

Eles montaram uma empresa. Na escola

Marina Morena Costa

Colégios oferecem cursos com conceitos de empreendedorismo. Alunos planejam desde o aluguel até a campanha de marketing.

A empresa de Maria Eugênia Maramaldo, 16 anos, criou uma camiseta esportiva de filamentos de pet. O tecido, desenhado especialmente para prática de esporte, amassa menos, é mais leve e vem com um pequeno cronômetro na manga. Para obter a matéria-prima, a empresa fechou uma parceria com catadores de material reciclável. Cinco por cento do lucro das vendas do produto irão para a cooperativa.

A ideia inovadora não surgiu de uma empresária, mas de um grupo de alunos do ensino médio técnico em comércio exterior do Colégio Visconde de Porto Seguro, escola particular com sede no Morumbi, bairro nobre de São Paulo. Durante um ano os estudantes trabalharam no projeto, desde a criação do produto até a campanha de marketing e o estudo de seu potencial de importação.

Maria Eugênia conta que a criação do produto foi a parte mais fácil. Difícil foi correr atrás de parcerias e patrocínios. "Eu ligava direto para as empresas, explicava o curso que fazia, o objetivo do projeto e ouvi muito 'não'. A experiência de fazer contatos profissionais, participar de reuniões e a autonomia de tocar um negócio são diferenciais na nossa formação", conta a estudante.

No curso técnico os estudantes têm disciplinas que muitos só conhecem na faculdade, como administração, matemática financeira, marketing, economia, relações internacionais, direito internacional, estatística, contabilidade e câmbio. "São conceitos adaptados para o ensino médio, mas muitos ex-alunos relatam que tiveram facilidade na universidade por causa do conteúdo específico", afirma o professor e coordenador José Manuel Melo.

O objetivo do curso é estimular a criatividade, a capacidade de desenvolver um projeto e viabilizá-lo economicamente. "Incentivamos eles a procurarem parcerias e passarem pelas dificuldades. Orientamos até a roupa que deve ser usada nas reuniões", conta o coordenador. Os estudantes viram "mini-executivos", meninas de salto alto e meninos de terno e gravata.

SOS Babá

No Augusto Laranja, colégio particular do bairro de Moema, empreendedorismo também é matéria do ensino médio. Os alunos têm aulas de educação financeira, contabilidade, empreendedorismo e projetam uma empresa inovadora.

Um dos grupos de 2010 desenvolveu o "SOS Babá", uma empresa de serviços esporádicos de baby sitter. "Muita gente tem babá fixa, mas às vezes precisa de uma temporária e de confiança. Nossa empresa tinha profissionais cadastradas e oferecia o serviço via internet", conta Mateus Barbosa, de 17 anos.

Apesar de fictício, os alunos tocam o projeto como se fosse real. Com uma verba de R\$ 100 mil, fazem pesquisa de mercado, cotação de aluguel, material para a empresa, organograma de funcionários e pesquisa salarial. "Eles são extremamente criativos, querem fazer coisas enormes e aí se dão conta de que R\$ 100 mil não é tanto dinheiro assim", conta a professora de empreendedorismo Kátia Assad, que também dá aulas no Senac.

Segundo a professora, o objetivo é inovar, seja na ideia ou na forma mais eficiente e diferente de tocar um negócio. "Passo a percepção de que não basta ser bom tecnicamente, é preciso ter um bom comportamento profissional. Ser mais seguro, saber se relacionar, tomar decisões. O empreendedor não é só aquele que abre o próprio negócio, mas também quem empreende na carreira", avalia Kátia.

Fonte: IG/Último Segundo, 10 abr. 2011. [Portal]. Disponível em:
<<http://ultimosegundo.ig.com.br>>. Acesso em: 12 abr. 2011.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais