

**CASO DE ENSINO SOBRE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS: práticas de análise das
exportações brasileiras**

Renato De Oliveira Rosa

Escola de Administração e Negócios (ESAN/UFMS)

adm.renato.rosa@gmail.com

Wesley Osvaldo Pradella Rodrigues

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

Universidade Anhanguera Uniderp

wesley.rodrigues@ufms.br

RESUMO

O presente artigo possui o objetivo de fomentar o debate e difundir a importância da reflexão sobre a interação professor e aluno através de metodologias ativas e da aprendizagem experimental, dentro da disciplina de comércio exterior. Avaliando os conhecimentos e habilidades que os alunos terão ao analisar o caso. Os casos aplicados aos negócios internacionais são construídos em torno de objetivos de aprendizagem que se pretende desenvolver, e são seguidos de questões que devem ser respondidas pelos estudantes. Espera-se também difundir a aprendizagem experimental com um caso de ensino e um recurso eficaz para estimular o estudante das escolas de negócios. Os resultados obtidos contribuem para uma melhor compreensão da utilização de metodologias de aprendizagem experimental, como um caso de ensino, além de se mostrar como um recurso eficaz para estimular o estudante das escolas de negócios.

Palavras-chave: Aprendizagem Experimental; Metodologia Ativa, Negócios Internacionais.

1 INTRODUÇÃO

No cenário internacional, é importante observar o comportamento de um dos principais compradores de produtos brasileiros a China. O parceiro oriental é o cliente número um do agronegócio brasileiro, o país possui 1,3 bilhão de habitantes e constante crescimento econômico fazem da China um atraente destino para as mercadorias produzidas no Brasil (CIA, 2018).

O ensino tradicional coloca o docente como único detentor do saber ainda domina as universidades, porém esta metodologia não consegue desenvolver no estudante universitário sua consciência crítica, impossibilitando o graduando de desenvolver sua própria percepção e crítica acerca dos fenômenos administrativos e uma visão crítica das teorias são ensinadas nas escolas de negócios (NICOLINI, 2003).

A globalização é um fenômeno que cresce exponencialmente ao redor do mundo, esse processo engloba vários aspectos da atividade humana, como: a) econômico; b) financeiro; c) cultural e; c) tecnológico, uma de suas expressões mais evidentes é a abertura comercial, como a crescente participação do comércio internacional nas ofertas e nas demandas domésticas de bens e serviços (MAGALHÃES, 2002).

Os casos aplicados aos negócios internacionais são construídos em torno de objetivos de aprendizagem como as habilidades e competências que se pretende desenvolver com os discentes, e são seguidos de questões que devem ser respondidas pelos estudantes. A presença dessas questões torna o estudo de caso uma abordagem de ensino. Os estudantes analisam os saberes necessários para a resolução do caso, pesquisam e discutem em pequenos grupos, são situações baseadas em eventos reais ou que poderiam perfeitamente ser reais, e contam uma história, o que favorece o engajamento dos estudantes (SPRICIGO, 2014).

O presente artigo possui o objetivo de fomentar o debate e difundir a importância da reflexão sobre a interação professor e aluno através de metodologias ativas e da aprendizagem experimental, dentro da disciplina de comércio exterior. Avaliando os conhecimentos e habilidades que os alunos terão ao analisar o caso. Espera-se também difundir a aprendizagem experimental com um caso de ensino e um recurso eficaz para estimular o estudante das escolas de negócios.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 NEGÓCIOS INTERNACIONAIS E O ENSINO EM ADMINISTRAÇÃO

Para responder aos desafios da profissão e que exigem uma "lógica econômica" única e o "paradigma do interesse próprio", as escolas de negócios vêm, há décadas, produzindo profissionais com orientação comercial (KORIS et al., 2016).

