

(X) Graduação () Pós-Graduação

RELATO DE PRÁTICA: Como promover a Gestão na Prática em sala de aula?

Isadora Bacha lopes
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul
isadora.lopes@ufms.br

RESUMO

Em 2021, o projeto "Gestão na Prática" em resposta à pandemia, aproveitou as redes sociais para promover *Lives* sobre o cotidiano organizacional, extrapolando os limites geográficos e enriquecendo o contato com gestores de diversas regiões. Com o término das aulas remotas, os alunos tornaram-se protagonistas. Foi desenvolvida uma proposta prática que permitiu aos alunos vivenciar a gestão, contando com abordagens como *Business Model Canvas*, *Design Thinking* e *Effectuation*, além de incorporar elementos de programas de trainee e competições de inovação. Essas metodologias, foram aplicadas em um projeto desafiador que conduziu os estudantes pelo ciclo completo de vida de um produto. Ancorado no movimento "Faça Você Mesmo", o projeto incentivou os alunos a explorarem suas habilidades manuais e a desenvolverem *soft skills*. Eles foram instigados a pensar criativamente, resolver problemas de forma inovadora e trabalhar de maneira colaborativa. Durante o semestre, prototiparam e testaram suas ideias, integrando essas experiências práticas ao currículo para cultivar habilidades administrativas e fomentar uma atitude empreendedora, preparando-os para os desafios do mercado e para contribuir com a comunidade. Os alunos não só assimilaram a teoria, mas também a aplicaram, adquirindo confiança e competência para iniciar seus próprios empreendimentos ou para contribuir significativamente em organizações existentes.

Palavras-chave: Faça-você-Mesmo; Empreendedorismo; Prototipação; Consultoria; Palestras.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O empreendedorismo é frequentemente celebrado como uma força motriz para a inovação e o crescimento econômico. Em um mundo dinâmico, com demandas e desejos dos consumidores em constante evolução e uma sociedade com diversos desafios sociais e ambientais, a agilidade para se adaptar e inovar é imprescindível. No Brasil, apesar de uma alta taxa de empreendedorismo, muitas iniciativas são motivadas pela necessidade, não alcançando o impacto desejado. Contudo, desenvolver competências empreendedoras é crucial na atualidade (Baggio, Baggio, 2015; Santos, Caetano e Curral, 2010; SEBRAE, 2022). Neste cenário, a disciplina de Empreendedorismo na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, campus de Aquidauana busca não apenas transmitir conhecimentos teóricos, mas também proporcionar experiências práticas que preparem os alunos para os desafios do mundo real e estimulam a proatividade e a mentalidade empreendedora, buscando contribuir com a comunidade ao seu redor.

Além do espírito empreendedor, habilidades como pensamento estratégico, tomada de decisão, organização e planejamento, entre outros, são cruciais para o desenvolvimento de futuros administradores. Essas competências, que são fundamentais para a alta gestão e ambientes organizacionais complexos (De Benedicto et al., 2015), muitas vezes não possuem ambientes para que possam ser desenvolvidas, principalmente, em cidades interioranas com baixa industrialização, ou ainda no início da carreira. Portanto, é vital desenvolver projetos e disciplinas práticas que permitam aos alunos experimentar e aprimorar essas habilidades em diferentes contextos organizacionais.

Por fim, as experiências práticas da professora que ministra as disciplinas foram fundamentais para moldar a abordagem pedagógica. Sua participação em um programa de trainee no Grupo Positivo, em 2012, foi particularmente formativa. Programas de trainee no Brasil, são conhecidos por seu rigor e estrutura, projetados para acelerar o desenvolvimento de habilidades gerenciais e estratégicas em jovens talentos. Esses programas frequentemente incluem treinamento intensivo em liderança, gestão de projetos, e estratégias de negócios, preparando os trainees para assumir posições de liderança no futuro (Bitencourt, Piccinini e Rocha-de-Oliveira, 2012; Endeavor, 2015). Além disso, a professora contribuiu para a equipe "Cerrado em Pé", vencedora do Desafio *Startup Challenge* by Fundect, 2022, que visava promover a inovação e o empreendedorismo através da exploração sustentável da bioeconomia do Mato Grosso do Sul. O desafio envolveu etapas como o desenvolvimento de Lean Canvas e Pitch, incentivando o trabalho em equipe e a colaboração com especialistas, habilidades essenciais para qualquer administrador moderno.

