

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: A TÉCNICA DE SUBLIMAÇÃO COMO INOVAÇÃO NO SEGMENTO GRÁFICO

ENTREPRENEUR EDUCATION: THE SUBLIMATION TECHNIQUE AS A GRAPHIC INNOVATION

Leonardo Barbosa de Freitas¹
Marcel Castilho Lock²
Nathália Leal Ferreira da Silva³
Paulo Ricardo Campos Gouveia⁴
Catarina de Oliveira Cano⁵

RESUMO

Segundo a ABRIGRAF (2018) o mercado gráfico sofre constantes modificações e intervenções tecnológicas, exigindo dos players velocidade de atuação por meio de inovação e diferenciais que tornem a empresa, produto / serviços com 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 estudo de caso para a 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.

ABSTRACT

According to ABRIGRAF (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.

¹ Graduando em Tecnologia de Produção Gráfica. E-mail: leonardobr.freitas@gmail.com

² Graduando em Tecnologia de Produção Gráfica. E-mail: byron5671@hotmail.com

³ Graduando em Tecnologia de Produção Gráfica. E-mail: nathalialeal35@gmail.com

⁴ Graduando em Tecnologia de Produção Gráfica. E-mail: paulo.gouveia.digital@hotmail.com

⁵ Docente e Mestre em Administração da Faculdade SENAI Theobaldo De Nigris. E-mail: catarina.cano@sp.senai.br

1. INTRODUÇÃO

Em face a 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 para as Instituições.

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 educação ultrapassa qualquer interesse privado ou local, as discussões têm sido realizadas em dimensões da UNESCO, com recomendações 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 as indústrias o que há de mais atual, a faculdade de Tecnologia 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 do aluno em 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 de anteriores, fazendo com que em todo momento de estudo e deste projeto, as uniões de conceitos estivessem presentes.

O artigo está dividido em quatro sessões: Introdução, Desenvolvimento (Fundamentação Teórica, Metodologia) Discussão de Resultados e Considerações Finais.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Fundamentação Teórica

Como base deste artigo, o tema central de discussão é o empreendedorismo e sua prática na em projetos que desenvolvam os alunos a partir da prática da 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 econômico-financeiros.

Para Dolabella, 2008 apud Schaefer e Minello (2016) 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
<i>Know-why</i> (atitudes, motivação, valores) <i>Know-how</i> (habilidades) <i>Know-who</i> (relações) <i>Know-when</i> (oportunidade) <i>Know-what</i> (negócio)	Autoconfiança, motivação para realizar; perseverança, vontade do risco Habilidades técnicas Habilidade para <i>networking</i> Experiência e intuição Percepção de oportunidades

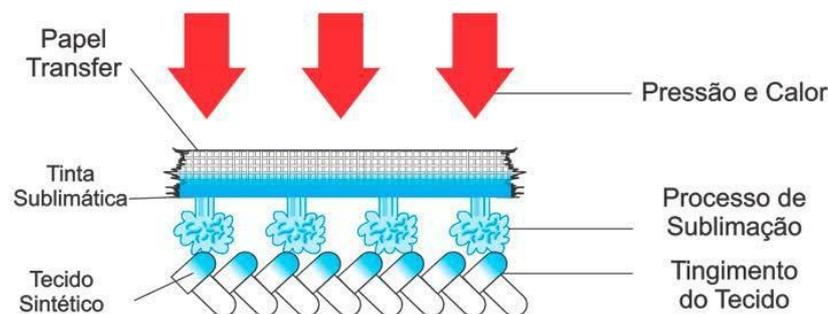
Fonte: Dolabella, 2008 apud Schaefer e Minello (2016)

Nesta perspectiva podemos destacar ainda segundo Lautenschläger e Haase (2011) que estas habilidades serão potencializadores de uma tomada de decisão melhores e propensão ao risco menores, pois estarão mais preparados com aspectos teóricos e práticos em mercados dinâmicos,