Eles consideraram seu propósito construir uma força de trabalho e gestão capaz de lidar com novos desafios e, empregando habilidades técnicas, analíticas, de comunicação, multidisciplinares e interdisciplinares, satisfazendo o mercado de trabalho. Afinal, o mundo corporativo se esforça para obter maior lucro, superando a concorrência e afastando os novos participantes (GILL; LASHINE, 2003)

Os negócios internacionais, como campo de estudo, caracterizam as pessoas como maximizadoras de lucro racionais, e o desejo de maximizar ganhos e lucros é central no modelo econômico globalizado, isso resultou no que Locke e Spender (2011 p. 15) chamam de "a quantificação idealizante dos currículos das escolas de negócios".

Como resultado, em vez de produzir indivíduos socialmente orientados (para os quais o mundo desenvolveu uma necessidade após os numerosos escândalos, casos de corrupção e fraude), os graduados de negócios de hoje exibem uma atitude positiva em relação à ganância e ao próprio comportamento ganancioso (WANG et al., 2011), primariamente elogiam a racionalidade instrumental, falham em desenvolver uma perspectiva acadêmica crítica e suprimir as preocupações sociais (VARMAN et al., 2011).

Os esforços bem-intencionados dos professores para introduzir abordagens críticas e introspectivas colidem com as expectativas e aspirações dos estudantes porque, como Leavitt (1989, p. 39) coloca, "os executivos não sabem como pensar abstratamente". Como resultado, as escolas de negócios têm como objetivo principal melhorar as perspectivas de carreira e / ou os salários dos alunos, ensinando negócios de uma perspectiva puramente comercial; isto é, o ensino é dominado pela influência de uma lógica instrumental de alcançar metas específicas de maximização de lucro (FENWICK, 2005).

2.2 METODOLOGIA ATIVA E APRENDIZAGEM EXPERIMENTAL

A consequência do papel cada vez mais importante do conhecimento para a prosperidade econômica e social e do foco no papel ativo dos indivíduos na construção de seu conhecimento é a tendência de implementar as novas diretrizes na organização do processo de ensino onde a relação ensino e aprendizagem é mais flexível, os alunos são encorajados a tomar um papel ativo nos processos de instrução e nos resultados do ensino deve incluir a aquisição de conhecimento, mas também a obtenção de competências (MOCINIC, 2010).

Prince (2004), considera que a aprendizagem ativa pode ser alcançada por qualquer método de ensino que envolva ativamente os alunos no processo de aprendizado autêntico. Naturalmente, esse modo de aprender substitui a simples memorização e a repetição do que o professor disse ou fez. Novos métodos que incentivem os alunos a participar do processo de ensino, de forma escrita ou falada ou ativamente, estão sendo pesquisados.

A essência desse aprendizado está em constante participação intelectual no processo de aprendizagem, também pensa que o ensino ativo implica o envolvimento dos alunos no ensino de conteúdos curriculares, o que favorece o desenvolvimento de seus conhecimentos procedimentais e sua integração com o conhecimento declarativo e metacognitivo (ZANCHIN, 2002).

A educação experimental desempenha um papel importante no cultivo de espíritos criativos e habilidades práticas de estudantes universitários. Muitos professores tentam reformar o modo de ensino para melhorar a qualidade do ensino. Eles têm estudado na aplicação de modelo de gestão avançada em gestão experimental e sistema experimental em cursos experimentais (BRAITHWAITE; CORR, 2016).

Nesse contexto, estratégias de metodologia ativa são introduzidas nas salas de aula para aumentar as habilidades de resolução de problemas e de pensamento crítico dos alunos em um ambiente mais centrado no aluno. Exemplos de estratégias instrucionais de aprendizado ativo incluem a avaliação de estudos de caso, discussões de classe, aprendizado baseado em projetos, aprendizado baseado em problemas, simulação de papéis, paciente simulado e paciente virtual, aprendizado baseado em jogos e construção de mapas conceituais (MESQUITA, 2015).

