

UM RELATO DA VITRINE DE ECONOMIA SOLIDÁRIA: ESPAÇO DE APRENDER E TROCAR EXPERIÊNCIAS ENTRE ESTUDANTES DO CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO E EMPREENDEDORES ECONOMICAMENTE SOLIDÁRIOS

Raquel Andrade Rebelo (1); Lucinéia Sanches (2)

FURB – Universidade Regional de Blumenau- profrar@furb.br; lucineiasanches@furb.br

Resumo

Este estudo visa relatar uma experiência vivida em sala de aula, numa perspectiva de aprendizagem baseada em projetos, no ensino de Estatística, no curso de Engenharia de Produção do 4º sem. da Universidade Regional de Blumenau - FURB, em 2017/2, buscando: a) relatar uma pesquisa quantitativa no Centro Público Vitrine de Economia Solidária (Vitrine Ecosol) realizada pelos estudantes; b) descrever as experiências entre os estudantes, gestores e o docente da disciplina; c) apontar os resultados obtidos da pesquisa quanto ao grau de satisfação dos consumidores na Vitrine, produtos à venda dos mais variados entre eles são: alimentícios, decoração, brechó, artesanatos e acessórios. Visando em contribuir na melhoria da Vitrine Ecosol, os estudantes efetuaram um projeto de pesquisa para avaliar o grau de satisfação dos consumidores, observando características relevantes sobre os consumidores e da Vitrine Ecosol. O questionário foi dividido nas seguintes seções: identificação do consumidor, identificação da Vitrine, identificação do produto e a identificação da divulgação dos produtos, buscando identificar os pontos positivos e negativos da Vitrine. Verificou-se em quais pontos a Vitrine obteve um baixo nível de satisfação, desenvolvendo novas estratégias para suprir às necessidades dos consumidores. Para o crescimento econômico e financeiro da Vitrine segue as seguintes contribuições: os responsáveis do grupo de apoio da FURB se responsabilizarem pela organização e controle das redes sociais já existentes, postagens dos produtos comercializados, preços, e os dias em que acontece na Vitrine Ecosol. A Vitrine segue a cultura da Economia Solidária praticando preços justos e valorizando as habilidades dos artesãos.

Palavras-chave: Espaço de Aprender, Vitrine Ecosol, Economia Solidária.

1. INTRODUÇÃO

No Brasil o ensino tradicional se mantém como uma prática rotineira na vida escolar, sendo o docente como detentor e transmissor do conhecimento, onde o estudante como receptor do conhecimento, de forma passiva. Encaminha à reflexão das didáticas docentes diferenciadas da aprendizagem baseada em projetos, abrem-se espaços para novas metodologias de ensino que agora são pensadas para melhor atender as necessidades dos alunos.

No Ensino Superior a prática docente ainda é um desafio, pois nem sempre o docente está disposto a considerar o conhecimento do estudante no processo de ensino-aprendizagem, de forma mais contextualizada, ou seja, personalizar este processo educativo, contribuindo para que o estudante participe efetivamente no processo ensino-aprendizagem.

O maior desafio do docente no Ensino Superior é fazer com que o acadêmico tenha a participação efetiva nas discussões de sala de aula. A prática pedagógica no Ensino Superior deve ser encarada com mais seriedade. Requer posturas e comprometimentos com um processo que eduque para a autonomia do acadêmico, mediado pelo professor. Somente uma educação que tenha como princípio a liberdade, poderá auxiliar na construção de uma sociedade mais humanizada. (DEBALD, 2013, p.1)

Observa-se que existe muitas situações em que o docente percebe que a dificuldade não está no domínio de conteúdo, mas sim, no processo didático-pedagógico, ou seja, o docente tem o domínio do conhecimento a ser ensinado para o aluno, mas tem dificuldade na forma como irá abordá-lo para que os objetivos propostos sejam alcançados.