2.1.1 Modalidade da Tecnologia Gráfica: Sublimação

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

Figura 1 – Processo de Sublimação



Fonte : <http://www.alfaestamparia.com.br/o-que-e-sublimacao/> (2019)

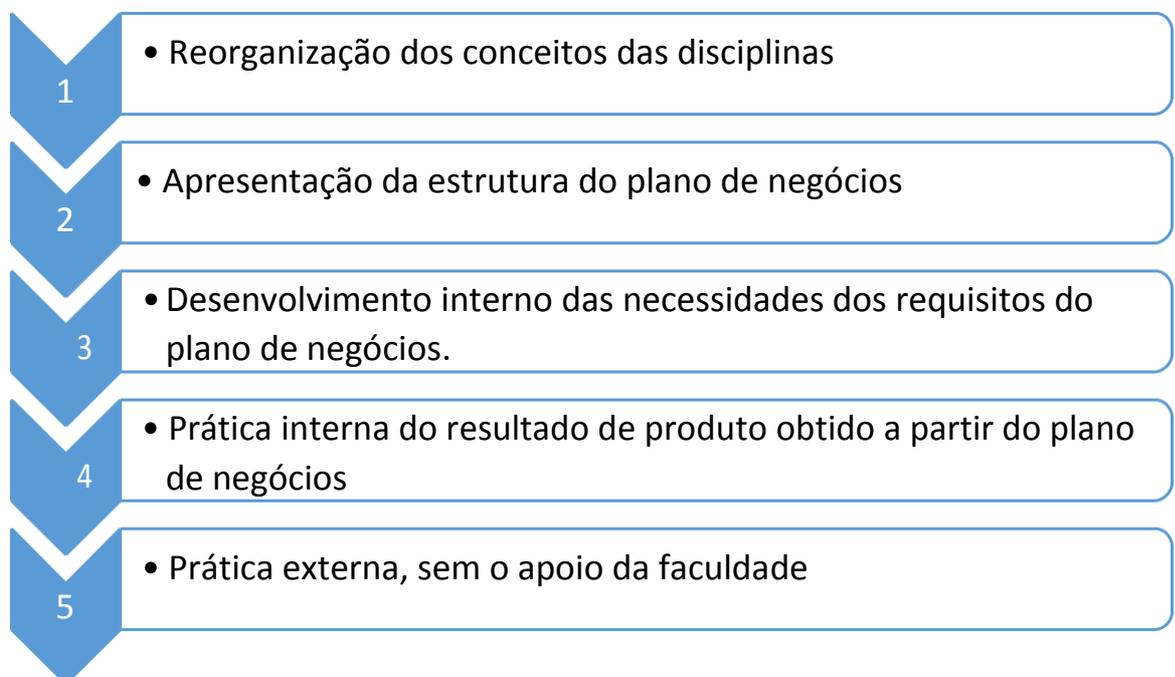
Esta modalidade foi utilizada na confecção de canecas denominadas “mágicas”, onde a partir deste processo de transferência de calor e utilização de tintas termo cromáticas, após a inserção de líquidos com temperatura elevada, transferiam imagem que não eram possíveis verificação antes deste processo.

2.2 Metodologia

O método utilizado nesta pesquisa empírica trata-se de um estudo de caso, sendo este definido por Yin (2010, p. 39), (...) 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 com esta característica possibilita um estudo mais aprofundados, ainda que em um campo limitado, mas traz uma visão holística da pesquisa e de seus pontos de análise.

Figura 1 – Processo Metodológico



O processo acima deu-se 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 a elaboração de planos, planilhas e projeções, acessando neste momento profissionais internos (docentes) e profissionais 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 viabiliza-los internamente na faculdade por meio de stand, feiras e eventos internos.



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 fazem parte do processo de execução, o apoio se torna mais no sentido de motivar e fazer com que o aluno compreenda seu estágio de evolução junto as práticas de empreendedorismo e nortes de impulsionamento para novas oportunidades ou projetos.

3. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Como resultado deste projeto conseguiu identificar que o grupo em estudo conseguiu ultrapassar as barreiras da faculdade, ainda enquanto alunos, atingindo números expressivos de comercialização dos produtos produzidos a partir do conceito do 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 é que com este payback, foi possível a compra dos equipamentos, que anteriormente era locado, além da aquisição de máquina de cartão para viabilizar a venda para outros públicos, a elaboração de página em redes sociais e a comercialização dos produtos por meio destes canais, novamente enfatizando a quebra da barreira de atuação.

4. 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 orientação de trabalhar a educação empreendedora deste o início do curso para que ao aluno tenha esta vivencia por mais tempo, possibilitando resultados ainda mais expressivos financeiramente, socialmente e ambientalmente, atendendo assim a tríplice da sustentabilidade exigida pelo mercado.

5. REFERÊNCIAS

ALFA ESTAMPARIA. **O que é sublimação?** Disponível em: <http://www.alfaestamparia.com.br/o-que-e-sublimacao/>.

DOLABELA, F. *In*: SCHAEFER, I. e MINELLO, F. Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Pensamento contemporâneo em educação**, v. 10, n. 3, 2016. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11270>.

LAUTENSCHLÄGER, A.; HAASE, H. The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities. **Journal of Entrepreneurship**. v.4, n.1, jan. 2011.

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.

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, pp. 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.

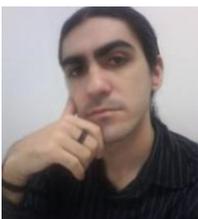
Sobre os autores:

¹LEONARDO BARBOSA DE FREITAS



Possui graduação em licenciatura matemática, UNIBAN (2008), cursando Graduação em Tecnologia de Produção Gráfica (2019). Tem experiência na área de produção de arquivos digitais para o segmento gráfico, com ênfase em Projetos e Planejamento no processo serigráfico. É instrutor na empresa Genesis tintas e responsável pelos setores de conteúdo de arte final nos cursos presenciais e a distância.

²MARCEL CASTILHO LOCK



Possui graduação em Design de Produto pela Universidade Estadual de Maringá - UEM (2013), cursando atualmente a Graduação em Tecnologia em Produção Gráfica pela Faculdade SENAI Theobaldo De Nigris (2019). Tem experiência na área de design de Produto, gráfico, e web design.

³NATHÁLIA LEAL FERREIRA DA SILVA



Possui o curso de Aprendizagem Industrial pela escola SENAI Thebaldo De Nigris (2015), possui curso Técnico em Comunicação Visual pela ETEC Tiquatira (2016), cursando a Graduação em Tecnologia de Produção Gráfica pela Faculdade SENAI de Tecnologia Gráfica (2019). Tem experiência na área de Produção Gráfica no segmento de Print, Brindes e MPDV. É assistente de Produção Gráfica na empresa HH Global.

⁴PAULO RICARDO CAMPOS GOUVEIA



Possui Curso de Aprendizagem industrial (2014), Curso Técnico em Impressão Flexográfica e Rotográfica (2016), Cursando Graduação em Tecnologia de Produção Gráfica (2019) pela escola SENAI Theobaldo De Nigris. Tem experiência na área de Impressão Digital na produção de rótulos e etiquetas adesivas e rótulos in mould label. É Coordenador de impressão digital na empresa Pavão Embalagens.

⁵CATARINA DE OLIVEIRA CANO



Possui graduação em Administração, com MBA em Marketing (2006) pela Cruzeiro do Sul, Gestão Empresarial (2013) pela Metodista em Finanças (2017), pela FECAP e Doutoranda em Biotecnologia Industrial (2019) pela UFABC. Atualmente é professora da Faculdade Senai de Tecnologia Gráfica, Theobaldo De Nigris, lecionando as disciplinas Gestão de Recursos, Logística e Medição de Desempenho e na Pós-graduação em Gestão e Engenharia de Produção. Tem experiência na área de Processos e Engenharia de Produto.