3 METODOLOGIA

A metodologia do estudo de caso é uma excelente maneira de trazer uma abordagem holística e interativa ao ensino e aprendizagem (FEAGIN et al., 1991). Sua principal vantagem é adotar uma abordagem orientada a perguntas e não baseada em soluções. Um caso apresenta

a questão em contexto específico que geralmente envolve conflito ou a necessidade de reconciliar ou equilibrar muitas variáveis (GRAHAM, 2010).

Essa complexidade requer um nível significativamente maior de compreensão por parte dos alunos que precisam identificar os principais desafios e questões teóricas do caso antes de formular soluções ou abordagens apropriadas. Em outras palavras, permite que o aluno participe de simulações dos processos de tomada de decisão da vida real da administração (VERSIANI; FACHIN, 2007).

A teoria e o entendimento vêm da resolução de problemas ou da análise de várias medidas a serem tomadas, e não o contrário. Tanto o professor como os alunos assumem a responsabilidade pela aprendizagem: o conhecimento e as ideias são transmitidos do professor para o aluno, do aluno para o professor e de um aluno para outro (PIMENTA, 2005).

A explicação das terminologias conceituais teóricas, bem como o processo de interação dos aspectos organizacionais dos negócios internacionais, foram dados através de palestras em sala de aula. As reflexões sobre os temas serão realizadas por meio de algumas dinâmicas de grupo, bem como o trabalho em equipe. (MOZENA; OSTERMANN, 2017).

A avaliação da disciplina foi mensurada através da utilização da escala SERVQUAL, conhecida como escala Likert, proposta por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) como instrumento de mensuração, outro método de mensuração foi a entrevista semiestruturada, que visa responder ao problema formulado e atingir os objetivos do estudo de forma eficaz, com o mínimo possível de interferência da subjetividade do pesquisador (SELLTIZ et al., 1965).

Foram realizadas algumas pesquisas aplicadas em diversos setores do comércio exterior brasileiro, tanto as importações quanto as exportações, limitando-se ao agronegócio, visto que é o setor que mais cresce na indústria nacional. Os alunos foram incentivados a participar de palestras, seminários e outros eventos acadêmicos, cujos temas são próximos ao conteúdo do curso.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 APRENDIZAGEM EXPERIENCIAL COMO GERENTE DE COMÉRCIO EXTERIOR

No final do semestre espera-se que o aluno tenha interiorizado: Conceitos e termos utilizados para aplicá-los na prática de organizações: Que o comércio internacional não é

improvisado que existem normas internacionais, regulamentos e órgãos que mediar e adotar decisões para regular as práticas de comércio entre as nações. Aqui estão alguns resultados obtidos através dos trabalhos finais construídos pelos alunos:

Grupo Cana de açúcar

Além de ser um grande exportador de sua riqueza, a indústria açucareira proporciona grande rentabilidade econômica ao país, além de produzir açúcar, exporta uma grande quantidade de açúcar para diversos países. As relações no comércio exterior são um dos fatores que mais movimentam a economia brasileira, pois podem atender a demanda de seu mercado interno e comercializar o restante com seus parceiros em todo o mundo.

Dada a flexibilidade econômica que o Brasil enfrenta, o objetivo desta pesquisa é analisar o cenário econômico relativo às atividades internacionais, a fim de identificar a importância da balança comercial entre a África do Sul e a China.

Grupo Cortes de frango

O Brasil é o maior produtor e exportador de cortes de frango do planeta e isso se deve à tecnologia e às alternativas genéticas desenvolvidas para atingir esse alto nível. O Oriente Médio é o maior importador de frango brasileiro. A Oceania e o Oriente Médio compram 46,4%, enquanto a União Europeia compra 23,6% da produção anual de cortes, seguida da Ásia 15,2% e África 6%. Apenas 5,9% são negociados na América Latina, considerando frango em cortes processados e congelados.

Grupo Carne suína

Caracterizado como um estudo de caso, o produto é a exportação de carne de porco e suas derivações, a Rússia e a China são os principais países que o Brasil exporta. A China consome cerca de metade de toda a carne de porco produzida no mundo. Avaliamos os últimos três anos de exportações brasileiras e sul-mato-grossenses para esses dois mercados e também o crescimento das exportações de outros países para esses dois mercados.

Comparamos o crescimento do valor das exportações, volume e preço médio e a participação de mercado do Brasil nesses mercados. Conclui-se que com o crescimento da urbanização e a população mundial o consumo de carne tende a aumentar com o passar dos anos.

4.2 RESULTADOS DAS PESQUISAS DOS DISCENTES

Grupo Cana de açúcar

A China é a maior importadora mundial de açúcar. Combinadas, as importações oficiais e ilegais subiram 60% nos últimos três anos, estimou o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA). As compras externas oficiais estão projetadas em 3,5 milhões de toneladas.

Tabela 1 – Importações e exportações de cana de açúcar entre Brasil e China

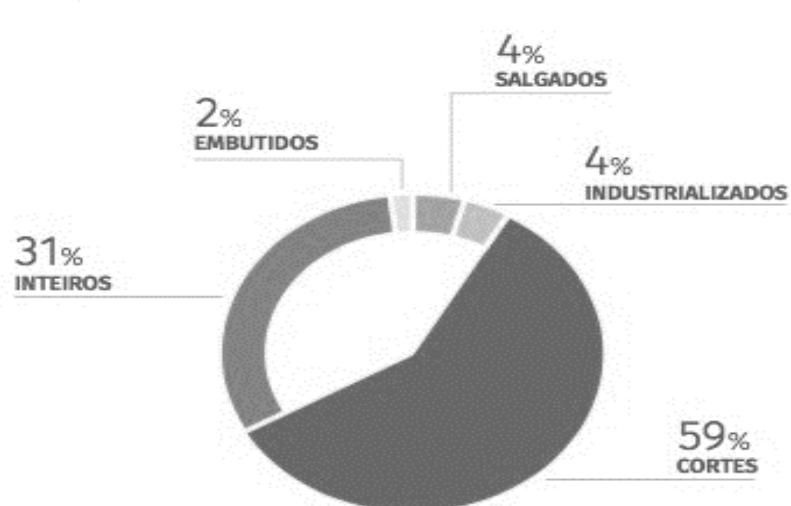
País	Brasil	2013	2014	2015
Produto	Açúcar	-	-	-
% exportação	-	12%	8,80%	12%
Importador	China	2013	2014	2015
Produto	Açúcar	-	-	-
% importação	-	57%	46%	42%
Valor em Dólar	-	1,4b	871m	856m

Fonte: Elaborado pelos discentes.

Grupo Cortes de frango

Mesmo em meio à extensa crise político-econômica atual, o Brasil é um potencial agregador de valor à balança comercial mundial. Com plena expansão de suas commodities e com inteligentes e dinâmicos acordos devemos crescer 0,3% neste ano, na projeção do FMI, e 1,3% (MDIC, 2016).

Figura 1 – Exportações de carne de frango no Brasil



Fonte: MDIC/SECEX e ABPA (Adaptado pelos discentes).

Grupo Carne suína

De acordo com a Tabela 2, é possível entender que a China está diminuindo a quantidade de Carne Suína do Brasil, o que consequentemente fez com que caísse a receita desse produto em 5,5 Bilhões de Dólares de 2014 para 2016.