É possível proporcionar uma aprendizagem onde cada estudante aprende e saber qual é a metodologia mais eficaz ao estudante. Como afirmou Freire (2009), aprendi que ninguém nasce professor, nos formamos permanentemente professores na prática, na reflexão sobre a nossa prática.

É importante ressaltar que as metodologias ativas enfatizam o papel do estudante como um gerente de seu próprio aprendizado, caracterizando assim, uma aprendizagem autônoma. O docente tem como objetivo incentivar e desafiar o seu aluno na construção do conhecimento, como já afirmado, “produzir conhecimento, sua prática educativa se pautará pelo incentivo contínuo da autonomia do educando, procurando fazer com que ele se veja alguém que constrói conhecimento e não absorve informações” (FREIRE, 2002 *apud* OLIVEIRA, 2010, p. 226).

Para Nóvoa (2009) a construção de novas pedagogias e métodos de trabalho com a utilização da tecnologia nos remete a urgência de assegurar a aprendizagem docente e o seu desenvolvimento profissional.

O presente trabalho apresenta uma metodologia ativa baseada em projetos, onde o método utilizado foi Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP) ou *Project Based Learning* (PBL). A ABP é um modelo de projeto que envolve os estudantes durante a sala de aula, pois são motivados por problemas do mundo real, e em muitos casos contribuem para a sua comunidade.

A ABP poder ser conceituada pela aplicação de projetos inovador e efetivo, proporcionando atividades motivadoras, para ensinar aos estudantes conteúdos acadêmicos no contexto do trabalho cooperativo para a resolução de problemas.

A aprendizagem baseada em projetos é um modelo de ensino que consiste em permitir que os alunos confrontem as questões e os problemas do mundo real que consideram significativos, determinando como abordá-los e, então, agindo de forma cooperativa em busca de soluções. (BENDER, 2014, p.9)

Segundo Bender (2014, p. 24) o princípio lógico do "ensino da ABP é mais apropriado para preparar os alunos com habilidades de resolução de problemas e tecnologias do século XXI". Este modelo de ensino possibilita ao estudante a expansão de suas habilidades e novas competências que podem ser desenvolvidas pelos docentes dentro do curso de Engenharia de Produção, por meio de projetos que desenvolvem competências necessárias para a formação profissional do estudante, tais como: organização de trabalho, trabalho em equipe, tomada de decisão, entre outras.

De acordo com Gal e Garfield (1997) o ensino de Estatística, à formação de um futuro engenheiro de produção apresentam metas as níveis pré-universitários e de graduação: o estudante deve transformar-se em um cidadão informado, capaz de explicar e resolver situações de incerteza, a variabilidade e a informação estatística no mundo real; o ensino deve capacitar o estudante a tomar parte da produção, interpretação e comunicação dos dados referentes a problemas em sua vida profissional. Permite a Estatística um conhecimento científico para a solução de problemas reais, pois não é possível a validação dos resultados estatísticos, sem um processo estatístico.

Atualmente o cenário empresarial referente ao comércio de produtos e serviços vem em um constante crescimento, criando uma concorrência entre empresas, forçando as empresas a desenvolverem novas técnicas, ferramentas e métodos a fim de chamar a atenção de novos clientes e também criar estratégias para garantir a fidelidade dos clientes já e tecnologias do século XXI

Um consumidor ao entrar em algum estabelecimento precisa se sentir bem, satisfeito e a vontade, pois o estimula a comprar por impulsividade em épocas de crise, com isso, nota-se a importância de garantir a satisfação.

Nos dias atuais um dos maiores desafios do comércio é garantir a satisfação dos clientes, a satisfação pode ser compreendida sob diversos pontos de vista, sendo pessoais, sociais ou econômicos, normalmente os clientes se sentem satisfeitos quando a compra deste produto for feita de forma agradável, desenvolvendo uma experiência positiva e benéfica (SOUSA, 2011).