Essas vivências pessoais da professora não apenas enriqueceram seu repertório profissional, mas também se mostraram cruciais para a concepção de etapas e formatos didáticos inovadores. Elas permitiram a identificação de elementos essenciais que contribuem significativamente para o desenvolvimento de habilidades práticas nos alunos. Ao integrar essas experiências ao currículo, a professora garante que os estudantes se beneficiem de aprendizados concretos, refletindo a realidade do mercado e as demandas contemporâneas da administração

2 DESENVOLVIMENTO

O projeto “Gestão na Prática” no formato virtual

Durante a primeira etapa do projeto em 2021, a Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, estava com as aulas no formato remoto, por conta da pandemia causada pelo COVID-19. Assim, a primeira etapa do projeto foi virtual, buscando aproveitar expandir os limites geográficos, da região de Aquidauana- MS, 8 *Lives* foram realizadas com gestores de diversas regiões do Brasil e inclusive do exterior. Par isso, foi desenvolvido um perfil no Instagram (<https://www.instagram.com/prof.isadoralopes/>) para realização das *Lives* e para divulgar conteúdos sobre o Universo da Gestão.

Com relação a primeira *Live*, no dia 12/05/2021, o convidado era o Kenneth Corrêa administrador e fundador da empresa 80 20 Marketing, residente em Campo Grande - MS. Diversos assuntos foram tratados, mas destaca-se os temas: Atuação do administrador; trajetória como empreendedor e dia a dia de uma empresa que trabalha com marketing digital.

A segunda *Live*, no dia 24/05/2021, o convidado foi Fabricio Santos, engenheiro ambiental e proprietário da empresa WF Marcenaria e Franqueado da Wizard, mora em Campo Grande - MS. Os principais temas abordados foram: Diferença de empreender via franquia e por meio de negócio próprio; trajetória empreendedora e desafios de atuar na gestão sem ser formado em administração.

No dia 07/06/2021 o convidado foi Luiz Arrevabeni, gestor financeiro e meu colega durante o programa de Trainee do Grupo Positivo, mora em Curitiba-PR. Nesse bate papo, falamos sobre os programa de trainee; início da carreira; gestão financeira e as possibilidades de atuação na área financeira.

A quarta *live*, no dia 19/06/2021 tivemos a participação da Roberta Salomão consultora de mídias digitais na França. Os assuntos tratados foram: trabalhar no exterior, como funciona o programa *Erasmus mundus* e a transformação digital de empresas. Contudo, houve um pequeno problema em relação a transmissão via Instagram. Devido à instabilidade da internet, o bate-papo foi gravado e disponibilizado no YouTube.

Na *live* do dia 08/07/2021 tivemos a participação de Flávio Saab servidor público na Anvisa, mora em Brasília. Nessa oportunidade foi abordado a prática da gestão na gestão pública; políticas públicas e processo decisório na gestão pública.

No dia 18/08/2021, a convidada foi Muriel Volz, Gestora e professora na Universidade Positivo, residente em Curitiba. Nessa *live* o foco foi o empreendedorismo social, a partir do projeto coordenado pela mesma, pudemos aprender sobre as mulheres privadas de liberdade; e como o empreendedorismo pode ser uma importante ferramenta nesse contexto.

No dia 20/09/2021, com a participação da pedagoga e administradora Bárbara Medeiros, residente em Brasília. Os temas abordados foram: diversidade sexual e de gênero, inclusão de pessoas LGBTQIA+ no ambiente de trabalho.

E por fim, finalizamos nosso ciclo de *lives* no dia 19/10/2021, com a participação do mestre em arte e tecnologia Jefferson Sooma, residente na Ecovila na área da Cafuringa,-entorno de Brasília. Diversos assuntos foram tratados, destacando-se os temas: Sustentabilidade, economia compartilhada, experiência de uma Ecovila, clube de compras e sua trajetória empreendedora.

Por meio dos *feedbacks* recebidos ao final de cada *live*, observou um ótimo desempenho das mesmas, com diversos *feedbacks* positivos e elogios sobre elas e sobre o projeto. Além disso, as *lives* possibilitaram explorar diversos aspectos da gestão, a vivência e experiência de gestores em diversas regiões do Brasil e do mundo e em diferentes posições e cargos, sendo possível explorar temas que nem sempre são abordados nos planos pedagógicos. Para finalizar, as *lives* ainda estão disponíveis no perfil do Instagram e seu acesso é liberado e gratuito, podendo servir como material de apoio para outros contextos educacionais e para comunidade.

O projeto “Gestão na Prática” no formato presencial - Empreendedorismo

A segunda etapa do projeto, de forma presencial, teve início no primeiro semestre de 2023, os alunos da disciplina de empreendedorismo, foram introduzidos aos seguintes pilares: **Modelo de Negócios Canvas**, uma metodologia que utiliza o *Design Thinking* para descrever a lógica de como uma organização cria, entrega e captura valor para os clientes, estimulando a inovação, possibilitando a prototipagem e o teste de novas ideias de forma dinâmica (Vianna et al, 2012; Osterwalder, 2011). De acordo com Oliveira (2014), o *design thinking* assenta-se em um tripé composto por três etapas: empatia, colaboração e experimentação. Já a abordagem **Effectuation**, parte do princípio de se começar com o que se tem, definir perdas aceitáveis, explorar possibilidades e crescer por meio de parcerias

(Sarasvathy, 2001). Essas três metodologias que representam a vanguarda do pensamento empreendedor foram a base para estruturar a disciplina. Com o objetivo de aplicar esses conceitos de maneira prática, foi proposto um projeto que desafiou os estudantes a percorrerem todo o ciclo de vida de um produto, desde a concepção até a venda. Este projeto foi ancorado pelo movimento "Faça Você Mesmo", incentivando uma abordagem prática e *hands-on*.

O projeto teve início com a formação de cinco grupos multidisciplinares, cada um recebendo um kit de materiais diversificados e um empréstimo simbólico de R\$10,00 para estimular o empreendedorismo prático, o kit e o valor inicial foram desembolsados pela própria professora. Os kits continham itens como fio ecológico, cetim, laços, pompons, arcos, presilhas, flores, cola quente, bolinhas e enfeites de envelope, que serviriam como base para a criação dos produtos artesanais, e oferecendo a base dos recursos, para que eles pudessem usar a abordagem *effectuation* "comece com o que se tem".

Figura 1: Kits e carta motivacional entregue aos alunos



Fonte: Arquivo pessoal da professora

Após a entrega dos Kits, iniciou a **montagem das equipes**, onde os alunos foram encorajados a pensarem que áreas eles se identificavam mais na administração e qual gostariam de desenvolver. Assim, nessa etapa estabeleceu cinco áreas de atuação em cada grupo, sendo elas: desenvolvimento de produto, pesquisa e desenvolvimento, marketing, finanças e liderança, garantindo uma distribuição equitativa de integrantes e promovendo a colaboração interdisciplinar.

Com os grupos criados, iniciou-se o **mapeamento de recursos**: os alunos identificaram e catalogaram recursos disponíveis, incluindo conhecimentos específicos e habilidades manuais, fundamentais para a fase de ideação.

A etapa de **brainstorming e ideação**: Utilizando a abordagem do Design Thinking, os grupos exploraram oportunidades de mercado e geraram ideias de produtos, alinhando-as com os recursos disponíveis previamente mapeados, foram incentivados a fazerem um diário de

ideias, discutir com o grupo possibilidades, visando na fase de ideação não focar na viabilidade da ideia, e procurarem não julgar as ideias dos colegas nessa fase, buscando estimular a criatividade nesse momento e as diversas ideias que poderiam surgir de forma espontânea.

Com as ideias já amadurecidas pelos grupos, iniciou-se o preenchimento do modelo de negócio Canvas, ao longo do semestre, nessa fase o processo de articular as teorias do empreendedorismo com as práticas desenvolvidas pelos alunos foram reforçadas. A seguir destaca-se os aspectos críticos dessa etapa:

Primeira etapa, foco no **Mercado e Clientes**, foram realizados: pesquisa de mercado; definição das personas; segmentação de mercado; canais de distribuição e estratégias de relacionamento.

Na parte destinada a **Infraestrutura e Serviços**: foi destacado a importância do processo na elaboração dos produtos, quais atividades e recursos eram chave para sua execução, e quais parceiros poderiam contribuir com a ideia. Além disso, nessa etapa os alunos deveriam realizar um *benchmarking*. Visando identificar quais produtos e serviços poderiam servir de base para desenvolverem e aprimorarem a proposta de valor inicialmente pensada.

Por último as equipes foram estimuladas a pensarem na **Viabilidade Econômica** de suas ideias. Para isso, essa etapa considerava os custos de produção, além disso nesse momento aproveitou-se para discutir aspectos da precificação e validação do produto no mercado. Tendo em vista que o projeto era voltado para produtos artesanais, o maior desafio dessa etapa era pensar como escalonar esses produtos.

A etapa de prototipagem ocorreu ao longo de todo o desenvolvimento, uma vez que os alunos foram estimulados a refinarem os protótipos com base nos *feedbacks* recebido. Um desafio notável surgiu nessa etapa, sendo bastante exemplificativo para os demais grupos, a ideia inicial de um grupo era criar um mascote da UFMS em Amigurumi. Ao apresentar o protótipo à direção, foram informados sobre as restrições legais relacionadas ao uso da logo da universidade, o que levou à reavaliação e adaptação da proposta inicial e mostrou de forma prática a importância da prototipação.

Além do desenvolvimento dos produtos a partir do Kit entregue foi pedido a criação da identidade visual da marca a ser criada. Assim, os alunos criaram a Logo e o perfil do produto no Instagram. Foi reforçado a importância deles pensarem na paleta de cores e como essa identidade deveria estar alinhada com proposta de valor elaborada. Além disso, eles criaram conteúdos para promover o produto e receber *feedbacks*

O projeto “Gestão na Prática” no formato presencial - Práticas supervisionadas.

Já no segundo semestre de 2023, o projeto focou na disciplina de práticas supervisionadas. Tendo em vista que, administrar é solucionar problemas, assim como tomar decisões, praticar a gestão, perpassa cotidianamente em desenvolver habilidades e uso de ferramentas e técnicas, visando solucionar problemas e tomar decisões que irão variar em termos de escopo e complexidade dentro das organizações.

Dessa forma, quando se pensa em proporcionar aos acadêmicos de administração possibilidades de exercitar a gestão, é fundamental pensar como criar ambientes que visam colocá-los em contato com problemas cotidianos de uma empresa. Além disso, é necessário trazê-los para uma perspectiva sistêmica e contingencial. Isso é, possibilitar que eles pensem os conceitos de forma contextualizada, num esforço para enfrentar a crise de fragmentação e de falta de integração dos múltiplos saberes e perspectivas envolvidos na administração.

Para desenvolver a prática desta disciplina, algumas etapas foram consideradas, iniciando pelo incentivo ao autoconhecimento dos alunos. Atividades como a "linha do tempo", onde os alunos são encorajados a construir um histórico de suas vidas e carreiras, catalogando memórias da infância, adolescência e trajetória profissional. E o exercício "roda da vida", que consiste em desenhar um círculo, dividindo-o em oito partes, cada uma representando uma área vital da vida do indivíduo: família, carreira, finanças, saúde, relacionamentos, cultura, espiritualidade e educação.

Essas atividades são projetadas para fomentar uma reflexão profunda sobre o desenvolvimento pessoal e profissional, preparando os alunos para abordar a gestão com uma compreensão holística de suas vidas e carreiras. Ao cultivar essa autoanálise, os futuros administradores podem melhor identificar suas forças, fraquezas e as áreas que necessitam de crescimento e equilíbrio, fundamentais para uma liderança eficaz e uma prática administrativa consciente.