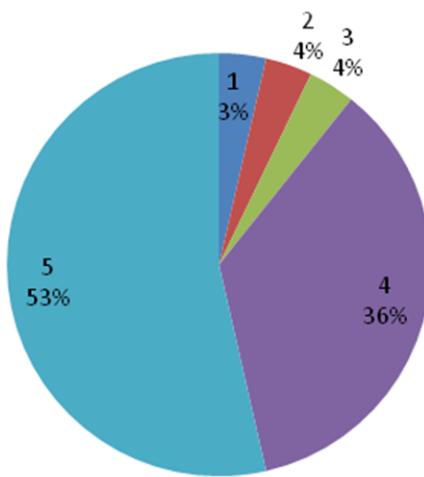
Tabela 2 - Exportações de Carne Suína do Brasil para a China

China			
Período	US\$ FOB	Peso Líquido (kg)	Quantidade
01/2014 até 12/2014	40.616.107.929	229.380.984.550	11.636.799.809
01/2015 até 12/2015	35.607.523.612	252.208.533.409	9.227.470.741
01/2016 até 12/2016	35.133.589.864	286.365.358.876	8.972.700.984

Fonte: Elaborado pelos discentes.

4.3 Avaliação da Disciplina

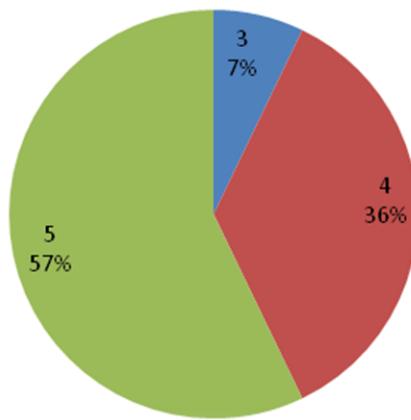
Gráfico 1 – Avaliação do cumprimento dos objetivos da disciplina



Fonte: Dados da pesquisa.

A elaboração do gráfico 1 partiu da pergunta “Você acha que a disciplina TEI IV - Comércio Exterior cumpriu com os objetivos propostos na aula inicial e no plano de ensino?”, onde os alunos deveriam atribuir uma nota de 1 a 5, onde 1 é muito ruim e 5 é considerado muito bom, dessa forma é possível observar que mais que quase 90% dos alunos atribuiu a nota 5 ou 4 indicando que o cumprimento dos objetivos da disciplina foi muito bom e bom.

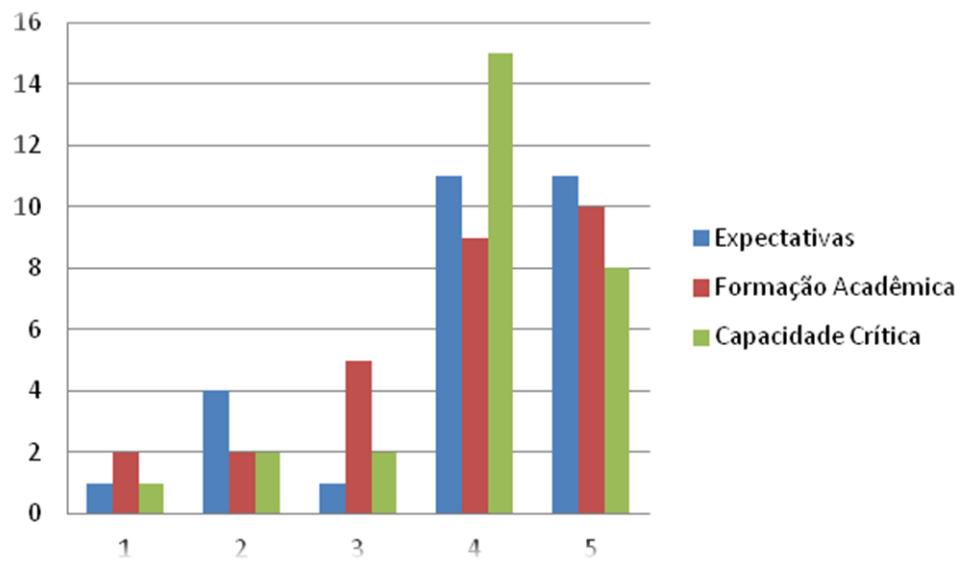
Gráfico 2 – Avaliação das abordagens utilizadas no ensino da disciplina



Fonte: Dados da pesquisa.