Segundo Kotler e Keller (2012) satisfação é "O sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa." Ou seja, a satisfação é percebida quando o consumidor adquire o produto, e este produto supre as suas necessidades e expectativas, caso contrário é considerado que o cliente está insatisfeito.

Em determinadas ocasiões e locais os consumidores não recebem o devido atendimento e os produtos não suprem as expectativas esperadas, e isso faz com que este cliente nunca mais volte e este estabelecimento e também não indique este local a nenhum conhecido, hoje em dia devido à alta concorrência é necessário que cada estabelecimento crie uma ligação com seu cliente, caso contrário esse estabelecimento perderá sua clientela para um concorrente que apresente melhores características (CESTANI JUNIOR, 2017).

Segundo o Sebrae existem alguns fatores que determinam a satisfação dos clientes:

- Características do produto: Está ligada a qualidade do produto, os clientes analisam o produto e determinam se este produto é bem feito, se está bem acabado, se apresenta funcionalidade entre outros critérios.
- Emoções do cliente: O estado de espírito do cliente também influencia no momento da compra, se o cliente está feliz a probabilidade dele se sentir satisfeito com o produto é maior do que quando ele está triste.
- Percepções de preço: A satisfação do cliente está intimamente ligada ao preço do produto, se o produto apresenta um preço alto mais não apresenta qualidade ou não atingiu as expectativas, a probabilidade dele comprar este produto diminui relativamente, diferentemente quando o produto apresenta um alto custo mais também apresenta diversas características positivas, mesmo com o preço alto o cliente se sentirá tentado a comprar pois supriu suas expectativas.
- Colegas, parentes, conhecidos: Este fator está ligado à experiência positiva vivida por determinado cliente, que fica tão satisfeito com o local da compra e acaba indicando este local para seus amigos, colegas e parentes.. SEBRAE (2017)

A melhor maneira de garantir a satisfação dos clientes é manter um relacionamento mais próximo a ele e estar sempre atento as suas necessidades apresentando os novos produtos. Um cliente satisfeito só traz benefícios ao estabelecimento, entre eles estão:

- Fidelidade ao estabelecimento
- Compra com mais frequência
- Indica a amigos, colegas e conhecidos
- É menos sensível a oferta dos concorrentes

Tomando o estudo importante para o curso de Engenharia de Produção como forma de desenvolver competências e habilidades necessárias ao futuro profissional, Engenheiro, através método de aprendizagem baseada em projetos.

Este estudo visa relatar uma experiência vivida em sala de aula, numa perspectiva de práticas pedagógicas diferenciadas, no ensino de Estatística, no curso de Engenharia de Produção do 4º sem. da Universidade Regional de Blumenau - FURB, em 2017/2, buscando: a) relatar uma pesquisa quantitativa no Centro Público Vitrine de Economia Solidária (Vitrine Ecosol) realizada pelos estudantes; b) descrever as experiências entre os estudantes, gestores e o docente da disciplina de Estatística; c) apontar os resultados obtidos da pesquisa quanto ao grau de satisfação dos consumidores na Vitrine, produtos à venda dos mais variados entre eles são: alimentícios, decoração, brechó, artesanatos e acessórios. Visando em contribuir na melhoria, os estudantes efetuaram um projeto de pesquisa para avaliar o grau de satisfação dos consumidores, observando características relevantes sobre os consumidores e da Vitrine Ecosol.

2. CENTRO PÚBLICO VITRINE DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

O Centro Público Vitrine da Economia Solidaria foi inaugurado no dia 12 de setembro de 2016, com o apoio da ITCP/FURB. É um espaço multifuncional que abriga um conjunto de atividades de comercialização e trocas, de capacitação e articulação da economia solidária, conforme a Figura 1. É realizado por grupos de Economia Solidária que compõem a Rede de Economia Solidária do Vale do Itajaí (RESVI), e incubada pelo Programa Institucional “Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Regional de Blumenau” (ITCP/FURB).



