

Educação empreendedora: a técnica de sublimação como inovação no segmento gráfico

Entrepreneur education: the sublimation technique as a graphic innovation

RESUMO

Segundo a Associação Brasileira da Indústria Gráfica ABIGRAF (2018), o mercado gráfico sofre constantes modificações e intervenções tecnológicas, exigindo dos *players* velocidade de atuação por meio de inovação e diferenciais que coloquem a empresa, produto ou serviços em vantagem competitiva. Este estudo tem por objetivo apresentar a prática do empreendedorismo realizado com um grupo de alunos do último ano do curso de Tecnologia em Produção Gráfica, sendo este um estudo de caso à pesquisa. O plano de negócios foi a ferramenta mercadológica que norteou este estudo empírico que apresentou como resultado um produto viável com margens expressivas de lucratividade, além do alcance da visibilidade para além das fronteiras da faculdade, local onde a partir de conceitos da educação empreendedora este projeto foi elaborado.

Palavras chave: Educação empreendedora. Empreendedorismo. Sublimação.

ABSTRACT

According to ABIGRAF (2018) the graphic market undergoes constant changes and technological interventions, requiring players speed of action through innovation and differentials that make the company, product / service with competitive advantage.

This study aims to present the practice of entrepreneurship conducted with a group of students of the last year of the technology course in graphic production, and this case study for research. The business plan was the marketing tool that guided this empirical study that presented as a result a viable product with expressive margins of profitability, beyond the reach of visibility beyond the boundaries of the college, where from Entrepreneurial Education concepts this project was elaborate.

Keywords: Entrepreneurial education. Entrepreneurship. Sublimation.

Leonardo Batista Rocha

Graduado em Matemática (Licenciatura) pela UNIBAN e em Tecnologia de Produção Gráfica pela Faculdade de Tecnologia SENAI Theobaldo De Nigris. leorochaa18@hotmail.com

Marcel Castilho Lock

Graduado em Design de Produto pela Universidade Estadual de Maringá - UEM e em Tecnologia de Produção Gráfica pela Faculdade de Tecnologia SENAI Theobaldo De Nigris. byron5671@hotmail.com

Nathália Leal Ferreira da Silva

Graduada em Tecnologia de Produção Gráfica pela Faculdade de Tecnologia SENAI Theobaldo De Nigris. nathalialeal35@gmail.com

Paulo Ricardo Campos Gouveia

Graduado em Tecnologia de Produção Gráfica pela Faculdade de Tecnologia SENAI Theobaldo De Nigris. paulo.gouveia.digital@hotmail.com

Catarina de Oliveira Cano

Graduada em Administração, com MBA em Marketing pela Cruzeiro do Sul, Gestão Empresarial pela Metodista em Finanças, pela FECAP e Doutoranda em Biotecnologia Industrial pela UFABC. Atualmente é Professora da Faculdade de Tecnologia SENAI "Theobaldo de Nigris". catarina.cano@sp.senai.br

1. INTRODUÇÃO

Em face de um mercado de atuação dinâmico e a exigência de que os profissionais se tornem multidisciplinares, capazes de possuir várias facetas de atuação, a importância da educação empreendedora para o desenvolvimento de alunos no curso superior tem sido uma demanda às instituições de ensino. E o desenvolvimento de um país pode ser reconhecido a partir do número de práticas empreendedoras que possui, quantidade de patentes, inovação e crescimento frente aos índices globais.

As orientações para este novo olhar educacional ultrapassam qualquer interesse privado ou local. Nesse sentido, as discussões têm sido realizadas considerando-se as recomendações da UNESCO, de conexão entre mercado, empreendedorismo e ensino. Segundo Lopes e Teixeira (2010), o desenvolvimento e implementação de programas com viés empreendedor norteiam grandes Instituições que já enxergam em seus planos pedagógicos de curso: premissas, objetivos e metodologia da educação empreendedora.

Como uma Instituição que visa propiciar ao aluno e conseqüentemente às indústrias o que há de mais atual, a Faculdade de Tecnologia SENAI “Theobaldo De Nigris”, em sua grade curricular apresenta aos alunos um projeto de empreendedorismo que visa, a partir da utilização da ferramenta plano de negócios, a experiência de o aluno poder atuar como um empreendedor que terá a complexa atividade de concepção do produto / serviço, até sua comercialização.

Neste modelo de aprendizagem, segundo Freire (2002), o aluno tem um papel atuante de evidência do conhecimento, necessitando, assim, reunir os conceitos apreendidos e fazendo com que em cada momento de estudo e durante as etapas de consolidação deste projeto, teoria e prática andassem numa via de mão única.

2. EMPREENDEDORISMO

Neste artigo, o tema central de discussão é o empreendedorismo e sua prática em projetos que desenvolvam nos alunos uma educação empreendedora.

Para Rocha e Freitas (2014) o empreendedorismo apresenta uma visão e prática muito positiva ao processo pedagógico, pois não apenas conduz o aluno a novos olhares, como também possibilita a inquietação quanto ao que lhe é oferecido em termos de recursos, sejam eles sociais, ambientais e econômicos-financeiros.

