Ensino Médio em uma escola pública situada em um município do interior do estado, os alunos foram desafiados a criar seus próprios Planos de Negócios, ou seja, um documento que descreve, de forma detalhada, os objetivos de um empreendimento e os passos que serão seguidos para alcançá-los. Ele funciona como um roteiro estratégico, utilizado tanto para a organização interna do negócio quanto para apresentar a ideia a investidores, parceiros e instituições financeiras (SEBRAE, 2022). Para tanto, receberam orientações multidisciplinares, que envolveram noções de Direito, Administração, Marketing e Finanças. Acredita-se que em uma sociedade complexa como a

que vivemos, tais conhecimentos podem ser um diferencial para a abertura e sobrevivência de pequenos e médios empreendimentos.

A proposta repassada aos alunos era a de que o empreendimento deveria ser montado às imediações da escola, nesse sentido foi ressaltada a necessidade de se levar em consideração as necessidades locais e as possibilidades de inovação capazes de impactar não só a comunidade escolar, mas as pessoas que residem nas imediações da escola.

Acredita-se que a realização de atividades dessa magnitude é uma prática fundamental é de suma importância para quem deseja empreender, pois permite ao potencial empreendedor aprender a planejar e estruturar um projeto com base em análise de mercado, público-alvo, concorrência, e estratégias de marketing e finanças. (MORAES, MORAIS, 2020). Durante o processo de confecção do Plano de Negócios, os alunos tiveram a oportunidade de colocar em prática os conceitos aprendidos, desenvolvendo habilidades como planejamento estratégico, criatividade, liderança e trabalho em equipe.

Além dessa introdução o presente trabalho foi estruturado em duas partes: na primeira será apresentado o ambiente escolar onde a proposta de confecção do Plano de Negócios foi realizada, bem como o perfil dos participantes envolvidos; na segunda delinearemos as etapas desenvolvidas junto aos alunos, de maneira a subsidiá-los com conhecimentos necessários para a elaboração do Plano de Negócios. Por fim, será apresentada nossas Considerações Finais sobre as atividades desenvolvidas naquele ano de 2023.

DA CONTEXTUALIZAÇÃO DO AMBIENTE ESCOLAR E DOS PARTICIPANTES

Conforme mencionado anteriormente, este trabalho pretende compartilhar as experiências vivenciadas junto aos alunos matriculados no 1º Ano do Ensino Médio no ano de 2023 em uma escola pública no interior de Minas Gerais. Trata-se de um educandário situado em município de médio

porte, com população estimada em 125.000 habitantes (CENSO, 2022), e que se situa há aproximadamente 170 km da capital mineira. O município é referência para as cidades circunvizinhas, sendo um polo no âmbito da educação, contando com faculdades e escolas de ensino básico, públicas e privadas.

A escola onde a experiência foi realizada está situada no perímetro urbano, em um bairro da periferia da cidade, contando com aproximadamente 514 alunos residentes nas imediações da escola e bairros vizinhos (INEP, 2023). O educandário funciona em três turnos: manhã, tarde e noite. Nos dois primeiros turnos funcionam as turmas EMTI (Propedêutico e Profissional), e a noite as turmas de Ensino Médio regular e EJA.

No que tange as turmas profissionais, naquele ano de 2023 a escola se limitou a ofertar 03 turmas de 1º ano do Curso Técnico em Informática concomitante ao Ensino Médio, contando com 99 alunos nesta modalidade de ensino, conforme quadro abaixo.

Tabela 01: Quantitativo de participantes

	Turma A	Turma B	Turma C
Homens	14	21	16
Mulheres	16	11	11
Total por Turma	30	32	27
TOTAL	99		

Fonte: os autores

Via de regra, as turmas naquele ano de 2023 eram formadas por jovens entre 14 e 15 anos de idade, contando com algumas exceções advindas de alunos repetentes que não se inserem nessa faixa etária. Quase todos os discentes ainda não estavam inseridos no mundo do trabalho. Muitos relataram a necessidade de obtenção de renda própria, seja para garantir sua

independência financeira, seja para contribuir com a manutenção das despesas familiares. Contudo, o fato da jornada de estudo do EMTI compreender dois turnos (manhã e tarde) impossibilitaram esses jovens de conseguirem um emprego/estágio formal.

Ao longo do ano escolar, houve a desistência de 7 alunos. Os principais motivos alegados foram o cansaço por permanecer por dois turnos no ambiente escolar, o risco de reprovação em função da quantidade de disciplinas existentes no EMTI Profissional, e a necessidade de ingressar no mercado de trabalho para auxiliar nas despesas domésticas. Impende registrar que grande parte dos alunos gozava de uma situação econômica modesta, cuja renda familiar mensal não ultrapassa dois salários mínimos. Tal inferência se deu através de rodas de conversa informais com os discentes. Também calha registrar que naquela época, o Governo Federal ainda não tinha implementado a programa de distribuição de renda denominada Pé-de-Meia, política pública que remunera mensalmente alunos frequentes da educação básica, e que se existisse em 2032 poderia ter estimulado a permanência desses participantes no EMTI.

Também nessas conversas informais foi possível verificar que poucos pais tiveram acesso à universidade, e que muitos sequer concluíram o ensino médio. Diversos alunos pontuaram que embora seus genitores/responsáveis possuíssem vínculos empregatícios, manifestavam uma necessidade de aumento da renda familiar para suprir as demandas cotidianas e estudavam a possibilidade de uma segunda fonte de renda para arcar com essas despesas domésticas.

Essas constatações, associadas a atual realidade do mercado de trabalho reforça a necessidade das aulas de empreendedorismo para os jovens no decorrer do Ensino Médio. Nesse sentido, crê-se que a médio e longo prazo a abordagem da temática no âmbito da educação básica pode trazer resultados

satisfatórios, pois supre uma importante lacuna que leva ao insucesso do próprio negócio, qual seja, a falta de conhecimento.

Apresentado o ambiente escolar onde a proposta de confecção do Plano de Negócios foi realizada, bem como o perfil dos participantes envolvidos, passaremos a explanar sobre as etapas desenvolvidas junto aos alunos para que eles pudessem confeccionar o Plano de Negócios.

AS AULAS DE EMPREENDEDORISMO E A CONFECÇÃO DOS PLANOS DE NEGÓCIOS

No primeiro bimestre de 2023, as aulas abordaram temas fundamentais sobre Empreendedorismo e o Mundo do Trabalho, com o objetivo de preparar os alunos para compreender as dinâmicas do mercado e a importância de se capacitar para uma atuação profissional sólida e responsável. Inicialmente foram transmitidos os conceitos elementares do Empreendedorismo, destacando sua relevância no cenário atual e como ele pode ser uma alternativa viável para quem deseja buscar oportunidades no mercado de forma independente.

Inicialmente, uma das primeiras distinções feitas foi entre Trabalho Formal e Trabalho Informal. Segundo a literatura especializada, entende-se como Trabalho Formal aquele exercido com reconhecimento estatal, seja através de vínculo empregatício ou de maneira empresarial, que ocorre dentro das normas estabelecidas pela legislação, garantindo acesso a direitos trabalhistas e à Previdência Social. Já o Trabalho Informal, por outro lado, ocorre sem o devido reconhecimento estatal, o que pode gerar uma série de consequências negativas tanto para o trabalhador quanto para o empreendedor, como a falta de direitos e a vulnerabilidade social (ANTUNES, 2009). Naquela oportunidade foi enfatizada a importância de optar pela

formalização, ressaltando que, apesar de algumas burocracias, o trabalho formal oferece mais segurança e proteção aos indivíduos.

Em seguida, foi feita a diferenciação entre os termos: Empregado, Empregador e Empreendedor, três conceitos essenciais para quem ingressa no mundo do trabalho. O Empregado foi descrito como aquele que presta serviços para uma empresa ou pessoa, recebendo uma remuneração por isso. O Empregador, por sua vez, é aquele que contrata o colaborador, sendo responsável por suas condições de trabalho e pelo cumprimento das leis trabalhistas. Já o Empreendedor foi definido como alguém que cria e desenvolve um negócio, assumindo os riscos e buscando inovações para alcançar o sucesso (DELGADO, 2020; DORNELAS, 2005). A abordagem dos temas visou destacar a importância de cada um desses papéis para o funcionamento da economia e para a dinâmica do mercado de trabalho.

Por fim, foi repassado aos discentes questões jurídicas fundamentais para o entendimento do mundo do trabalho. Foi introduzido o conceito de direito do trabalho, que envolve um conjunto de normas que regem a relação entre empregados e empregadores, garantindo que os direitos dos trabalhadores sejam respeitados e que as condições de trabalho sejam adequadas (DELGADO, 2020). O objetivo foi conscientizar os alunos sobre a importância de conhecer seus direitos desde o início da vida profissional, para que possam tomar decisões informadas e evitar possíveis abusos.

