

Aprendizagem vivencial no mercadão municipal de Campo Grande/MS

Living learning in the municipal market of Campo Grande/MS

Renato de Oliveira Rosa

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
adm.renato.rosa@gmail.com

Katianny Santana Gomes Estival

Universidade Estadual de Santa Cruz
ksgestival@uesc.br

Adriane Angélica Farias Santos Lopes Queiroz

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
adriane.queiroz2@gmail.com

Resumo

O uso de metodologias ativas deve contribuir para a evolução do uso de tecnologias de informação no ensino que possui foco na participação efetiva do aluno no processo de ensino aprendizagem. A aprendizagem vivencial considera o aprendizado como um processo, no qual o conhecimento é produzido por meio da transformação da experiência. Com base nessa premissa o artigo proposto visa apresentar e analisar a experiência da aprendizagem vivencial desenvolvida pelos docentes e discentes do curso de Administração da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, disciplina Administração Estratégica, no ambiente organizacional do Mercado Municipal de Campo Grande/MS, como foco na integração entre a teoria e a prática no ensino da Administração.

Palavras-chave: Ensino de Administração, Metodologias Ativas, Mercados Tradicionais.

Abstract

The use of active methodologies should contribute to the evolution of the use of information technologies in teaching that focuses on the effective participation of the student in the process of teaching learning. Experiential learning considers learning as a process in which knowledge is produced through the transformation of experience. Based on this premise, the proposed article aims to present and analyze the experience of experiential learning developed by teachers and students of the Management course of the Federal University of Mato Grosso do Sul, Strategic Management discipline, in the organizational environment of the Municipal Market of Campo Grande / MS, as a focus on the integration between theory and practice in the teaching of Administration.

Keywords: Teaching of Management, Active Methodologies, Traditional Markets.

1. Introdução

O uso de metodologias ativas deve contribuir para a evolução do uso de tecnologias de informação no ensino, que possui foco na participação efetiva do aluno no processo de ensino aprendizagem. A aprendizagem vivencial considera o aprendizado como um processo, no qual o conhecimento é produzido por meio da transformação da experiência

No contexto dos novos desafios para o ensino, a aprendizagem da administração, busca conhecer, interpretar e resolver problemas de gestão presentes nas diferentes realidades sociais das organizações e regiões do Brasil torna-se um diferencial competitivo e uma oportunidade para a agregação de valor à formação profissional dos discentes e docentes que participam das atividades de aprendizagem vivencial.

Propiciar no acadêmico o acesso às teorias estratégicas, assim como o detalhamento de estratégias que possam conferir vantagens competitivas às organizações. Desenvolver a capacidade de análise de casos de comportamentos estratégicos de empresas operadoras no agronegócio. Introdução às atividades de pesquisa em comportamento estratégico

Com base nessa premissa o artigo proposto visa apresentar e analisar a experiência da aprendizagem vivencial desenvolvida pelos docentes e discentes do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, onde foi aplicada na disciplina Estratégia Empresarial, e ambientada no ambiente organizacional do Mercadão Municipal de Campo Grande/MS, a pesquisa tem o foco na integração entre a teoria e a prática no ensino da Administração.

2. Referencial Teórico

2.1. Aprendizagem vivencial

Segundo Gresele e Cavalcanti Neto (2008), em seu artigo: Aprendizagem Vivencial: uma análise do estilo de aprendizagem do discente de Administração do médio oeste paranaense sob a ótica de Kolb, apresentado no V Congresso Brasileiro Virtual de Administração (CONVIBRA), em 2008, é preciso conhecer, discutir e aplicar as práticas vivências da melhor maneira possível, levando em consideração as características individuais e as diferentes formas de aprender.

Durante essa busca pelo conhecimento o acadêmico atravessa várias fases, entre as quais alguns valorizam as experiências cotidianas, a informação captada no meio ambiente, já outros dão maior ênfase na observação e na reflexão, para formarem suas opiniões. Ainda na mesma linha de pensamento pode-se observar que existem os que preferem usar a lógica para resolverem os problemas apresentados. Além desses podem ser descritos os que optam pela experimentação ativa, esse grupo interessa-se em descobrir como as teorias e esquemas funcionam na prática (GRESELE; CAVALCANTI NETO, 2008).