Para Dolabella (2008) a formação do empreendedor, como consequência de uma educação empreendedora possibilita as habilidades resumidas no Quadro 1.

Quadro 1 - Conteúdos da formação e habilidades do empreendedor

Conteúdos	Habilidades individuais requeridas
Know-why (atitudes, motivação, valores)	Autoconfiança, motivação para realizar;
Know-how (habilidades)	perverança, vontade do risco
Know-who (relações)	Habilidades técnicas
Know-when (oportunidade)	Habilidades para <i>networking</i>
Know-what (negócio)	Experiência e intuição
	Percepção de oportunidades

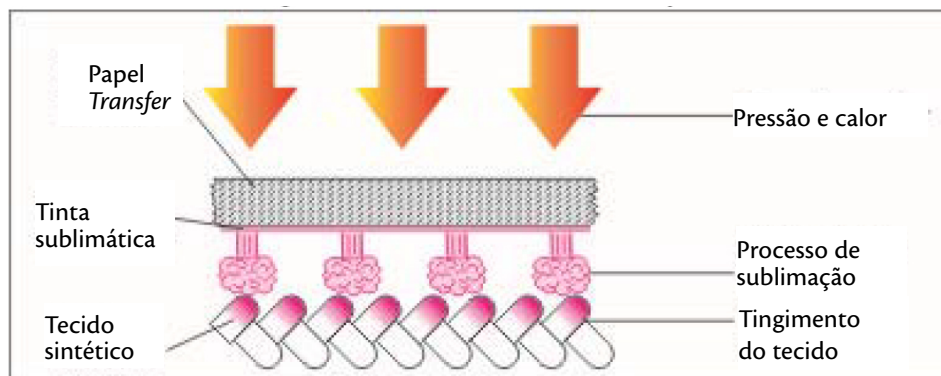
Fonte: Dolabella (2008)

Nesta perspectiva, podemos destacar, ainda, segundo Lautenschläger e Haase (2011), que essas habilidades serão potencializadoras de uma tomada de decisão melhor e propensão ao risco menor, pois os futuros empreendedores estarão mais preparados considerando-se aspectos teóricos e práticos em mercados dinâmicos.

3. MODALIDADE DA TECNOLOGIA GRÁFICA: SUBLIMAÇÃO

O projeto deveria ter alguma conexão com o mercado gráfico, para isso, o grupo escolheu a modalidade de impressão a partir da técnica de sublimação.

Figura 1 – Processo de Sublimação



Fonte: Maltez (2019)

Essa modalidade foi utilizada na confecção de canecas denominadas “mágicas”, processo pelo qual a partir da transferência de calor e utilização de tintas termocromáticas, após a inserção de líquidos com temperatura elevada, transferiam-se imagens que não eram possíveis à visualização antes desse procedimento.

4. METODOLOGIA

O método utilizado nesta pesquisa empírica foi estudo de caso, sendo este definido por Yin (2010, p. 39), como “(...) o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes”.

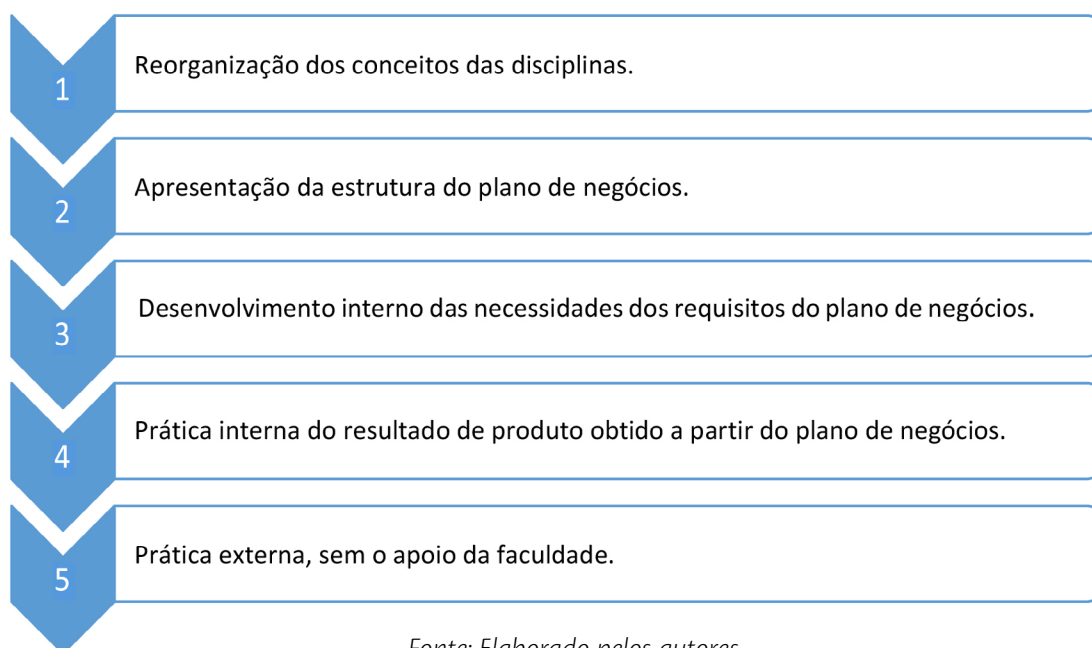
A utilização de métodos (Figura 2) com esta característica possibilita um estudo mais aprofundado, ainda que em um campo limitado, mas traz uma visão holística da pesquisa e de seus pontos de análise.