Além disso, também foi discutido o Direito Previdenciário, que trata da proteção social aos trabalhadores em casos de doenças, acidentes de trabalho, aposentadoria, entre outros. Foi trabalhado em sala como a contribuição à Previdência Social garante ao trabalhador benefícios que são essenciais para sua segurança financeira no futuro, e como a formalização do trabalho é um passo crucial para garantir esses direitos. A previdência, portanto, foi apresentada como uma rede de proteção que visa assegurar que os

trabalhadores possam contar com suporte em situações de vulnerabilidade (MARTINS, 2023).

Durante aquelas aulas, foi enfatizado o papel da conscientização sobre esses direitos, especialmente no contexto atual, onde muitos trabalhadores ainda se encontram em situações de trabalho informal, sem acesso a benefícios e sem a devida cobertura previdenciária. Os participantes foram alertados sobre os riscos dessa informalidade, como a exposição a acidentes de trabalho, a falta de acesso à aposentadoria, e a dificuldade de obtenção de crédito ou empréstimos.

Ao final do primeiro bimestre, os alunos foram incentivados a refletir sobre as escolhas que teriam que fazer no futuro em relação à sua trajetória profissional, considerando os prós e contras de cada uma das alternativas: ser empregado, empregador ou empreendedor. A proposta foi proporcionar uma visão ampla do mercado de trabalho e dar aos estudantes as ferramentas necessárias para que possam tomar decisões conscientes e informadas, baseadas no conhecimento adquirido durante o primeiro bimestre.

No segundo bimestre iniciou-se a construção de um Plano de Negócios pelos alunos. Os participantes foram inicialmente divididos em grupos de 04 a 06 integrantes e receberam a missão de desenvolver um plano detalhado e viável de um empreendimento de pequeno porte a ser instalado nas imediações da escola, razão pela qual deveriam considerar as necessidades da comunidade local. Essa dinâmica foi importante para proporcionar uma experiência prática e colaborativa, promovendo o aprendizado em grupo.

O primeiro passo para a elaboração do plano foi o recebimento de um formulário com 11 páginas (anexo), dividido em várias etapas que guiaram os alunos ao longo do processo. A primeira seção do formulário foi intitulada "Levantamento Preliminar", onde os grupos deveriam fazer uma série de reflexões iniciais sobre o empreendimento. Nessa fase, foi fundamental que os

alunos escolhessem o ramo ou a atividade que pretendiam explorar, levando em consideração as carências e oportunidades do bairro ao redor da escola. Essa escolha deveria ser cuidadosa, já que a proximidade com o público-alvo (a comunidade escolar) exigiria uma análise sobre as necessidades dessa população.

Além de definir o ramo de atividade, os alunos deveriam também escolher um nome fantasia para o estabelecimento, um elemento importante para a construção da identidade da empresa. O nome escolhido precisaria ser atraente, fácil de lembrar e refletir os valores da empresa. Nesse momento, os grupos também precisavam pensar sobre os produtos ou serviços que seriam oferecidos e como poderiam satisfazer as necessidades do público-alvo. A localização, por sua vez, deveria ser vantajosa e de fácil acesso para os futuros clientes.

Outro aspecto relevante da primeira parte do levantamento foi à análise de concorrência. Os alunos foram orientados a pesquisar os principais concorrentes na região e identificar suas vantagens e desvantagens. Com essas informações, os grupos deveriam definir estratégias para competir de maneira eficaz, buscando oferecer algo que se destacasse dos rivais, seja pela qualidade, preço, ou por um atendimento diferenciado.

A publicidade também foi um ponto crucial: os alunos precisaram pensar em formas de divulgar o novo empreendimento, utilizando mídias tradicionais ou digitais, dependendo do orçamento disponível. Os alunos conseguiram compreender que as estratégias de marketing dependem diretamente do alcance que se quer dar a determinada marca. Considerando que o público alvo era as pessoas que frequentam a escola e os moradores daquelas imediações, os alunos entenderam que a utilização de panfletagem, outdoor, carro de som, comercial nas emissoras de rádio da cidade, e

divulgação via redes sociais poderia facilmente atingir o fim colimado, possibilitando avançar para as demais partes do trabalho.

A segunda parte do formulário estava focada na construção da identidade da empresa. Nesse momento, os alunos precisaram refletir sobre os pilares que guiariam o negócio, como Missão, Visão e Valores. Segundo Chiavenato (2005) a Missão de uma empresa expressa seu propósito e o que ela busca entregar aos clientes. A Visão, por sua vez, é uma projeção do futuro do empreendimento, refletindo os objetivos de crescimento e sucesso a longo prazo. Já os Valores traduzem os princípios e ética que norteiam as ações da empresa, como compromisso com a qualidade, respeito ao meio ambiente ou responsabilidade social.