A teoria da aprendizagem vivencial está alicerçada nas obras de Lewin, Dewey e Piaget e vem sendo aplicada na educação no contexto acadêmico e empresarial. Na perspectiva de Kolb (1984) estas três obras compartilham as seguintes considerações que fundamentam a aprendizagem vivencial: a) a aprendizagem é melhor concebida como um processo e não em termos dos resultados obtidos na forma de acúmulo de conhecimentos ou respostas a estímulos; b) a aprendizagem é um processo contínuo embasado na experiência; c) o processo de aprendizagem exige a resolução de conflitos entre modos dialeticamente opostos de adaptação ao mundo; d) a aprendizagem é um processo holístico de adaptação ao mundo; e) a aprendizagem envolve transações entre a pessoa e o ambiente; f) a aprendizagem é o processo de criação de conhecimento.

Novos conhecimentos, habilidades ou atitudes são alcançados através do confronto entre quatro modos de aprendizagem vivencial. Aprendizizes, se devem ser efetivos, precisam de quatro diferentes tipos de capacidades – capacidades de experiência concreta (EC),

capacidades de observação reflexiva (OR), capacidades de concepção abstrata (CA) e capacidades de experimentação ativa (EA). Isto é, eles devem ser capazes de envolver a si mesmos de forma completa, aberta e sem restrições em novas experiências (EC). Eles devem ser capazes de refletir sobre suas experiências e observá-las a partir de diversas perspectivas (OR). Eles devem ser capazes de criar conceitos que integrem suas observações de forma lógica em teorias (CA), e eles devem ser capazes de usar estas teorias para tomar decisões e resolver problemas (EA) (KOLB, 1984).

Com base nestas características, a “aprendizagem é o processo pelo qual o conhecimento é criado através da transformação da experiência” (KOLB, 1984) em um ciclo de quatro estágios (Figura 1).

Figura 1 – Dimensões estruturais do processo de aprendizagem vivencial



Fonte: Adaptado de Kolb (1984).

2.2. A Construção de metodologias ativas no ensino da Administração

Segundo Marion (2007) observar-se-á que um grupo de métodos de ensino é mais útil para desenvolver atividades das relações humanas enquanto o outro desenvolve habilidades no emprego de conhecimentos para a solução de problemas e tomadas de decisões. Para o autor pode-se classificar segundo os seguintes métodos: método de aula expositiva; método de palestras; método de filmes educativos; método de resumo de leitura (apontamentos); método de filmes educativos; método de casos; método de jogos de empresa; método de grupo “t” (treinamento de sensibilidade); métodos de desempenho de papéis (role-play); métodos de discussão.

A ideia para o desenvolvimento da atividade vivencial na disciplina Administração Estratégica no curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) surgiu a partir do compartilhamento das experiências entre docente da disciplina e pós doutoranda em Administração da instituição, onde se estabeleceu o objetivo de replicar um atividade de ensino e aprendizagem vivencial realizada na Universidade Estadual de Santa Cruz, em Ilhéus, Bahia, onde os discentes da disciplina Administração de Marketing aliaram os estudos teóricos e práticos através de pesquisa exploratória sobre o comportamento dos

consumidores do mercado municipal local, através de uma atividade de aprendizagem vivencial.

A partir da ideia compartilhada entre os professores, foi desenvolvido um plano de ação com o objetivo de organizar e planejar o desenvolvimento e execução das atividades vivenciais de campo propostas. Para apoio e execução das atividades, além da docente da disciplina, houve o apoio de um mestrando e de um pós doutorando com foco em orientar e acompanhar os alunos nas visitas e coleta de dados no Mercadão Municipal.

A partir do plano de ação desenvolvido, a professora da disciplina Administração Estratégica realizou a apresentação das atividades propostas aos alunos: cronograma, roteiro para ação, questionário para entrevistas, produto final esperado, visando informar e capacitar os discentes para a atividade.

Após a apresentação e compartilhamento do plano de ação junto aos discentes, a docente realizou uma visita de prospecção ao representante da Associação do Mercado Municipal de Campo Grande, com o objetivo de compartilhar o plano de ação e realizar o levantamento de informações primárias sobre o histórico, diagnóstico e estrutura organizacional. A ação desenvolvida possibilitou o alinhamento de objetivos para ação, consequentemente cooperação entre a organização e a UFMS.