Após essa etapa introdutória, os alunos exploram as três principais áreas de atuação do administrador: educação, consultoria e empreendedorismo. A escolha de uma área para aprofundamento foi seguida por uma dinâmica de integração e escuta ativa. Nessa atividade, a comunicação não verbal é enfatizada, um aluno atua como guia e o outro deve estar vendado, a condução pelos espaços devem ser apenas com sons, ao final os papéis são trocados. Essa técnica fortalece a confiança e a colaboração, habilidades indispensáveis para o administrador moderno.

A escuta ativa, parte integral dessa dinâmica, é uma competência chave para entender as necessidades e perspectivas alheias, contribuindo significativamente para a resolução de

conflitos e tomada de decisões informadas. Práticas como ouvir sem julgamentos, fazer perguntas abertas, parafrasear e observar a linguagem não verbal são essenciais para a construção de um ambiente de trabalho colaborativo e produtivo, assim como para desenvolver confianças mútuas.

Figura 2: Registro da dinâmica escuta ativa



Fonte: registro pessoal da professora

3 RESULTADOS, DESAFIOS E APRENDIZADO

Gestão na Prática - Empreendedorismo

Os próximos parágrafos serão detalhados os principais resultados de cada grupo, assim como alguns desafios e aprendizados. Optou-se por trazer a identidades visual criada pelas equipes, assim como os produtos confeccionados pelos mesmos.

A primeira equipe denominada Capigurumi, tinha como proposta de valor destacar os elementos culturais e tradicionais do estado do Mato Grosso do Sul nos amigurumis, bonecos criados a partir do crochê. Conforme relatos dos membros da equipe "a cultura e o consumo do tereré, teve sua origem na região, através da proximidade do Paraguai e dos indígenas Guaranis e Kaiowás". Sendo assim, o principal diferencial do seu produto era destacar o tereré na capivara, animal bastante presente na região. Conforme figuras 3 e 4 abaixo.

Figura 3: Canais de relacionamento - Instagram Capigurumi



Fonte: retirado do relatório entregue da equipe (<https://www.instagram.com/capi.gurumi/>)

Figura 4: Produto desenvolvido pelo grupo Capigurumi



Fonte: retirado do relatório entregue da equipe (<https://www.instagram.com/capi.gurumi/>)

A segunda equipe, denominada "Arte in Vitro", tinha como proposta de valor montar designs em garrafas de vidro, ressignificando-as, de acordo com a equipe "escolhemos esse produto pensando de maneira sustentável, sendo um produto de qualidade e que vai agregar valor ao cliente, pois pode ser utilizado como objeto decorativo ou como luminária". Apesar do apelo sustentável, o principal diferencial do grupo estava na composição da equipe, o que permitiu representar nas garrafas a arte indígena e Terena sul matogrossense. Aqui cabe ressaltar um resultado positivo e relevante do projeto nessa equipe, uma vez que as alunas indígenas relataram ter descoberto suas habilidades artísticas no desenvolvimento do produto. As pinturas assim como a identidade visual criada podem ser conferidas nas figuras 5 e 6 abaixo:

Figura 5: Canais de relacionamento - Instagram Arte in Vitro



Fonte: retirado do relatório entregue da equipe (https://www.instagram.com/arte_invitro/)

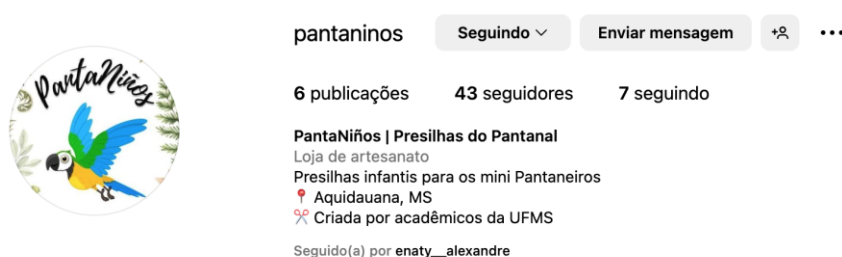
Figura 6: Produto desenvolvido pelo grupo Arte in Vitro



Fonte: retirado do relatório entregue da equipe (https://www.instagram.com/arte_invitro/)