Com a identidade da empresa bem definida, os alunos passaram à etapa de planejamento financeiro, onde deveriam listar e orçar os itens necessários para estruturar o negócio. Maquinários, equipamentos, utensílios e outros itens essenciais foram levantados e calculados, sempre buscando opções que fossem viáveis dentro da realidade financeira de um empreendimento de pequeno porte. A utilização de computadores com acesso a internet foi crucial para realizar essa pesquisa de mercado, uma vez que permitiu acesso a fornecedores e preços atualizados, facilitando a tomada de decisões de compra.

Além disso, foi solicitado aos grupos que realizassem um levantamento dos insumos necessários para a operação mensal do empreendimento, como matérias-primas ou produtos que seriam vendidos. Os alunos também precisaram identificar as despesas básicas mensais, como contas de água, energia, internet, materiais de limpeza, publicidade e outros custos operacionais. Essas informações eram fundamentais para garantir que o empreendimento fosse financeiramente viável e que os custos estivessem dentro do orçamento projetado.

Outro conceito importante que os alunos aprenderam foi o de Capital de Giro. Eles foram orientados a calcular o valor necessário para cobrir as despesas cujo pagamento necessita ocorrer antes do recebimento das vendas. Ele é essencial para garantir a liquidez do negócio, ou seja, a capacidade de cumprir com as obrigações no dia a dia. A falta de Capital de Giro é uma das principais causas de falência de pequenas e médias empresas, especialmente nos primeiros anos de funcionamento (ASSAF NETO, 2012). A estimativa do Capital de Giro foi uma etapa importante, pois permitiu aos alunos perceberem a dinâmica de fluxo de caixa e a necessidade de recursos para manter as operações funcionando sem interrupções.

A questão do imóvel a ser utilizado também foi abordada. Os alunos foram informados de que o empreendimento deveria ser montado em um imóvel alugado e que, via de regra, os aluguéis exigem o pagamento de uma caução, ou seja, uma garantia utilizada para assegurar o cumprimento de uma obrigação, podendo recair sobre bens móveis, imóveis, dinheiro ou outros instrumentos. A finalidade da caução é proteger o credor contra o inadimplemento da obrigação principal (GAGLIANO, PAMPLONA FILHO, 2021). Esse dado levou os grupos a estimar o valor do aluguel e da caução, o que representou mais uma despesa inicial a ser considerada no planejamento financeiro. Com base nessas informações, os alunos puderam calcular o valor total do investimento inicial, utilizando a fórmula que somava o Investimento Estrutural, as Despesas Mensais, o Capital de Giro e o valor da Caução.

Com a parte financeira mais estruturada, os grupos passaram a definir o Quadro Societário do empreendimento. O Quadro Societário é uma representação formal da composição de uma empresa em relação aos seus sócios ou acionistas. Nele constam informações como nome dos sócios e o percentual de participação no capital social. Esse quadro é essencial para fins de registros contábeis, jurídicos e fiscais, além de ser exigido por órgãos

públicos e instituições financeiras (RIBEIRO, 2019). Essa etapa envolveu a escolha dos sócios, incluindo a designação de um sócio administrador, responsável legal pela empresa. A função do sócio administrador foi detalhada, incluindo a responsabilidade por assinar contratos, admitir e demitir funcionários, e representar a empresa perante órgãos oficiais (RIBEIRO, 2019). Além disso, os alunos realizaram a divisão de tarefas entre os sócios, o que os ajudou a compreender a complexidade e a importância de cada função dentro da organização.

A definição do Pró-labore, ou retirada mensal dos sócios a título de salário, também foi uma parte importante do exercício. Os alunos simularam como seria as retiradas mensais de cada sócio, considerando a saúde financeira da empresa (RIBEIRO, 2019). Além disso, a simulação de um possível empréstimo para financiar a criação do negócio permitiu aos alunos compreenderem as condições de crédito e os custos de endividamento envolvidos no processo de abertura de uma empresa.

Finalmente, a última fase do processo de construção do Plano de Negócios envolveu a criação do Layout do estabelecimento e o design da Logomarca.