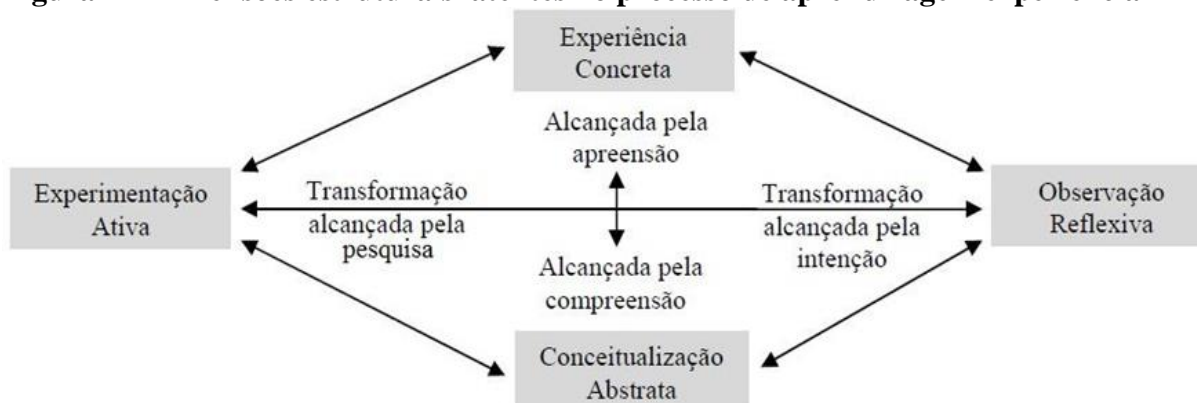
Nos dias 17 e 20 de agosto de 2016 os alunos da disciplina Administração Estratégica, sob a coordenação das Professoras Adriane Queiroz, Katianny Estival e Professor João Pimenta, realizaram uma pesquisa de campo no Mercadão Municipal de Campo Grande/MS, com o objetivo de analisar as estratégias de gestão adotadas pela organização e identificar o grau de cooperação nos negócios nas percepções dos comerciantes.

O Mercadão Municipal de Campo Grande é um dos principais pontos turísticos da capital, com fluxo médio de clientes/dia que varia de 5.000 à 10.000 pessoas em períodos festivos, como Páscoa e Natal. De acordo com o gestor do mercado, Sr. Daniel Amaral, nos últimos 5 anos houve um aumento médio de 60% no fluxo de clientes, o que sinaliza o potencial de crescimento dos mercados de produtos regionais em coerência com o crescimento desse mercado no Brasil e no Mundo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO MATO GROSSO DO SUL, 2016).

2.3. A atuação dos discentes na aprendizagem vivencial

A aprendizagem vivencial argumenta sobre as pressuposições de autoridade no processo de aprender, contrariando o rigor. Tornou-se um movimento envolvido nos processos políticos da educação e na explanação de processos mentais dos aprendizes. No entanto tem sido mais usada na evolução da capacidade dos gerentes do que no ensino universitário (REYNOLDS, 2009).

Figura 2 – Dimensões estruturais latentes no processo de aprendizagem experiencial



Fonte: Adaptado Holman, Pavlica e Thorpe (1997).

O estágio da experiência concreta assume duplo significado: ocorre fora, mas também é o processo pelo qual o indivíduo a percebe. A estrutura de processamento da experiência concreta é a aprendizagem pela qual o indivíduo percebe os sentimentos em relação a si mesmo, conforme a (Figura 2).

O estágio de observação reflexiva reúne e organiza a informação pelo processo de intenção de aprender, que transforma a experiência. No entendimento abstrato se ordena e se constroem modelos e esquemas por meio da compreensão (VILARDI; VERGARA, 2011).

3. Material e Métodos

Segundo Flick (2009) a pesquisa bibliográfica constitui de procedimento básico para os estudos acadêmicos, onde se busca o domínio do estado da arte sobre determinado tema. Inicialmente foi realizado o levantamento bibliográfico com foco em aprendizagem vivencial e metodologias ativas no ensino da administração.

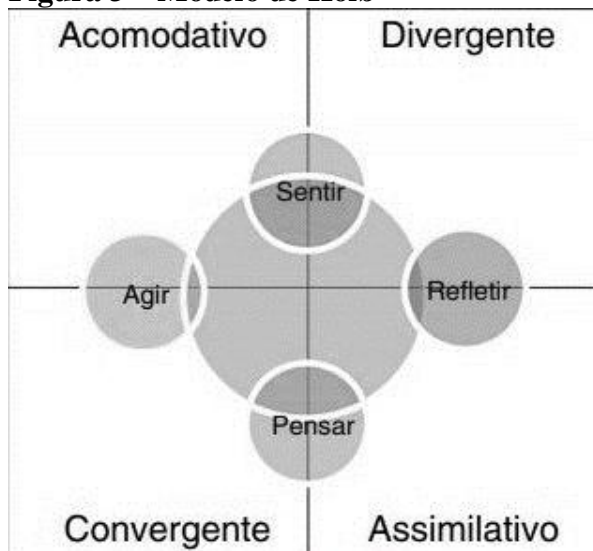
Assim a metodologia utilizada foi a de pesquisa bibliográfica e exploratória através de observação, brainstorming, grupos focais, questionários, entrevistas diretas e análise de conteúdo. A pesquisa exploratória é recomendada quando há pouco conhecimento sobre o problema a ser estudado (CERVO; BERVIAN, 1996).