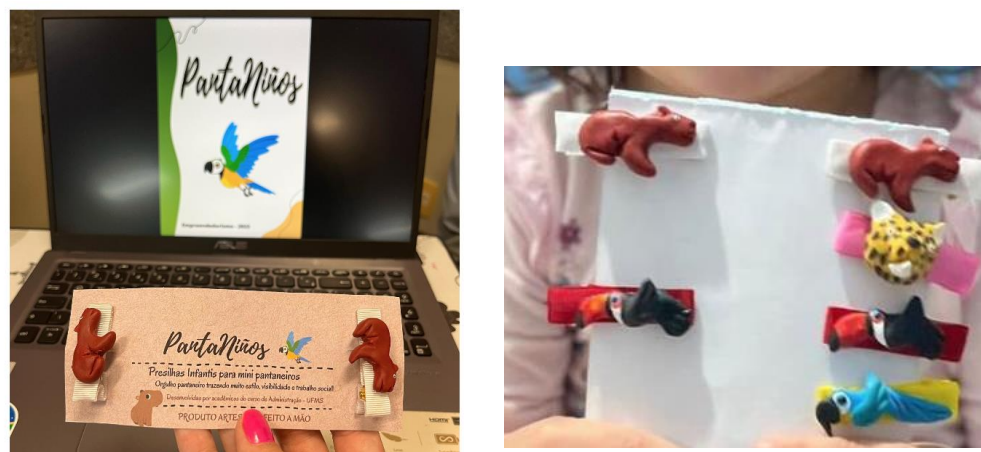
A terceira equipe, denominada “Pantaniños” buscou utilizar mais os materiais inicialmente recebidos no kit, assim desenvolveram uma proposta de valor baseado na criação de adereços infantis com detalhes em *biscuit* de animais do Pantanal feito por artesãs mulheres indígenas. De acordo com a equipe "Através dessa iniciativa, as artesãs indígenas têm a oportunidade de expressar sua criatividade, fortalecer sua identidade cultural e gerar renda, ao mesmo tempo em que promovem a conscientização sobre a importância da preservação do Pantanal e da valorização das comunidades indígenas". Os produtos podem ser conferidos nas figuras 7 e 8 abaixo:

Figura 7: Canais de relacionamento - Instagram Pantaniños



Fonte: retirado do relatório entregue pela equipe (<https://www.instagram.com/pantaninos/>)

Figura 8: Produto desenvolvido pelo grupo Pataniños



Fonte: retirado do relatório entregue pela equipe (<https://www.instagram.com/pantaninos/>)

Por último a equipe denominada "Sou Amigurums" tinha como proposta de valor vender chaveiros de bonecos de crochê, no modelo capivara com capelo, como lembrança do ambiente acadêmico. Segundo a equipe "A intenção do nosso produto é resgatar lembranças vividas na universidade, relembrando momentos de felicidades e aflorando o sentimento de pertencimento de cada um deles ao ambiente acadêmico". Um ponto de destaque nesse grupo, foi a contribuição de uma das integrantes, que já trabalhava de forma profissional com a

confeção e venda de amigurumis personalizados, assim, durante o projeto, foi criado um molde de como fazer o modelo capivara com capelo e o mesmo foi inserido em seu portfólio de venda.

Figura 9: Canais de relacionamento - Instagram SouamiguruMS



Fonte: retirado do relatório entregue da equipe (<https://www.instagram.com/souamigurums/>)

Figura 10: Produto desenvolvido pelo grupo SouamiguruMS



Fonte: retirado do relatório entregue da equipe (<https://www.instagram.com/souamigurums/>)

Gestão na Prática - Práticas Supervisionada

Os principais resultados da disciplina práticas supervisionadas, assim como os desafios e aprendizados foram: a realização de 3 consultorias de planejamento estratégico. A primeira consultoria foi na empresa sediada em Aquidauana "Toque de Amor"; a segunda consultoria foi realizada na empresa "Madek - materiais de construção" sediada em Miranda-MS e a terceira e última consultoria foi na empresa "Country Life". Além disso, houve o planejamento e organização da Palestra "Estratégias de Marketing nas Mídias Sociais para Empreendedores lojistas de pequeno e médio porte dos municípios de Aquidauana e Anastácio". E o desenvolvimento de um "Manual para emissão de Nota para Micro Empresa

(ME) do município de Aquidauana MS”, a partir do estudo prático das necessidades da empresa “LIG LIMPINHO”.