Segundo Chiavenato (2005), o Layout consiste na organização física e funcional dos espaços, envolvendo a disposição dos equipamentos, mobiliários e fluxos internos de um estabelecimento. Seu objetivo é otimizar a operação, melhorar a eficiência dos processos, garantir a segurança e proporcionar conforto aos clientes e colaboradores. Esse planejamento abrange desde a disposição das áreas de atendimento, produção e armazenamento até os acessos, circulação de pessoas e logística interna. Um bom Layout é essencial para a produtividade e a experiência do cliente.

Já a Logomarca consiste em um símbolo gráfico que representa visualmente uma marca, empresa ou produto. Ela pode ser composta por

tipografia (nome da marca), símbolo ou ambos, e tem como função identificar e diferenciar a organização no mercado (FARINA, 2014).

Esses elementos visuais foram fundamentais para a construção da identidade da marca e para a forma como o público perceberia o empreendimento. Os alunos compreenderam a importância do design (tanto do ambiente quanto da marca) para a prospecção de clientes e para consolidação da imagem da empresa no mercado.

Ao longo do terceiro bimestre, os discentes ficaram incumbidos de realizar uma apresentação do Plano de Negócios. Foram orientados a confeccionar uma apresentação em *Power-Point* ou *Canva* detalhando as informações contidas no documento elaborado no bimestre anterior. Dessa maneira, foi possível trabalhar transversalmente com os alunos noções de Informática Básica.

Cada grupo dispunha de até 10 minutos para apresentar seu empreendimento para os demais grupos de sua turma. As apresentações ocorreram no anfiteatro da escola. A avaliação dos trabalhos foi dividida em três partes, a saber: pontos atribuídos pelo professor, pontos atribuídos pelos demais grupos, pontos de autoavaliação do grupo. Os grupos ainda tiveram um momento de feedback individual, e um segundo momento de feedback coletivo. Acredita-se que o uso dessas formas de avaliação e de devolutiva dos resultados tende a melhor envolver-los no processo de aprendizagem, além de despertar o senso crítico e a autocrítica, proporcionando um *lócus* de troca de experiências e impressões.

Já no quarto e último bimestre os alunos tiveram noções de como colocar em prática o Plano de Negócios confeccionado através de cinco passos, a saber:

Quadro 02: Cinco Passos para Abertura do Próprio Negócio

Passos	Detalhamento
1º Levantamento de Capital	<p>É o levantamento de dinheiro para quitar às despesas inerentes a abertura do negócio, tais como: local, itens estruturais, insumos, etc. Via de regra, pode ocorrer nas formas abaixo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos próprios: ocorre quando os sócios investem do próprio bolso o valor para abertura de um empreendimento. • Tomada de empréstimo: ocorre quando os sócios buscam linhas de crédito junto a instituições bancárias para fins de custear a abertura de um empreendimento. Os juros tendem a ser menor nas seguintes hipóteses: <ul style="list-style-type: none"> ➢ <i>Hipoteca:</i> oferta de um bem imóvel como garantia de pagamento. ➢ <i>Penhor:</i> oferta de um bem móvel como garantia de pagamento ➢ <i>Alienação Fiduciária:</i> a propriedade do bem só é transferida ao tomador de empréstimo mediante a quitação total do valor e dos juros. • Procura por Investidor Anjo: ocorre quando terceiros investem capital próprio em empresas nascentes com alto potencial de crescimento, estabelecendo um conjunto de condições para realização do aporte financeiro.
2º Formalização do Negócio	<p>O empreendedor necessita verificar quais burocracias são necessárias para abertura do próprio negócio. Cada tipo de negócio pode ter normas próprias de funcionamento, que devem ser observadas.</p> <p>Ex.: Alvará da Prefeitura, vistoria do Corpo de Bombeiros, elaboração e registro do Contrato Social perante a Junta Comercial, etc.</p>
3º Contratação e treinamento de pessoal	<p>Deve-se verificar a necessidade de contratação de mão-de-obra para trabalhar no empreendimento. Visando a qualidade dos produtos e serviços, faz-se necessário alinhamentos entre a equipe, o que envolve treinamentos que vão desde o atendimento até a execução dos serviços/ confecção dos produtos.</p>
4º Estratégias de Marketing	<p>É nesta fase em que as artes (visuais, auditivas e/ou audiovisuais) devem ser escolhidas e trabalhadas, bem como se deve escolher quais canais serão utilizados para a divulgação (rádio, TV, internet, panfletos, etc). Nada impede que durante o funcionamento do empreendimento as estratégias sejam redefinidas para otimizar os resultados.</p>
5º Inauguração	<p>É o momento em que o empreendimento começa a funcionar de fato. É o momento em que o empreendedor expõe seus produtos/serviços pela primeira vez aos seus clientes. Diversas estratégias para lançamento da marca e produtos/serviços podem ser utilizadas.</p> <p>Ex.: festa de lançamento restrita para convidados, degustação de produtos, promoções para atrair clientes, etc.</p>