3.1. A aprendizagem vivencial em Administração no mercado municipal de Campo Grande/MS

Como mostram Mahboubian (2010) e Roesch (2007), o método do caso foi usado em treinamento gerencial há cerca de um século nas universidades americanas e, mais recentemente, na Europa e na Ásia. Ferlie, McGivern e Moraes (2010) argumentam que o método do caso de Harvard era "um legado passado de faculdades de direito para escolas de negócios". No Brasil, os casos de ensino ainda são pouco utilizados e o volume de publicações de casos brasileiros é pequeno, mas a demanda por esse recurso pedagógico tem aumentado.

Nos estudos da estratégia organizacional é relevante o conhecimento de diversos cenários com diferentes problemas e complexidades para proporcionar uma formação mais abrangente do profissional Administrador. Esta dimensão é a de processamento, que apresenta um eixo que avalia a transformação via experimentação ativa e observação reflexiva (KOLB, 1984).

Figura 3 – Modelo de Kolb



Fonte: Adaptado de Kolb (1984).

Conforme o Modelo de Kolb (1984) percebido na (Figura 3), desenvolver habilidades analíticas e decisórias nos estudantes depende da associação entre a teoria e a prática, com a consideração e o conhecimento de cenários dos negócios não convencionais – além dos mercados públicos e privados, como por exemplo, dos mercados de comercialização de produtos regionais e suas especificidades.

Seguindo a tradição, os mercados e feiras municipais “adquiriram uma importância muito grande que ultrapassa seu papel comercial, num entreposto de trocas culturais e de aprendizado, onde pessoas de várias localidades incorporam-se estabelecendo laços de sociabilidade” (ARAÚJO; BARBOSA, 2004). Neste contexto justifica-se a escolha do Mercadão Municipal de Campo Grande/MS como objeto de estudos no trabalho proposto.

4. Resultados e Discussão

Foram apresentadas quatro perguntas norteadoras para que os discentes aplicassem o conhecimento acumulado durante a disciplina, abaixo seguem as perguntas e as respostas mais relevantes para esta pesquisa.

1 - Como as informações coletadas podem influenciar no sucesso do negócio de cada comerciante individualmente?

“Conhecidas as falhas e estabelecidas as metas, o sucesso de cada banca individualmente é consequência. Por exemplo, se o nível escolar for usado como força motriz de cada negócio individualmente (em contraste com a atual estagnação), a visão de cada empreendedor ficará mais ampla com relação à estratégia, de forma a otimizar o negócio e maximizar os lucros.”

“Através da pesquisa pode-se notar que as bancas possuem produtos diversos, os clientes encontram tudo que procuram em um só lugar e com preços acessíveis. Os turistas também encontram várias coisas pertencentes a cultura local como comidas típicas, artesanatos, etc. Isso tudo agrega valor para o mercadão, influenciando para o seu sucesso. Com essas informações os comerciantes podem fazer com que os obstáculos sejam enfrentados visando o melhor futuro para o sucesso individual de cada comerciante do mercadão.”

2 - Qual a estratégia genérica recomendada para o mercadão, justificando a resposta:

“A estratégia de preço baixo poderia ser uma opção vantajosa. Pois diretamente passa em média 5 mil pessoas pelo mercadão, e com o preço menor poderia aumentar a quantidade de clientes e conseqüentemente o lucro. Mas para isso deveria ser desenvolvido uma estrutura de custo exclusiva, para que os comerciantes não tenham prejuízos. Mas o principal é o trabalho de forma eficiente. Pois a diferenciação que o mesmo possui já é uma grande estratégia, pois proporciona uma vantagem competitiva mediante a oferta de produtos que oferecem. E essa diferenciação estimula com que os consumidores sejam fiéis.”

3 - Qual a direção estratégica recomendada para o mercadão, justificando a resposta:

“Penetração no mercado e consolidação. Pois assim o mercadão aumentaria sua participação no mercado e se concentraria de modo ofensivo em seu mercado atual com os mesmos produtos, aumentando suas vendas e sua quota de mercado relativa.”

