

REDE UNINTER DE COLABORAÇÃO ACADÊMICA/EMPRESARIAL - POLO RIO NEGRO, PR

UNINTER ACADEMIC/BUSINESS COLLABORATION NETWORK – ONSITE SUPPORT
CENTER AT RIO NEGRO (PARANÁ STATE, BRAZIL)

REDE UNINTER DE COLABORACIÓN ACADÉMICO-EMPRESARIAL – NÚCLEO RIO
NEGRO (ESTADO DE PARANÁ, BRASIL)

Anderson Euclides de Souza

Pós-Graduado em Formação Docente para EAD, Orientador Pedagógico dos cursos da Escola de Gestão
EAD UNINTER-PAP Rio Negro, PR

Gicele Aparecida Wormsbecher

Mestre Profissional em Educação e suas Tecnologias, Gestora do PAP UNINTER Rio Negro, PR

Marcos de Oliveira

Pós-Graduação Formação Docente para EAD, Orientador Pedagógico dos cursos da Escola de Gestão EAD
UNINTER-PAP Rio Negro, PR

RESUMO

No contexto da atual situação econômica, a crescente demanda de empresas por apoio, a responsabilidade social junto à comunidade e a prioridade dada à aprendizagem na prática, a UNINTER Polo Rio Negro sentiu a necessidade de elaborar um programa gratuito de assessoria integrada, que envolve tutores e graduandos dos cursos ofertados pela modalidade EAD. Esta rede incorpora acadêmicos das diferentes áreas, que se coordenam para a conquista de objetivos comuns, neste caso, a melhoria da qualidade do ensino, a partir de práticas contextualizadas, e a melhoria da gestão de empresas individuais, de microempresas e de pequenas propriedades rurais da região sede do Polo. O objetivo é capacitar os estudantes, tendo como objeto de estudo os dados reais de empresas que procuram a colaboração da rede (MEI, MICRO e Pequenos Produtores Rurais). Busca-se auxiliar as empresas no desenvolvimento de sistemas; contabilidade básica; projetos e viabilidades administrativas; publicidade e propaganda de empresas e produtos; comunicação social; gestão ambiental; logística; processos gerenciais; projetos de produção e elétrica, conforme as necessidades de cada empresa que procura o programa. Acredita-se que os acadêmicos precisam vivenciar problemas reais, e junto aos seus colegas e professores, encontrar soluções inovadoras, formando uma rede de colaboração e construção de estratégias coletivas. As práticas do REDETEC envolvem encontros semanais, com desenvolvimento de oficinas, minicursos e palestras, tendo como foco principal desenvolver estudos de casos de empresas reais, dos mais diversos ramos, pautados em quatro eixos: financeiro, plano de negócio ou planejamento estratégico, marketing, estrutura organizacional.

Palavras-chave: Rede. Aprendizagem. Colaboração. Gestão.

ABSTRACT

By analyzing the current economic situation, the growing demand of companies for support, the social responsibility to the community, and the priority to learn by practice, UNINTER Polo Rio Negro felt the need to develop a free integrated counseling program, involving tutors and graduates of the courses offered by the EAD modality. This network involves academics from different areas, who are coordinated to achieve common objectives, in this case, improving the quality of teaching by contextualized practices, and improving the management of individual companies, microenterprises and small rural properties in the region nearby the Support Center. The objective is to train academics, having as object of study the real data of companies that seek the collaboration of the network (MEI, MICRO and Small Rural Producers). It seeks to assist

companies in the development of systems; basic accounting; projects and administrative feasibility; advertising and advertising of companies and products; social communication; environmental management; logistics; management processes; production and electrical projects according to the needs of each company that seeks the program. It is believed that academics need to experience real problems, and together with their colleagues and teachers, find innovative solutions, forming a network of collaboration and construction of collective strategies. The practices of REDETEC involve weekly meetings, with workshops, mini-courses and lectures, with the focus being to develop case studies of real companies, from the most diverse branches, based on four axes: financial, business plan or strategic planning, marketing, organizational structure.

Keywords: Network. Learning. Collaboration. Management.

RESUMEN

En el contexto de la actual situación económica, la creciente demanda de apoyo por parte de empresas, la responsabilidad social ante la comunidad y la prioridad dada al aprendizaje en la práctica, la UNINTER Núcleo Rio Negro sintió la necesidad de elaborar un programa sin costo de asesoría integrada, que involucre a tutores y graduandos de los cursos ofertados en la modalidad Educación a Distancia (EAD). Esa red incorpora a académicos de las diferentes áreas, que se coordinan para el logro de objetivos comunes, en este caso, el mejoramiento de la calidad de la enseñanza a partir de prácticas contextualizadas, así como el mejoramiento de la gestión de empresas individuales, de microempresas y de pequeñas propiedades rurales de la región sede del Núcleo. El objetivo es el de capacitar a estudiantes, que asumen como objeto de estudio los datos reales de empresas que buscan la colaboración de la red (MEI, MICRO y Pequeños Productores Rurales). Se trata de ayudar a las empresas en el desarrollo de sistemas; contabilidad básica; proyectos y viabilidad administrativa; publicidad y propaganda de empresas y productos; comunicación social; gestión ambiental; logística; procesos gerenciales; proyectos de producción y electricidad, de acuerdo con las necesidades de cada empresa que se dirige al programa. Se cree que los estudiantes necesitan enfrentarse a problemas reales y, junto a sus compañeros y profesores, buscar soluciones innovadoras, en una red de colaboración y construcción de estrategias colectivas. Las prácticas del REDETEC implican reuniones semanales, con el desarrollo de talleres, minicursos y charlas, con el propósito principal de desarrollar estudios sobre casos de empresas reales, de los más diversos campos, ubicados en cuatro ámbitos: el financiero, plan de negocio o planificación estratégica, marketing, estructura organizacional.

Palabras-clave: Rede. Aprendizaje. Colaboración. Gestión.

INTRODUÇÃO

Como parte de sua política de extensão, o PAP – Polo de Apoio Presencial de Rio Negro criou, em abril de 2018, o programa REDETEC – Rede UNINTER de Colaboração Acadêmica/Empresarial. As atividades do programa originam-se na pesquisa e no ensino, envolvendo o público acadêmico e a sociedade em geral. As ações compreendem palestras, cursos e oficinas com a participação de orientadores educacionais (tutores) dos diferentes cursos ofertados no referido PAP.

A atuação dos profissionais da educação superior e graduandos nessas atividades tem como principal objetivo apresentar propostas e alternativas de ensino e pesquisa, procurando colaborar e integrar a teoria acadêmica à realidade do mundo profissional, através da práxis e dos contextos reais de negócios. Este programa nasceu da preocupação

com a realidade local e a qualidade na aprendizagem dos estudantes dos cursos EAD. O intuito é de colocar os alunos de frente a realidades diversas, apostando no seu engajamento junto aos projetos a serem desenvolvidos coletivamente.

No programa criou-se um canal de assessoria a pequenas empresas (MEI) e a produtores rurais, para que os gestores possam contar com ferramentas e análise de resultados, que de alguma forma possam somar à sua atividade empresarial e comercial na busca de crescimento como empresa, baseados em três eixos: análise financeira, análise de marketing, planejamento de negócios e planejamento estratégico.

As práticas do REDETEC envolvem encontros semanais, nos quais são desenvolvidas oficinas, minicursos, palestras sobre os temas Matemática Financeira, Excel Iniciante e Matemática Financeira, Empreendedorismo, Planejamento, Gestão de RH, Gestão Qualidade, Folha de Pagamento, Custos Produto Serviço, Tributação, Finanças. O foco principal está em desenvolver estudos de casos de empresas reais, dos mais diversos ramos, pautados em quatro eixos: o financeiro, plano de negócio ou planejamento estratégico, marketing, estrutura organizacional.

É visível a evolução das tecnologias e as influências causadas por estas na sociedade. Este fato é notado também no processo de ensino-aprendizagem, onde os alunos e professores passaram a dispor de ferramentas administrativas e contábeis que possibilitam novas abordagens de ensino.

Este trabalho apresenta a execução e validação de um sistema de apoio ao ensino da contabilidade e administração, bem como nas demais áreas que compõem a gestão de empresas. A cada encontro, o processo de aprendizagem molda-se conforme os casos trazidos para sala de aula, e são essas as mesmas mudanças e desafios que esperam estes profissionais no decorrer de suas carreiras.

Há alguns anos, os professores correspondiam à necessidade dos alunos apenas com aulas expositivas e teorias em sala, onde o mestre era porta-voz do conhecimento e os alunos eram incumbidos de ouvi-lo. Atualmente, com o advento das tecnologias, o aluno tornou-se mais crítico e independente, visto que possui novas fontes de conhecimento à sua disposição. Esse processo fez com que alguns professores deixassem de lado a maneira tradicional de ensino e buscassem outras formas de cativar a atenção dos alunos e de ensiná-los. Os estudantes passaram a ter novas abordagens para atingir o aprendizado.

Neste contexto, o ensino à distância EAD, pelo advento da Internet, fez com que a disseminação de conhecimento atingisse um novo patamar e é neste cenário que o programa REDETEC pretende estabelecer suas bases. É possível e necessário alinhar todo o conteúdo EAD e as experiências discutidas em rede, com a prática necessária para o aperfeiçoamento e preparação dos futuros profissionais.

As empresas procuram o PAP e —após o empreendedor informar os dados de sua gestão e seus eventuais problemas aos coordenadores do programa—, os discentes assumem a tarefa de analisar os dados e criar propostas personalizadas para cada empresa, sempre orientados pelos orientadores educacionais. A proposta criada é apresentada pelos próprios graduandos, embasada nos conteúdos estudados na graduação.

Para uma maior interação de alunos e professores utilizamos a plataforma TRELLO, onde compartilhamos nossas metas, objetivos, reuniões e resultados. Também dispomos de um site (www.redetecuninter.blogspot.com) que semanalmente alimentamos com informações relativas ao trabalho de cada equipe, e traçamos nossa estratégia de execução, colocando assim em prática uma atividade virtual, para também contribuir com o aprendizado dos alunos.

REDE UNINTER DE COLABORAÇÃO ACADÊMICA EMPRESARIAL PAP RIO NEGRO

O presente projeto se dividiu em partes pedagogicamente discutidas entre os tutores dos cursos de bacharel em administração de empresas, bacharel em contabilidade e com a gestora do PAP. Assim, definiu-se a metodologia da aplicação dos temas que seriam abordados durante a aplicação do projeto, que são os seguintes: planejamento estratégico, plano de negócios, planejamento de marketing e planejamento financeiro.

Em comum acordo, os gestores definiram que todos os alunos participantes deveriam passar por oficinas sobre os temas definidos, pois o nivelamento se faz necessário para que, quando se deparassem com as situações de assessoria, tivessem uma base para iniciar o trabalho, pois o objetivo é que o aluno seja o protagonista no processo de apontamento das soluções, porém sempre com o auxílio dos professores.

Para Carrillo *et al* (2003), o conhecimento organizacional resulta de uma combinação entre,

[...] conhecimentos tácitos e explícitos, sendo a função da gestão do conhecimento quebrar barreiras e nivelar a disponibilidade de ambos os tipos, de tal forma que se torne um ativo empresarial. Contudo, uma questão básica é a de avaliar os benefícios deste conhecimento através da análise dos resultados de desempenho. Esta tarefa se torna mais provável se um método de avaliação baseado nos resultados finais das empresas é adotado.

O planejamento estratégico faz com que as empresas criem um caminho, ou seja, um norte para o seu desenvolvimento organizacional, gerando uma perspectiva de crescimento econômico financeiro; esta ferramenta de gestão não se aplica na sua essência em empresas de pequeno porte, as quais são os principais clientes deste projeto.

Segundo Stoner e Freeman (1999, p. 05), "planejar significa que os administradores pensam antecipadamente em seus objetivos e ações, e que seus atos são baseados em algum método, plano ou lógica, e não em palpites".

Mintzberg (2001, p. 258) afirma que: "O planejamento ajuda a transformar as estratégias pretendidas em estratégias realizadas, tomando o primeiro passo que leva finalmente à implementação".

O plano de negócios serve para que os possíveis empreendedores consigam desenvolver os seus projetos com segurança e que seja avaliada a sua viabilidade, com o fim de que possam a ser possíveis clientes do projeto.

Na visão de Wildauer (2011, p. 39):

O plano de negócio pode ser resumido como sendo um documento no qual o empreendedor demonstra, em linguagem formal e objetiva, o negócio que quer conceber e mostrar para seus parceiros, sócios e futuros investidores, passando a estes a visão, a missão e os objetivos do empreendimento, o plano operacional, o plano de marketing, o plano financeiro, e o plano jurídico, de modo a facilitar seu entendimento e a sua aceitação por parte dos interessados. O plano de negócio apresenta a importância de um correto planejamento de todas as atividades e os recursos que um empreendimento necessita, em todos os momentos porque são poucas as chances de um sonho de negócio se tornar realidade.

O marketing é uma ferramenta pouco utilizada pelas micro e pequenas empresas, pois as organizações não têm a consciência do retorno econômico que gera o marketing explorado na sua essência. Kotler (2002) defende que a utilização do plano de marketing torna a empresa menos vulnerável às crises, pois estas podem ser previstas com antecedência. Também é possível superar os concorrentes planejando cuidadosamente produtos e serviços mais adequados aos desejos e necessidades dos clientes, o que reduz os problemas da comercialização e planejamento dos produtos.

Kotler (2000, p. 713) afirma ainda que:

a implementação do marketing é o processo que transforma os planos de marketing em ações e assegura que estas sejam executadas de uma maneira em que se realizem os objetivos declarados no plano. As empresas podem adotar estratégias distintas de marketing, como composto de marketing, também conhecido por 4 Ps (produto, preço, praça e propaganda), análise ambiental, análise SWOT, algumas destas estratégias serão abordadas no decorrer do estudo.