Fonte: os autores

Em resumo, a confecção de um Plano de Negócios pelos alunos foi um exercício completo que envolveu o desenvolvimento de habilidades essenciais

para a criação de uma empresa. Desde a escolha do ramo de atividade até o planejamento financeiro e a construção da identidade da marca, os alunos passaram por todas as etapas do processo empreendedor, adquirindo conhecimentos valiosos sobre como planejar, organizar, administrar e executar um negócio. Esse exercício não apenas os preparou para a realidade empresarial, mas também incentivou o pensamento estratégico e o trabalho em equipe, habilidades essenciais para qualquer empreendedor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência relatada neste trabalho revelou-se como uma prática pedagógica inovadora e altamente significativa para a formação integral dos jovens do Ensino Médio em Tempo Integral (EMTI). A confecção de Planos de Negócios, ao articular teoria e prática, possibilitou que os estudantes desenvolvessem habilidades empreendedoras essenciais, ao mesmo tempo em que compreendiam de forma concreta os desafios e as exigências do mercado de trabalho formal.

Ao longo do projeto, foi possível observar o amadurecimento intelectual e social dos alunos, que passaram a demonstrar maior senso de responsabilidade, espírito de liderança e cooperação. A construção colaborativa dos empreendimentos favoreceu o protagonismo juvenil e contribuiu para o fortalecimento da autoestima dos participantes, muitos dos quais se encontram em contextos de vulnerabilidade econômica e social. Essa vivência prática também reforçou a importância da educação como ferramenta de transformação pessoal e coletiva.

A abordagem multidisciplinar adotada nas aulas de *Inovação Social, Científica e Empreendedorismo* permitiu que os estudantes conectassem saberes diversos, como Direito, Marketing, Administração e Finanças, de maneira contextualizada. O domínio desses conteúdos os tornou mais preparados para

refletirem criticamente sobre suas opções profissionais e para tomarem decisões embasadas, seja em relação à abertura de um negócio próprio, seja na atuação em organizações formais.

Importante ressaltar que, além dos conhecimentos técnicos, os alunos também foram instigados a desenvolver uma consciência cidadã e ética, compreendendo o papel do empreendedor não apenas como gerador de lucros, mas como agente de mudança social e econômica. Essa perspectiva amplia o alcance da proposta, pois insere o empreendedorismo em uma lógica de compromisso com o desenvolvimento sustentável e com a valorização da comunidade local.

Apesar das limitações estruturais e das dificuldades enfrentadas, a experiência descrita indica que é possível ressignificar o espaço escolar como ambiente de formação empreendedora. Para tanto, é necessário que os gestores públicos, as equipes pedagógicas e os próprios docentes estejam engajados em promover metodologias ativas, que deem sentido aos conteúdos trabalhados em sala de aula e que considerem as reais demandas dos estudantes.

Assim, conclui-se que inserir atividades práticas de empreendedorismo no currículo do EMTI é uma estratégia eficaz para preparar os jovens para se inserir de maneira formal no mercado de trabalho. Projetos como o desenvolvimento de Planos de Negócios contribuem não apenas para a qualificação profissional dos estudantes, mas também para sua emancipação social, tornando-os sujeitos mais autônomos, críticos e preparados para construir trajetórias de sucesso com responsabilidade e consciência social.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. 7. ed. São Paulo: Boitempo, 2009.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DELGADO, Mauricio Godinho. **Curso de Direito do Trabalho.** 20. ed. São Paulo: LTr, 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FABBRI, Enzo; FERREIRA, Ricardo. Dificuldades no ingresso de jovens no mercado de trabalho brasileiro. **Revista Tópicos**, v. 1, n. 4, 2023. Disponível em: <https://revistatopicos.com.br/artigos/dificuldades-no-ingresso-de-jovens-no-mercado-de-trabalho-brasileiro>. Acesso: 05 jan. 2025.

FARINA, Modesto. **Comunicação empresarial: teoria e prática.** 4. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2014.