Figura 1 - Layout da Vitrine de Economia Solidária: Externo (1), Interno (2)

“Ações Integradas de Economia Solidária para o Desenvolvimento Local Visando a Superação da Extrema Pobreza no município de Blumenau - Santa Catarina”, executado pelo Programa Institucional: Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares – ITCP/FURB e financiado pelo Ministério do Trabalho, Emprego e Renda por meio da Secretaria Nacional de

Economia Solidária. Este projeto tem por objetivos apoiar e assessorar aos empreendimentos economicamente solidários vinculados ao Centro Público Vitrine de Economia Solidária. Por meio do projeto, as ações são estabelecidas através de 5 metas, subdivididas em 11 etapas a serem executadas no decorrer do período. Conforme previa a meta 4: Implantar 1 (um) Centro Público de Economia Solidária, disponibilizando ao público-alvo deste Projeto, possibilidades de capacitação, articulação, organização e comercialização com foco nos princípios da Economia Solidária.

Segundo Singer (2002), a economia solidária é compreendida como um conjunto de experiências coletivas de trabalho, produção, comercialização e crédito organizado por princípios solidários, sob a forma de cooperativas, associações, empresa autogestionárias, bancos comunitários, clube de troca, entre outros.

Apresenta-se a seguir, a caracterização do projeto executados pelos estudantes quanto a organização da pesquisa, a justificativa para a realização da pesquisa, a identificação do problema da pesquisa e a definição dos objetivos a serem alcançados.

3. CARACTERIZAÇÃO DO PROJETO

Através de uma visita realizada no Centro Público Vitrine de Economia Solidária junto ao docente, 22 (vinte e dois) estudantes tiveram uma palestra pelos gestores sobre o espaço de comercialização e de formação, como também, das dificuldades que eles estavam enfrentando diante da crise econômica brasileira. Após uma discussão entre os gestores e estudantes perceberam a necessidade de conhecer melhor o seu público-alvo através de uma pesquisa que levantasse a satisfação dos consumidores da Vitrine Ecosol. Foi formado pequenos projetos entre 6 equipes de estudantes, mas neste estudo foi abordado apenas 1 (um) grupo de 4 alunas.

3.1 Identificação do problema

Os consumidores do Centro Público Vitrine de Economia Solidária estão satisfeitos com a qualidade de prestação de serviços/produtos oferecidos por seus empreendedores economicamente solidários?

3.2 Objetivo do projeto

O projeto tem por objetivo analisar o grau de satisfação dos consumidores da Vitrine de Economia Solidária.

3.3 Organização da pesquisa do projeto

Para a realização da pesquisa foi necessário a elaboração de um questionário com perguntas que buscam a coleta de informações de algumas características relevantes sobre os consumidores e sobre a Vitrine Ecosol. O questionário foi dividido nas seguintes seções: identificação do consumidor, identificação da Vitrine, identificação do produto e a identificação da divulgação dos produtos. Após a elaboração do questionário o mesmo foi aplicado diariamente, no período do dia 27 set./2017 a 27 out. /2017.

Ao final do prazo, os questionários foram tabulados e analisados, buscando a identificação dos pontos positivos e negativos da Vitrine Ecosol, e em quais pontos a Vitrine Ecosol apresenta um baixo nível de satisfação, podendo assim, desenvolver novas estratégias para suprir às necessidades de seus consumidores, como também, expor quais são os pontos fortes que a Vitrine apresenta em relação aos seus concorrentes.

4. METODOLOGIA DO PROJETO

A pesquisa assume um caráter quantitativo, pois centra-se na objetividade, buscando uma análise descritiva, de acordo com Barbetta (2012), e qualitativo, por ter como "propósito fundamental a compreensão, explanação e especificação do fenômeno", segundo Gamboa (2000, p. 43).