4 - Qual o método recomendado para implantar a estratégia recomendada para o mercadão, justificando a resposta:

“Utilizando uma estrutura de custo exclusiva, pois sem isso os comerciantes poderiam ter prejuízos. Eles teriam que comprar seus produtos, matéria prima a um valor bem menor que o de mercado e vende-los também a um valor abaixo do mercado. Dependendo do preço pago, eles podem até ter um lucro igual ou maior ao que teriam se vendessem os produtos no preço de mercado.”

Perspectivas da estratégia nos mercados tradicionais, como a atividade vivencial gerou contribuições e reflexões para o campo da estratégia.

O ciclo de aprendizagem vivencial se apresenta como método que incentiva os participantes a se envolverem no processo de solução de um problema, desafio ou atividade, essa relação faz parte do processo de ensino-aprendizagem no qual o saber é construído a partir das vivências dos participantes da atividade.

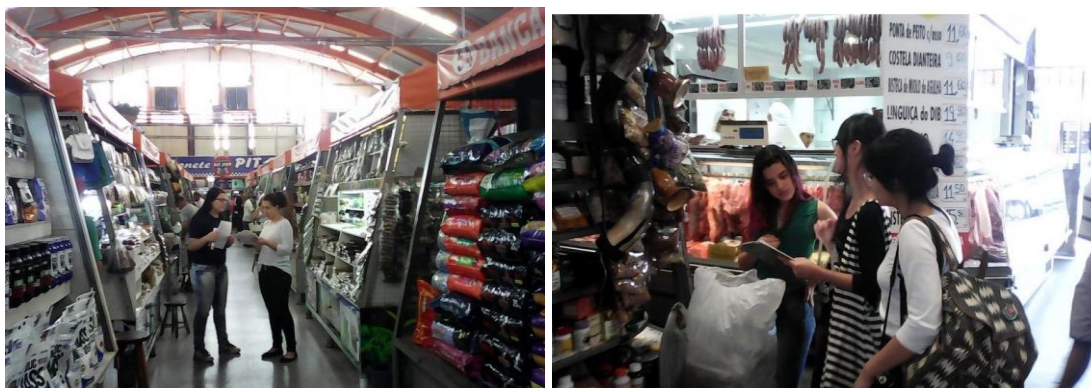
Quadro 1 – Etapas do ciclo de Aprendizagem Vivencial

Etapas	Descrição
I - Vivência	É o jogo propriamente dito, proporciona aprendizado por meio da descoberta.
II - Relato	Momento no qual as pessoas já vivenciaram o jogo e estão prontas para compartilhar o que perceberam e como sentiram durante o processo.
III - Processamento	Momento no qual os participantes vão associar o que viveram com os padrões de comportamento no grupo e sistematizar a experiência vivida.
IV - Generalização	Nessa fase o ministrante colabora para que os participantes deem um passo na aprendizagem passando da realidade do jogo para a realidade do seu cotidiano. Nesse sentido, passam a ser discutidas questões reais e o jogo é deixado de lado.
V - Aplicação	Momento de planejar novos rumos e conseguir dos participantes comprometer-se para mudança.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Nas Figuras 4 e 5 pode-se observar algumas das entrevistas realizadas pelos acadêmicos com os comerciantes do mercado municipal de Campo Grande, seguindo o roteiro estabelecido a partir das quatro perguntas norteadoras.

Figuras 4 e 5 – Coleta de dados junto os comerciantes do mercado municipal



Fonte: Acervo da Pesquisa.

A Figura 6 registra a reunião realizada entre os acadêmicos junto ao setor administrativo do mercado municipal de Campo Grande.

Figura 6 – Reunião com o setor administrativo do mercado municipal



Fonte: Acervo da Pesquisa.

A Figura 7 registra os acadêmicos do curso de administração em frente a uma das entradas do mercado municipal durante a visita técnica.

Figura 7 – Acadêmicos do curso de administração durante a visita técnica ao mercado municipal



Fonte: Acervo da Pesquisa.

O objeto de estudo deste artigo trata-se da aplicação das metodologias ativas no ensino em administração, utilizando o processo de inimitabilidade que os mercados tradicionais possuem como estratégia de competitividade, o que torna evidente a relevância da aproximação do uso das ferramentas da administração em diferentes contextos organizacionais, com foco em desenvolver inovações em processos e adequações ao uso das ferramentas de gestão, assim como qualificar os futuros administradores para tomada de decisões em ambientes complexos, com colaboração para o desenvolvimento regional.