A construção do gráfico 2, parte da pergunta “Como você avalia a forma, as abordagens, as atividades utilizadas para o ensino da teoria e prática da disciplina?”, e assim como a questão do gráfico anterior, os alunos deveriam atribuir uma nota de 1 a 5, onde 1 é muito ruim e 5 é considerado muito bom. Dessa forma 93% dos alunos consideraram as abordagens utilizadas no ensino da disciplina muito bom e bom.

Gráfico 3 – Avaliação da contribuição da disciplina para o desenvolvimento do acadêmico.

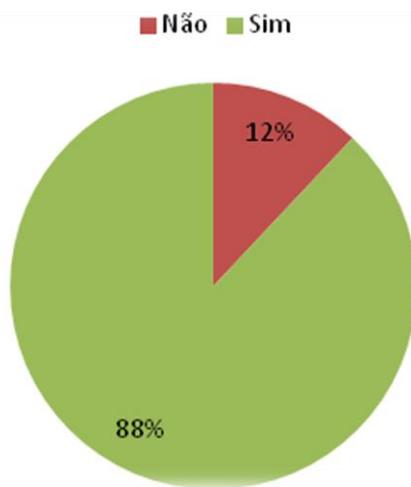


Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto a contribuição da disciplina para o desenvolvimento do acadêmico, foi mensurada através da avaliação de três frases, sendo: a) Com relação ao conteúdo ministrado, a disciplina atendeu as suas expectativas?; b) Qual foi a contribuição do conteúdo ministrado para a sua formação acadêmica geral?; c) Qual foi a contribuição do conteúdo ministrado para o desenvolvimento de sua capacidade crítica?

A avaliação das frases se deu a partir da atribuição de notas de 1 a 5, onde 1 não contribuiu e 5 contribuiu totalmente, é possível observar no gráfico 3 que quanto as expectativas 73% dos acadêmicos acreditam que contribui ou contribuiu totalmente, quanto a formação acadêmica 63% dos acadêmicos acreditam que contribui ou contribuiu totalmente, e por fim, quanto à capacidade crítica 76% dos acadêmicos acreditam que contribui ou contribuiu totalmente.

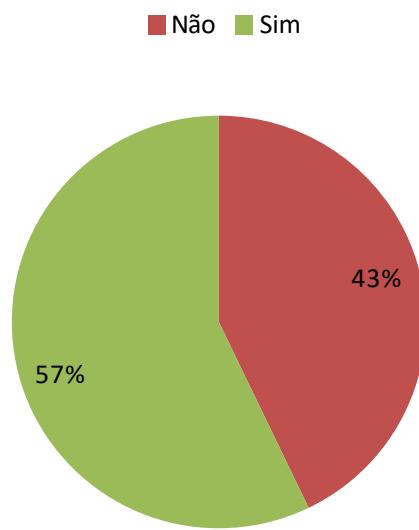
Gráfico 4 – Recomendação da disciplina aos colegas.



Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo o gráfico 4, 88% dos alunos recomendariam a disciplina para algum colega, visto que trata-se de uma pesquisa optativa, que foi oferecida no segundo semestre de 2017 para os cursos de graduação que compõe a Escola de Administração e Negócios da UFMS, composta pelos cursos de Economia, Administração, Turismo, Ciências Contábeis e Processos Gerenciais.