O projeto de pesquisa fundamenta-se em dois pontos principais, sendo eles: A coleta de dados sobre os consumidores com o intuito de:

- Identificar o perfil dos clientes;
- Identificar os pontos fortes do empreendimento;
- Identificar as possibilidades de melhoria nos produtos, local e atendimento.
- E o repasse das informações para as equipes competentes (após a tabulação e análise dos dados), para que os mesmos possam aumentar as vendas da Vitrine de Economia Solidária Ecosol.

O questionário tem um total de vinte e quatro questões, em sua maioria de múltipla escolha. Seis destas tem por finalidade identificar o perfil dos consumidores, e as demais buscam identificar desde a frequência de compra do consumidor no estabelecimento, até a qualificação que o mesmo dá para os produtos do empreendimento. Os questionários foram entregues por alunos bolsistas designados pelo docente orientador.

A tabulação dos dados ocorreram semanalmente durante as aulas de Estatística, no Laboratório de Computação Científica - LCC da FURB, utilizando a ferramenta *software*

Excel/Action versão 2010. Durante esta etapa aplicou-se os conceitos estudados na disciplina de Estatística Descritiva e Probabilidade.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA DO PROJETO

A pesquisa obteve os seguintes resultados, quanto a Identificação do Consumidor: 76% feminino, 20% masculino e 4% outros. Quanto a faixa etária, 76% estavam em “até 20 anos” e “31-40 anos”; “até 20 anos”: 20%; “21-30 anos”: 32%; “31-40 anos”: 24%; “41-50 anos”: 16%; “51-60 anos”: 4%; “Mais de 60 anos”: 4%. Pode-se concluir desses dois primeiros dados que, o público é predominante é do sexo feminino e a faixa etária de 20 a 30 anos, representa 52% do público e com um faturamento médio de R\$ 937,00 devido a sua localização próxima a uma Universidade, pois a maior parte dos seus consumidores são estudantes que passam pela Vitrine diariamente.

Quanto a escolaridade: Abaixo de ensino médio completo: 20%; Ensino médio: 12%; Superior incompleto e completo: 52%; Pós-graduação incompleta e completa: 12%. Se é estudante no momento: 52% estudam e 48% não estudam. Faixa salarial predominante até R\$ 937,00: 44% e de R\$ 1.874,01 a R\$ 2.811,00, com 32%.

De acordo com as análises realizadas parte do público que compra na Vitrine, de acordo com a Figura 2, costuma voltar outras vezes, 60% se declarou consumidor, pois a maioria dos seus produtos agrada em relação a qualidade, ao preço e também a apresentação de produtos diferenciados, já que são produtos produzidos manualmente o que faz com que cada peça tenha seu diferencial.

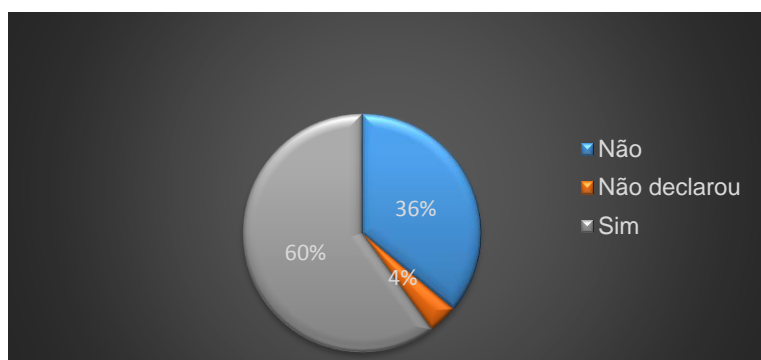


Figura 2 - Proporção de consumidores da Vitrine Ecosol. FURB. 2017/2

Dos 25 respondentes, 48% preferem produtos de uso pessoal e 21% para presentear, conforme Figura 3.