Com relação aos principais desafios, observou o tempo como fator crítico para desenvolver um projeto de consultoria que conseguisse contemplar mais que propostas e sugestões, uma vez que os alunos não tiveram tempo para medir se suas ações promoveram os objetivos traçados. Dessa forma, esperasse que esse fator seja melhor planejado para que os resultados das consultorias possam ser mais Tangíveis.

Outro aprendizado importante, foi a importância de estabelecer inicialmente junto as empresas um documento de anuência alinhando ambas expectativas. Com relação a palestra, os alunos que foram responsáveis pela ideia e organização de todo o evento. Mas o conteúdo a ser ministrado pelo palestrante, não foi validado previamente pelo professor, o que na ocasião não ocorreu prejuízos, mas que foi um ponto de alerta.

Por último, um resultado muito positivo com relação ao grupo que desenvolveu o serviço por meio da cartilha para a empresa “Lig Limpinho”, foi a contratação de uma das integrantes do grupo, durante o processo de mapeamento das necessidades da empresa. Exemplificando o ganho mútuo permitido por essa aproximação dos alunos ao contexto organizacional das empresas.

Consultorias de Planejamento Estratégico:

Todas as consultorias contaram com: análise do setor, análise SWOT, análise da concorrência, público alvo e análise dos fornecedores, e na parte do mapeamento do problema, algumas análises adicionais foram realizadas. A seguir serão detalhadas algumas ações de cada equipe.

Consultoria 1: Realizada na empresa "Toque de Amor", localizada em Aquidauana.

A equipe realizou um diagnóstico da situação atual da empresa e optou junto a proprietária focar no seguinte problema: Qual seria o motivo da queda no desempenho das vendas da empresa? Dessa forma, a equipe com o auxílio da professora, analisou os processos internos da empresa, a concorrência e as mídias sociais. Como principais resultados pode-se listar:

1. Análise detalhada da identidade visual da empresa nas mídias sociais, assim como sugestões de melhoria do conteúdo e do formato utilizado atualmente;
2. Revisão das planilhas financeiras, identificando a necessidade de atualizações, assim como critérios mais claros para definir a margem de lucro. Outro aspecto importante, foi apontar diversos questionamentos para que a segunda unidade da loja fosse revista.

3. Um ponto de atenção que foi reforçado pela equipe, é que inicialmente a empresa não considerava possuir concorrentes, o que por meio do trabalho dos alunos de analisar a concorrência, possibilitou que a proprietária passasse a perceber e conhecê-los .

Consultoria 2: Focada na implementação do marketing digital na empresa "MADEK" - Materiais de Construção, localizada na cidade de Miranda/MS.

Principais resultados obtidos foram:

1. Para a análise da concorrência a equipe realizou diversas cotações junto aos concorrentes, dos materiais considerados básicos na área de construção civil. Isso foi importante, uma vez que foi identificado que o cliente desse segmento é sensível ao preço.
2. Com relação ao marketing digital, realizou-se uma pesquisa nas redes sociais dos concorrentes da empresa, que revelou que nenhuma das empresas pesquisadas são ativas e realizam posts frequentes nas redes sociais. Esses ocorrem de forma esporádica e tem baixo engajamento do público. Foi observado que apenas uma empresa possui link nos seus perfis do instagram e do whatsapp que direcionam o cliente para o atendimento pelo whatsapp, e a maioria tem descrito no perfil seus contatos, sem links para acessá-los. Outro ponto a considerar é a descrição no perfil da empresa, pois a maioria possui apenas informações vagas e os telefones de contato descritos. A maioria das lojas concorrentes possuem whatsapp profissional, no entanto, nenhuma loja tem organização na parte de catálogo, essencial para que o cliente conheça e saiba dos preços dos produtos sem a necessidade de ir até a loja.
3. Um ponto de atenção observado foi em relação aos fornecedores, foi identificado dificuldade nesse quesito, por conta da distância dos mesmo, o que influencia o valor final dos produtos devido ao valor do frete que é acrescido.