O planejamento financeiro é o ponto principal em qualquer organização, mas muitas empresas desconhecem o seu custo mensal, sua lucratividade, o ponto de equilíbrio, entre outras situações contábeis; isso faz com que estas organizações entrem em dificuldade financeira e até mesmo em falência.

Para Gitman (2004, p. 92):

O processo de planejamento financeiro começa com a elaboração de planos financeiros de longo prazo, ou estratégicos. Por sua vez, tais planos orientam a formulação de planos e orçamentos de curto prazo, ou operacionais, que, em geral, significam a implantação dos objetivos estratégicos de longo prazo da empresa.

Após o nivelamento de conhecimento, até porque no projeto existem estudantes de vários cursos, o próximo passo é fazer com que sejam apresentadas situações do cotidiano empresarial para que os alunos participantes coloquem em prática seus conhecimentos, unindo sua formação anterior aos aprendizados adquiridos nas oficinas de nivelamento, os quais os estimulam a pensar e criar ações empreendedoras na resolução de problemas.

A primeira empresa assessorada foi do ramo de artesanato, para a qual se realizou um trabalho de impulso ao negócio, pois a empresa demandava pilares de sustentabilidade. Sendo assim, o trabalho se iniciou com os alunos divididos em três grupos; cada grupo trabalhou um tema específico, plano de negócios, plano de marketing e plano financeiro.

As informações foram coletadas junto à proprietária do negócio para que os alunos pudessem orientar o trabalho, com a assessoria dos professores envolvidos no projeto.

Assim, ao final de 5 encontros quinzenais, foi entregue em mãos um relatório final à proprietária da fábrica de artesanato, que continha apontamentos e direcionamentos sugeridos para possível aplicação no seu negócio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dadas as mudanças ocorridas nos últimos tempos com relação à contabilidade, administração e o aumento da concorrência no mercado de trabalho, faz-se necessário que o processo de ensino também passe por reformulações, visando o desenvolvimento de novas habilidades para que os futuros universitários estejam aptos a atender às expectativas do mercado profissional. No mesmo sentido, as instituições de ensino superior têm como função preparar profissionais capacitados para exercerem seus conhecimentos perante a sociedade.

Inúmeros educadores mencionam a importância da formação acadêmica superior de profissionais, que o papel de uma instituição formadora é o de ensiná-los a pensar, aprender, reaprender, estar sempre nesse processo de transformação. Ensinar os alunos a criar uma capacidade de análise e síntese, de analisar e ter uma opinião sobre o contexto em que estão.

Entende-se que estudos nesse sentido podem contribuir para possíveis melhorias na aplicação dos trabalhos de conclusão de curso, para atingir os objetivos acadêmicos, bem como para o desenvolvimento de competências e habilidades profissionais nos alunos. Além disso, incentivar e envolver os estudantes em projetos de pesquisas desde o início da graduação pode ser uma forma de estimular a formação de mais profissionais voltados à área acadêmica e não somente para as áreas técnicas.

Conclui-se que a tarefa de aproximar a teoria e a prática no processo de ensino-aprendizagem pode acontecer, desde que se assumam responsabilidades, que se oportunizem espaços de discussões e relatos de experiências, através da comunidade de prática. É tempo de transformar o cenário educacional, de proporcionar aos graduandos momentos de participação e criação, de propor a formação de uma comunidade pedagógica interativa, de colaboração social. Os acadêmicos devem se apropriar desta rede para aprender, mas, principalmente, para reconhecer-se na companhia do outro, através de práticas sociais comunicativas, longe da coação e da alienação impulsionadas pelas leis da racionalidade da ciência e do mercado

Por fim, entendemos que, como professores, devemos focar e ter nossos alunos como os verdadeiros protagonistas e não como meros coadjuvantes.

REFERÊNCIAS

CARRILLO, P.; ROBINSON, R.; ANUMBA, C.; AL-GHASSANI, A. Impact: a framework for linking knowledge management to business performance. **Journal of knowledge management**, v.1, n.1, 2003.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 10ª Edição. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004.

KOTLER, P. **Administração de marketing**– 10ª Edição, 7ª reimpressão. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P. **Marketing para o Século XXI**. São Paulo: Futura, 2002.

MINTZBERG, H. *et. al.* **Safári de estratégia**. Porto Alegre: Ed. Bookmam, 2004.

STONER, J. A., FREEMAN, R. E. **Administração**. 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

WILDAUER, E. W. **Plano de negócios: elementos constitutivos e processo de elaboração**. 2ª ed. Curitiba: IBPEX, 2011.