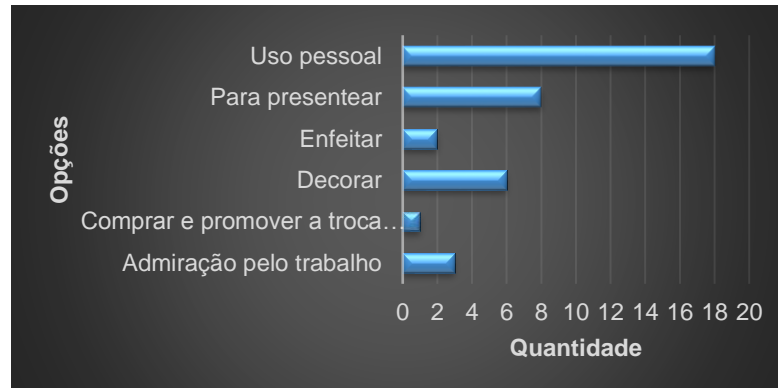


Figura 3 - Frequências de consumidores da Vitrine Ecosol. FURB. 2017/2

A Figura 4 ilustra a proporção de 92% dos consumidores possuem redes sociais.

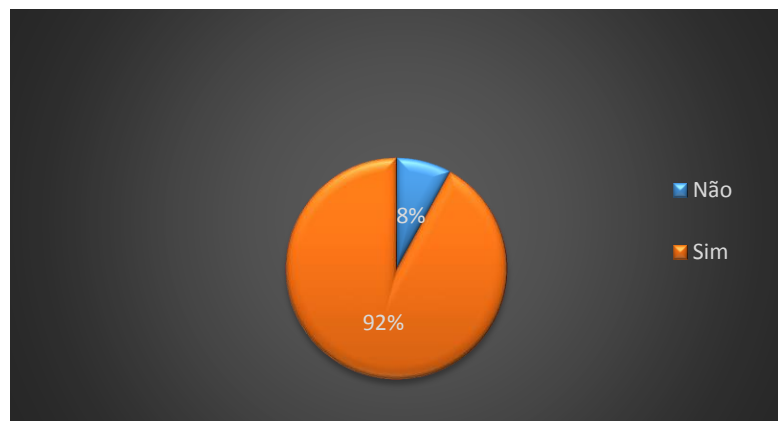


Figura 4 - Proporção de consumidores que possuem redes sociais. FURB. 2017/2

As redes sociais mais utilizadas pelos consumidores foram o *WhatsApp* com 37,5% de preferência, o *Facebook* com 33% e o *Instagram* com 22% de suas preferências, conforme ilustra a Figura 5.

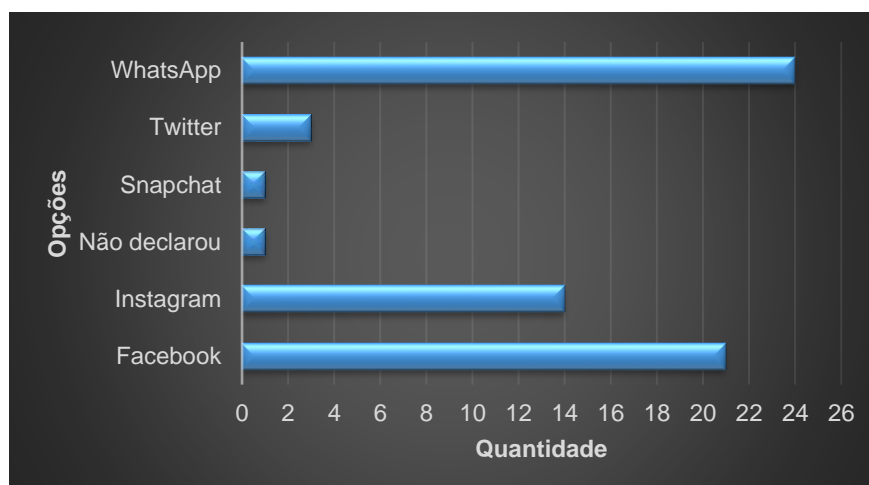


Figura 5 - Frequência de consumidores que possuem redes sociais. FURB. 2017/2

Na Vitrine Ecosol, produtos à venda dos mais variados entre eles são: alimentícios, decoração, brechó, artesanatos e acessórios, na Figura 6 os dados apontam uma preferência

pelo artesanato (25%) e a menor é o alimento (12,5%). Desta forma, pode-se dizer que a Vitrine dispõe-se de produtos diversificados.