Consultoria 3: Direcionada para a área de marketing da empresa "Country Life", localizada em Aquidauana.

Por meio do diagnóstico, observou que a empresa gostaria de melhorar o desempenho da loja nas redes sociais. A seguir serão elucidadas algumas ações realizadas pela equipe.

1. A empresa estudada realiza as vendas online por meio de aplicativos de rede sociais, os aplicativos que são usados para realizar as vendas são Whatsapp e Instagram e a expectativa é que a venda online ultrapasse a da loja física, uma vez que a empresa se tornou conhecida na cidade pela popularidade da proprietária no Instagram.
2. Observou que nas semanas de "live shop", live que acontece no Instagram da proprietária com produtos promocionais, o faturamento dobra em relação às vendas semanais. Para chamar a atenção dos clientes nas redes sociais e migrar essa atenção para futuras vendas, a

cada início de semana é estabelecido um cronograma de postagens para que venha atingir o público e despertar interesse. Como por exemplo: Segunda - Itens Infantis; Terça: Roupas femininas adultas; Quarta: Roupas masculinas adultas; Quinta: Acessórios no geral; Sexta: um item de cada; Sábado: Fotos de clientes usando as peças.

3. Observou que o perfil da loja possui por volta de 8 mil seguidores, e o perfil da proprietária mais de 100 mil seguidores, dessa forma, muitas ações propostas pela a equipe, foi direcionada a como elevar a visibilidade do perfil da loja? Sugerindo que a proprietária fizesse divulgações frequentes em seu perfil pessoal marcando o perfil da loja.

Palestra:

O evento consistiu no planejamento e execução da palestra intitulada 'Estratégias de Marketing nas Mídias Sociais para Empreendedores Lojistas de Pequeno e Médio Porte', direcionada aos municípios de Aquidauana e Anastácio. A seleção do palestrante foi estratégica, considerando sua experiência prévia na região com serviços de marketing digital. Este tema foi escolhido, uma vez que através de interações em sala de aula, com os demais colegas, identificou-se os desafios comuns enfrentados pelos empreendedores locais, particularmente em relação ao marketing digital.

Um dos destaques do evento foi a expressiva participação de empresários e lojistas da região, o que demonstra o interesse e a relevância do tema abordado. Além disso, o *feedback* positivo recebido dos participantes, reforça o sucesso da palestra e a eficácia das estratégias discutidas.

AGRADECIMENTOS

Este relato é fruto do engajamento dedicado dos alunos nos projetos, da generosidade das empresas que acolheram esses futuros profissionais, e do suporte inestimável da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, campus de Aquidauana, assim como da colaboração valiosa dos meus colegas ao apoiarem o desenvolvimento do mesmo.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BITENCOURT, B. M.; PICCININI, V. C.; ROCHA-DE-OLIVEIRA, S. Programas trainee: jovens orientados para o sucesso. Revista Administração em Diálogo-RAD, v. 14, n. 2, 2012.

DE BENEDICTO, S. C.; DE LAMES, E. R.; BITTENCOURT, J. J. As habilidades do administrador e seus reflexos sobre a prática estratégica nas organizações contemporâneas. Revista Reuna, v. 20, n. 4, p. 115-138, 2015.

ENDEAVOR. Programas de Trainee: Como Funcionam? 2015. Disponível em: <https://endeavor.org.br/pessoas/programas-de-trainee/>. Acesso em: [data de acesso].

OLIVEIRA, Juliana; ANDRADE, Adja. Proposta de um Modelo Inovador de Formação de Professores baseado no Design Thinking. In: Anais dos Workshops do Congresso Brasileiro de Informática na Educação, 2019. p. 692.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011. 300p.

SANTOS, S. C.; CAETANO, A.; CURRAL, L. Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: Como identificar o potencial empreendedor? Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, v. 9, p. 2-14, 2010.

SARASVATHY, S. D. Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. The Academy of Management Review, v. 26, n. 2, p. 243, 2001.

SEBRAE. Habilidades necessárias para o empreendedor de sucesso. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/habilidades-necessarias-para-o-empendedor-de-sucesso,33ba123da1583810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: [data de acesso].

VIANNA, M. et al. Design Thinking: inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012. 162p.