5. Conclusões

A experiência integradora da teoria e prática da Administração desenvolvida e executada pelos discentes e docentes representou uma prática inovadora no ensino da Administração Estratégica na UFMS, pois possibilitou que os discentes saíssem da “zona de conforto” da sala de aula na busca e construção coletiva do conhecimento através de observações, entrevistas e análises sobre o Mercadão Municipal. Sair da “zona de conforto” também fomentou o pensamento crítico sobre como é possível adaptar e aplicar os pressupostos teóricos convencionais da administração em campos não convencionais, como no caso dos mercados tradicionais regionais.

No contexto dos mercados tradicionais existe a atuação das associações, feirantes, comerciantes, produtores rurais, consumidores e instituições como Sebrae, Prefeitura, entre

outras, o que torna o ambiente organizacional diferente das organizações convencionais privadas e públicas, tornando assim um objeto atrativo para novos estudos organizacionais.

A adesão por parte dos discentes foi positiva, já que a maioria participou das atividades de campo à apresentação final dos resultados. A atividade também foi proposta como avaliação final da disciplina, o que pode ter fortalecido a adesão.

Por parte dos docentes, a realização de atividades de aprendizagem vivencial demandam esforços adicionais para o planejamento e execução das atividades: horas adicionais de trabalho para contato com organizações externas, habilidades de comunicação e relacionamento para lidar com atividade não convencional no ensino aprendizagem da administração, o que tende a colaborar para a melhoria da interação entre a Universidade e as organizações regionais.

A atividade proporcionou também a aproximação e construção de laços cooperativos entre docentes e discentes já que ambos se posicionaram como aprendizes frente aos problemas identificados que demandaram a construção de soluções de forma coletiva.

Desta forma é possível concluir que a aprendizagem vivencial no ensino da administração é uma ação que agrega valor à formação teórica e humana dos discentes e docentes e que o uso de metodologias ativas e da aprendizagem vivencial contribui para a melhoria da qualidade dos cursos de Administração, especificamente para a formação de Administradores com melhor preparo para a gestão de conflitos e tomada de decisões complexas, assim como para a atuação efetiva na resolução dos desafios existentes nas realidades dos mercados regionais nos quais estão inseridos.

Referências

ARAÚJO, P. C. A.; BARBOSA, L. R. Feira, lugar de cultura e educação popular. **Revista Nova Atenas de Educação e Tecnologia**, São Luís, v. 7, n. 2, 2004.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 4. ed. Sao Paulo: Makron Books, 1996.

FERLIE, E.; MCGIVERN, G.; MORAES, A. Developing a public interest school of management. **British Journal of Management**, Hoboken, v. 21, Special Edition Making the Business School More Critical, p. 60-70, 2010.

FLICK, U. **Métodos de pesquisa: introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GRESELE, W. D.; CAVALCANTI NETO, S. **Aprendizagem vivencial: uma análise do estilo de aprendizagem do discente de administração do médio oeste paranaense sob a ótica de Kolb**. Trabalho apresentado no 5º Congresso Virtual Brasileiro de Administração, 2008, [s. l.].

HOLMAN, D.; PAVLICA, K.; THORPE, R. Rethinking Kolb's experiential learning in management education: the contribution do socio construtivism and activity theory. **Management Learning**, New York, v. 28, n. 2, p. 135-148, 1997.

KOLB, D. A. **Experiential learning: experience as the source of learning and development**. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1984.

MAHBOUBIAN, M. Educational aspects of business simulation softwares. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Amsterdam, v. 2, p. 5403-5407, 2010.

MARION, A. L. C. **Métodos de ensino para cursos de administração**: uma análise da aplicabilidade e eficiência dos métodos. 2007. 138 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

REYNOLDS, M. Wild frontiers reflections on experiential learning. **Management Learning**, New York, v. 40, n. 4, p. 387-392, 2009.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágios e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. Escola de Administração e Negócios. **Pesquisa de campo no mercadão municipal de Campo Grande**. Campo Grande: ESAN, 2016. Disponível em: <https://esan.ufms.br/2016/08/22/pesquisa-de-campo-no-mercadao-municipal-de-campo-grande/>. Acesso em: 15 fev. 2018.

VILLARDI, B. Q.; VERGARA, S. C. Implicações da aprendizagem experiencial e da reflexão pública para o ensino de pesquisa qualitativa e a formação de mestres em administração. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 5, p. 794-814, out. 2011.