FERRETTI, Celso. João. A reforma do Ensino Médio e sua questionável concepção de qualidade da educação. **Estudos Avançados**, v. 32, n. 93, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/152508>. Acesso em: 05 jan. 2025.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil: contratos.** Vol. 3. 21. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

INEP. Censo da Educação Brasileira. **Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira.** Brasília: 2023. Disponível em: <https://qedu.org.br/escola/31015059-ee-professor-joao-anastacio>. Acesso em: 27 jan. 2025.

MARTINS, Sérgio Pinto. **Direito Previdenciário.** 44. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

MENEZES, Rodolfo Pombo; MARIANO, Sandra Regina Holanda; CUNHA, Robson Moreira. A Educação para o Empreendedorismo no Novo Ensino Médio: uma análise dos documentos orientadores curriculares estaduais.

Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 18, 2024. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/58848>. Acesso em: 11 jan. 2025.

MINAS GERAIS. Ensino Médio em Tempo Integral: documento orientador. Cartilha elaborada pela Secretaria de Educação do Estado de Minas Gerais. Belo Horizonte: 2022. Disponível em:

<https://www.educacao.mg.gov.br/wp-content/uploads/2023/01/DOCUMENTO-ORIENTADOR-EMTI-2022.pdf>. Acesso em: 11 jan 2025.

MINAS GERAIS. Resolução SEE nº 4.668/2021: dispõe sobre as matrizes curriculares do Ensino Médio em Tempo Integral Profissional - EMTI para as turmas de 1º ano com início em 2022 nas escolas da Rede Estadual de Ensino de Minas Gerais, 2021. Disponível em:

https://acervodenoticias.educacao.mg.gov.br/images/documentos/4668-21-r_Public.03-12-21.pdf. Acesso em: 11 jan. 2025.

MORAES, Ithaúna Albuquerque Martins. MORAIS, Raimundo Nonato de. A importância do plano de negócios para uma gestão mais eficiente. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, v. 04, nº 06, 2020. Disponível em:

<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/plano-de-negocios>. Acesso em 11 jan 2025.

REZENDE, Dorinha Seabra. Rumo a um Novo Ensino Médio: os desafios e perspectivas da reforma da reforma. **Revista Exame**, 17 de maio de 2024. Disponível em:

<https://exame.com/brasil/rumo-a-um-novo-ensino-medio-os-desafios-e-perspectivas-da-reforma-da-reforma/>. Acesso em: 11 jan. 2025.

RIBEIRO, Gladston Mamede. **Empresário, sociedade empresária e estabelecimento**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MINAS GERAIS. Ensino Médio em Tempo Integral: documento orientador. Secretaria de Educação do Estado de Minas Gerais, 2022. Disponível em:

<https://www.educacao.mg.gov.br/wp-content/uploads/2023/01/DOCUMENTO-ORIENTADOR-EMTI-2022.pdf>. Acesso em: 11 jan 2025.

SEBRAE. Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio. Brasília: SEBRAE, 2022. Disponível em: <https://lnk.in/kY2a6I>. Acesso em: 6 jul. 2025.

OBSERVAÇÕES OU AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio por meio da bolsa de fomento concedida ao pesquisador Cáio César Nogueira Martins no âmbito do Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora – PPGCSO/UFJF.

Anexo

PLANO DE NEGÓCIOS

(Versão Simplificada e Ajustada para Publicação)

LEVANTAMENTOS PRELIMINARES

Nesta etapa você(s) deverá(ão) responder as perguntas propostas, tendo como objetivo melhor definir as características e estratégias para criar o empreendimento escolhido para este Plano de Negócios.

- a) Qual o ramo/atividade a ser explorado?
- b) Qual o nome que vocês pretendem dar ao estabelecimento?
- c) Qual(is) produtos/serviços serão oferecidos no estabelecimento?
- d) Qual a localização do estabelecimento?
- e) Quem são os potenciais clientes/ público destinatário?
- f) Quais as formas de publicidade serão empregadas para divulgar seu negócio?
- g) Há concorrentes na região? Quais os nomes? Onde se localizam?
- h) Qual(is) será(ão) a(s) estratégia(s) para competir com os concorrentes?
- i) Desenhe abaixo a logomarca (símbolo) do empreendimento.

IDENTIDADE DA EMPRESA

Missão, Visão e Valores são o tripé que confere identidade e propósito para uma empresa – *consultar exemplos na internet.*

- **Missão:** é o propósito da empresa, o motivo pelo qual ela existe e trabalha todos os dias.
- **Visão:** é a declaração de onde a empresa quer chegar, um grande objetivo a ser alcançado a longo prazo.
- **Valores:** são os princípios a serem seguidos em todas as ações da organização, devendo ser visíveis tanto interna quanto externamente.