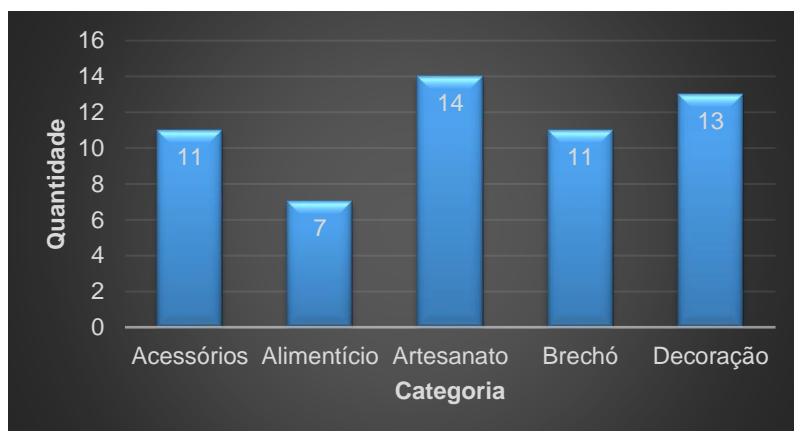


Figura 6 - Frequências de consumidores quanto a preferência de categorias. FURB. 2017/2

De acordo com a Figura 7, 71% dos consumidores se declaram satisfeitos quanto a qualidade de serviços prestada por eles.

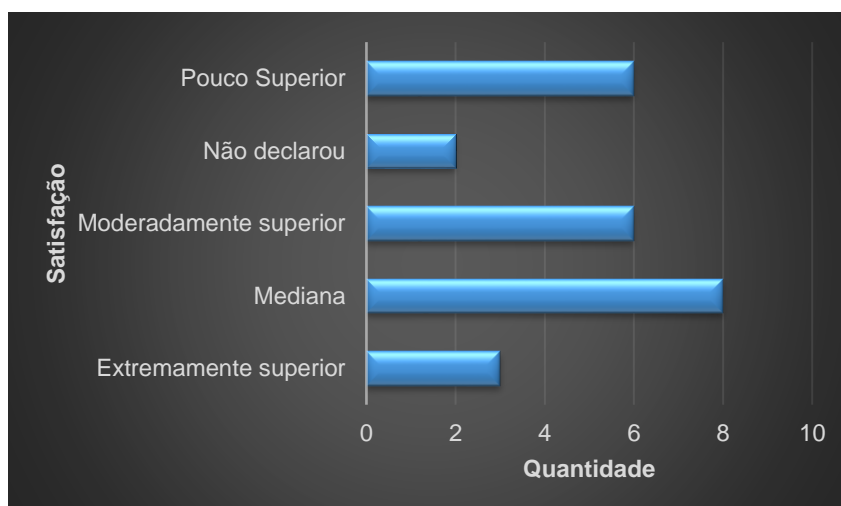


Figura 7 - Frequências quanto a qualidade de serviços que a Vitrine Ecosol presta aos seus consumidores. FURB. 2017/2

6. CONCLUSÕES

A utilização da Aprendizagem baseada em problemas na disciplina de Estatística foi uma experiência muito positiva para os estudantes e para o docente da disciplina. Durante a execução do projeto o conhecimento se aprimorava de forma prática aos estudantes, ao invés aulas teóricas, sobre os diversos aspectos da Estatística, pois os estudantes conseguiram construir seus próprios conceitos e pensamentos sobre os conteúdos abordados em sala de aula

Através do método de ensino aplicado muitos benefícios foram desenvolvidos aos estudantes, uma vez que, buscou-se trabalhar com suas competências e habilidades. Eles sentiram-se auto-realizados ao contribuir com a sociedade através desse projeto.