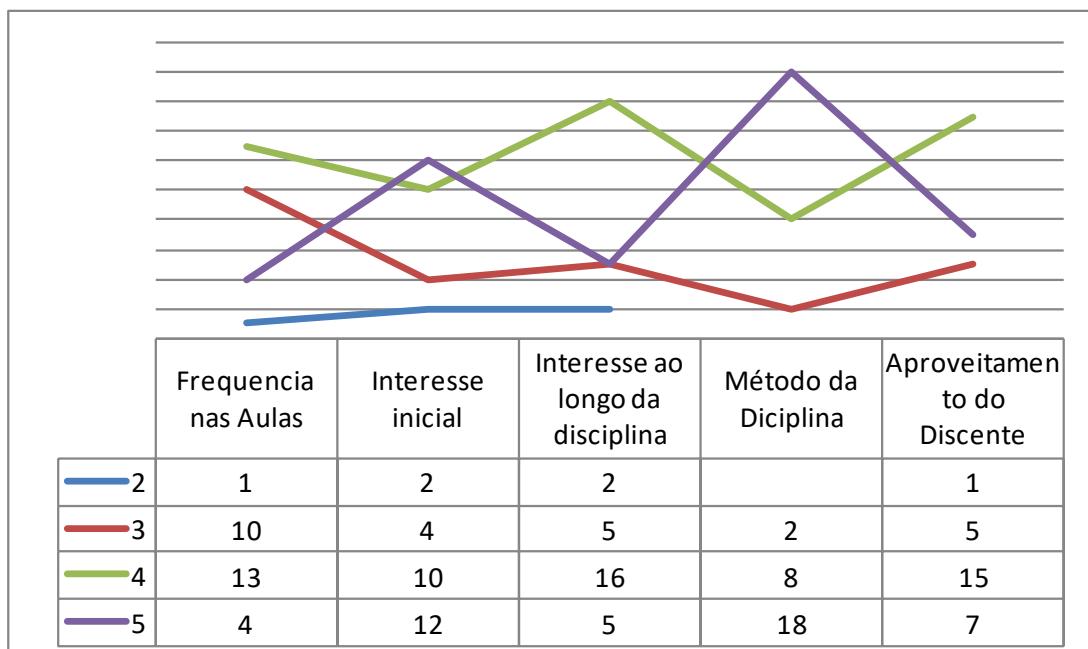
Gráfico 5 – Conhecimentos anteriores suficientes para acompanhar a disciplina.



Fonte: Dados da pesquisa.

A partir do gráfico 5, é possível observar o quanto os conhecimentos anteriores foram suficientes para acompanhar a disciplina, onde 43% dos alunos respondeu “não” e 57% dos alunos respondeu “sim”.

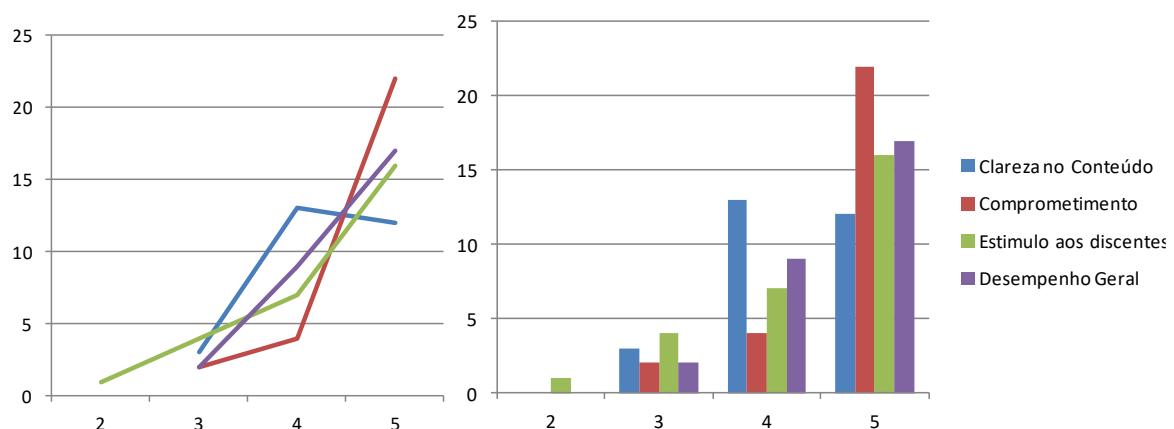
Gráfico 6 – Avaliação do comprometimento do discente.



Fonte: Dados da pesquisa.