MISSÃO

VISÃO

VALORES

INVESTIMENTO ESTRUTURAL

Nesta etapa você(s) deverá(ão) listar e orçar todos os itens necessários para estruturar o empreendimento escolhido para este Plano de Negócios, ou seja, todos os maquinários, equipamentos e utensílios necessário para dar início às atividades.

Qtd.	Item	Valor Unitário	Valor Investido
TOTAL			

DESPESAS MENSAIS

Nesta etapa você(s) deverá(ão) listar e orçar os insumos (itens que serão vendidos e/ou itens que serão utilizados para produzir os produtos que serão vendidos), necessários para o funcionamento do empreendimento escolhido para este Plano de Negócios.

Qtd.	Insumos	Valor Unitário	Valor Investido
TOTAL			

Nesta etapa você(s) também deverá(ão) listar e orçar as despesas básicas não contempladas como insumos para o funcionamento do empreendimento escolhido para este Plano de Negócios. Ex.: Água, Energia Elétrica, Telefone, Material de limpeza, etc.

OBS.: Os gastos com Publicidade deverão ser incluídos nesta planilha.

Eventuais despesas com empréstimos deverão ser incluídas nesta planilha.

Qtd.	Despesas Básicas	Valor Unitário	Valor Investido
TOTAL			

DESPESAS MENSAIS = Insumos + Despesas Básicas = _____

CAPITAL DE GIRO

Nesta etapa você(s) deverá(ão) estabelecer um valor que deve ser armazenado em caixa para cobrir antecipação de pagamento a fornecedores e cobrir o caixa em períodos de queda nas vendas. Este valor deverá ser calculado utilizando a seguinte fórmula:

CAPITAL DE GIRO = 1 (Insumos + Despesas Básicas) = _____

OBS.: quanto mais elevado o Capital de Giro melhor, pois parte dessa reserva financeira poderá servir para expansão futura do empreendimento.

ALUGUEL

Nesta etapa você(s) deverá(ão) estimar o valor pago a título de aluguel para a sede física do empreendimento escolhido para este Plano de Negócios.

Valor mensal: _____ (incluir este valor nas despesas básicas)

Tipo de contrato: () Avalista/Fiador

() Caução - pagamento antecipado de 3 meses

Valor da caução: _____

VALOR INVESTIDO

Nesta etapa você(s) deverá(ão) utilizar a seguinte fórmula para calcular o valor a ser investido para dar início ao empreendimento:

VALOR INVESTIDO = Investimento Estrutural + Despesas Mensais + Capital de Giro + Caução = _____

QUADRO SOCIETÁRIO

Nesta etapa você(s) deverá(ão) estabelecer a participação de cada sócio no empreendimento escolhido para este Plano de Negócios.

Sócios	Percentagem	Valor
1-		
2-		
3-		
4-		
5-		
6-		
TOTAL	100%	

Sócio Administrador: _____

OBS.: O Sócio Administrador é aquele que juridicamente responde pela empresa, que assina contratos, contrata e demite funcionários, etc.

Divisão de tarefas entre os sócios:

- 1- _____

- 2- _____

- 3- _____

4- _____

5- _____

6- _____

Pró-labore dos Sócios: salário dos sócios

Sócio	Pró-labore
1-	
2-	
3-	
4-	
5-	
6-	
TOTAL	

OBS.: O valor da parcela deverá ser incluso na planilha de Despesas Básicas.

LEVANTAMENTO DE CAPITAL

Nesta etapa você(s) deverá(ão) verificar de que forma pretendem levantar os valores necessários para abertura do empreendimento escolhido para este Plano de Negócios.

- () Recursos Próprios
(x) Empréstimo Bancário

Instituição escolhida: _____

Valor tomado a título de empréstimo: _____

Valor da parcela: _____

Quantidade de meses para pagar: _____

OBS.: Esta pesquisa deverá ser feita na internet, em sites de bancos.

O valor da parcela deverá ser incluso na planilha de Despesas Básicas.

LAYOUT DO EMPREENDIMENTO

O Layout é uma representação gráfica (desenho) de organização de um determinado espaço, ou seja, é uma representação da planta da empresa, apontando, inclusive, a disposição de móveis, maquinários, balcões, etc. Nesta etapa você(s) deverá(ão) realizar um esboço de como será organizada a sede física do empreendimento escolhido para este Plano de Negócios. Poderá ser desenhado com lápis e régua, ou através de programas/aplicativos e impressa em folha A4.