E quanto ao cunho quantitativo os estudantes trouxeram como resultados da pesquisa:

a) A Vitrine alcançou um ótimo nível de satisfação em seus consumidores, em relação aos seus produtos, preços e qualidade, mas analisando às respostas recebidas foi observado que é necessário apostar na divulgação do espaço da Vitrine Ecosol, tanto nas redes sociais quanto no espaço físico. Em um mercado competitivo como nos dias de hoje há necessidade de se manter uma Vitrine Ecosol mais chamativa; b) Parte dos consumidores que compram na Vitrine Ecosol, costumam voltar outras vezes, pois a maioria dos seus produtos agradam em relação à qualidade, ao preço e também a apresentação de produtos diferenciados, já que são produtos produzidos manualmente o que faz com que cada peça tenha seu diferencial.

Segundo o relato qualitativo dos estudantes, gestores e docente:

a) Para os estudantes e gestores, esta experiência em forma de aprendizagem baseada em problemas levou a execução do projeto na Vitrine Ecosol, pois no entendimento deles a troca de experiência e aplicação na área do conhecimento. Para os gestores também, as sugestões trazidas pelos estudantes não exigiam maiores recursos financeiros.

Os estudantes afirmaram que se sentiram autorealizados em proporcionar a Vitrine Ecosol um projeto que pudesse colocar em prática para a melhoria dos empreendimentos economicamente solidários, como também, puderam experimentar o conhecimento de Estatística.

Os gestores dos empreendimentos ficaram muito satisfeitos com o trabalho desenvolvido pelos estudantes, e afirmaram o quanto a Universidade poderia contribuir com seus espaços e estudantes em outras áreas do conhecimento.

REFERÊNCIAS

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 8. ed. rev. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2012. 315 p, il. (Didática)

BENDER, William N. **Aprendizagem baseada em projetos: educação diferenciada para o século XXI**. Porto Alegre: Penso, 2014, 156 p.

CESTANI JUNIOR, Ricardo. **Satisfação do cliente**: Tudo o que você precisa saber sobre o conceito no século 21. 2017. Disponível em: <<https://blog.neoassist.com/satisfacao-do-cliente/>>. Acesso em: 26 nov. 2017.

DEBALD, Blausius Silvano. **A docência no ensino superior numa perspectiva construtivista.** In: SEMINÁRIO NACIONAL ESTADO E POLÍTICAS SOCIAIS NO BRASIL. Cascavel-Pr, 2003.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia:** saberes necessários à prática educativa. 7a edição. São Paulo: Paz e Terra, 2009. 148 p.

GAL, I.; GARFIELD, J. **The assessment challenges in statistics** education. Haia: IOS Press, 1997, p. 1-13. Disponível em <<https://www.stat.auckland.ac.nz/~iase/publications/assessbkref>>. Acesso em: 02 set. 2018.

GAMBOA, Silvio Sanches. **Pesquisa Qualitativa.** In. Silvio Sanches Gamboa & José Carlos dos Santos Filho (Org.). Pesquisa Educacional: quantidade-qualidade. 3ª ed. São Paulo, Cortez Editora, 2000, p. 43.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

NOVOA, Antônio. **Professores: Imagens do futuro presente.** Lisboa/Portugal: EDUCA, 2009.

SEBRAE. **A satisfação do cliente em foco.** 2017. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/a-satisfacao-do-cliente-em-foco/>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

SINGER, Paul. **Introdução à economia solidária.** São Paulo : Fundação Perseu Abramo, 2002. p. 127.

SOUSA, Francisco José da Silva Freitas. **Satisfação de clientes:** O caso de uma empresa industrial. 2011. 125 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Marketing, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2011.