O processo, conforme apresentado na Figura 2, se deu inicialmente com base no conteúdo das disciplinas que os alunos tiveram em anos anteriores ao da execução deste projeto, sendo estas divididas em conceitos operacionais, financeiros, gestão empresarial e gestão de pessoas.

A partir deste conceito, em sala, o docente passou a conduzir a confecção deste documento, solicitando aos alunos a prática da interdisciplinaridade, buscando fontes que possibilitassem acessos à elaboração de planos, planilhas e projeções, acessando em diferentes momentos profissionais: internos, docentes e profissionais; e externos, em eventos, palestras e feiras que eram impulsionados pelas redes de acesso da instituição.

No momento seguinte, os alunos passaram a ter a oportunidade de expor seus projetos, bem como viabilizá-los internamente na faculdade por meio de stand, feiras e eventos internos.

Figura 2 – Processo metodológico



Fonte: Elaborado pelos autores

É interessante observar o quanto os alunos já nesta fase 4, tinham autonomia de negociação, bem como de customização conforme solicitação dos clientes.

Na fase 5, a faculdade, assim como os docentes não fizeram parte do processo de execução; o apoio ocorreu mais no sentido de motivar e fazer com que o aluno compreendesse seu estágio de evolução junto às práticas de empreendedorismo e vislumbrasse nortes de impulsionamento para novas oportunidades ou projetos.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como resultado deste projeto, foi possível identificar que o grupo em estudo conseguiu ultrapassar as barreiras da faculdade, ou seja, ainda enquanto alunos, atingiram números expressivos de comercialização de produtos produzidos a partir do conceito de projeto de empreendedorismo.

A partir da análise inicial do plano de negócios escrito pelo grupo, foi alcançado 300% a mais de lucratividade e a venda de canecas ultrapassou a quantidade inicial projetada de 100 unidades, chegando a 1.800 canecas nos primeiros dez meses, desde o conceito inicial.

Outro ponto expressivo foi o de que com este *payback*, foi possível a compra dos equipamentos, que anteriormente eram locados, além da aquisição de máquina de cartão para viabilizar a venda para outros públicos, a elaboração de páginas em redes sociais e a comercialização dos produtos por meio desses canais, novamente enfatizando a quebra da barreira de atuação.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do olhar de análise do “saber do empreendedor”, que basicamente é norteado por três perguntas: O que aprender? Por que aprender? Como aprender? Os alunos envolvidos neste projeto conseguiram entender a atuação de seu processo interno como aluno e externo como empreendedor, que poderá dar andamento a este e outros projetos.

Como agenda de pesquisa para novos artigos, fica a sugestão de se trabalhar a educação empreendedora deste o início do curso para que ao aluno tenha esta vivência por mais tempo, possibilitando resultados ainda mais expressivos financeiramente, socialmente e ambientalmente, atendendo, assim, a tríplice da sustentabilidade exigida pelo mercado.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA GRÁFICA (ABIGRAF). *Anuário estatístico da indústria gráfica*. ABIGRAF. São Paulo, 2003-2008.

DOLABELA, F. *Oficina do empreendedor*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

LAUTENSCHLAGER, A., & HAASE, H. (2011). *The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities*. *Journal of Entrepreneurship Education*, 14(1), 147-161.

LOPES, R. M. A. *Referenciais para a educação empreendedora*. In: LOPES, R. M. A. (Org.). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: SEBRAE, 2010.

LOPES, R. M. A.; TEIXEIRA, M. A. A. *Educação empreendedora no ensino fundamental*. In: LOPES, R. M. A. (Org.). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: SEBRAE, 2010.

MALTEZ, A. (São Paulo). *Escola Senai Theobaldo de Nigris (ed.)*. Impressão offset: sublimação em offset. São Paulo: Senai, 2019. 13 slides, color.

ROCHA, E. L. C., FREITAS, A. A. F. *Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor*. *RAC*, Rio de Janeiro, v.18, n. 4, art. 5, p. 465- 486, jul./ ago. 2014.

SOUZA, A. M. R., SILVA, A. S. L.; RABELO NETO, A.; SOUZA, J. L. R. *Rompendo a fronteira do empreendedorismo: uma experiência de educação e sustentabilidade socioambiental no Estado do Ceará*. In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) *Educação para o empreendedorismo*. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.