A construção do gráfico 6 buscou entender o comprometimento do discente na disciplina, com foco em: a) frequência nas aulas; b) interesse inicial; c) interesse ao longo da disciplina; d) método da disciplina e; e) aproveitamento do discente. É possível observar que o método da disciplina influenciou o comprometimento dos alunos, e que a frequência nas aulas foi um fator “regular” quanto o comprometimento.

Gráfico 7 – Avaliação do desempenho do docente.



Fonte: Dados da pesquisa.

O gráfico 7 refere-se ao desempenho do docente, os alunos deveriam atribuir uma nota de 1 a 5, onde 1 é muito ruim e 5 é considerado muito bom. Onde foram mensuradas as seguintes variáveis: a) clareza no conteúdo; b) comprometimento; c) estímulo aos discentes e; d) desempenho geral. Sendo possível observar que o comprometimento do professor foi a variável melhor avaliada, sendo possível destaca-la.

5 CONCLUSÕES

Em estudos da estratégia de comércio exterior se mostra relevante o conhecimento de vários cenários com diferentes problemas e complexidades para fornecer uma formação mais abrangente do administrador profissional. Para um bom aproveitamento e desempenho dos acadêmicos em sala de aula, o curso requer uma estrutura organizacional consistente, onde os métodos de ensino desenvolvam as habilidades analíticas e de tomada de decisão nos estudantes, o que depende da associação entre teoria e prática, com consideração e conhecimento de cenários de negócios internacionais.

Este trabalho se propôs fomentar o debate e difundir a importância da reflexão sobre a interação professor e aluno através de metodologias ativas e da aprendizagem experimental, dentro da disciplina de comércio exterior, os autores estão satisfeitos com o resultado da implantação do uso de metodologias ativas na disciplina comércio exterior o que evidencia a necessidade de difusão deste tipo de metodologia de ensino em outras escolas de negócios.

Os resultados obtidos contribuem para uma melhor compreensão da utilização de metodologias de aprendizagem experimental, como um caso de ensino, além de se mostrar como um recurso eficaz para estimular o estudante das escolas de negócios, sendo este o método melhor recomendado para atividades práticas e treinamentos em sala de aula, o que é possível concluir a partir dos resultados da presente pesquisa.

Como sugestão para estudos futuros, seria interessante aumentar a amostra e comparar os resultados oriundos das avaliações dos discentes de diferentes escolas de negócios, além de expandir essa metodologia para outras disciplinas ou cursos dentro da universidade.

REFERÊNCIAS

- BRAITHWAITE, R.; CORR, P. J. Hans Eysenck Education and the Experimental Approach: A Meta-analysis of Academic Capabilities in University Students. **Personality and Individual Differences**, n. 103, p. 163-171, 2016.
- CIA. Central Intelligence Agency. **The World Factbook**. China - People and Society. 2018. Disponível em: <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html>>. Acesso em: 28 Set. 2018.
- FENWICK, D. Ethical dilemmas of critical management education: Within classrooms and beyond. **Management Learning**, v. 34, n. 1, p.27–50, 2005.
- GILL, A. LASHINE, S. Business education: A strategic market-oriented focus. **International Journal of Educational Management**, v. 17, ed. 5, p. 188–194. 2003.
- GRAHAM, A. **Como escrever e usar estudos de caso para ensino e aprendizagem no setor público**. Andrew Graham. Brasília: ENAP, 2010.
- KORIS, R., ÖRTENBLAD, A., OJALA, T. From maintaining the status quo to promoting free thinking and inquiry: Business students' perspective on the purpose of business school teaching. **Management Learning**, v. 48, n. 2, p. 174–186. 2016.
- LEAVITT, H. J. Educating our MBAs: On teaching what we haven't taught. **California Management Review**, v. 31, n. 3, p. 38–50. 1989.
- LOCKE, R. R.; SPENDER, J. C. **Confronting Managerialism**: How the Business Elite and Their Schools. Threw Our Lives Out of Balance. London: Zed Books. 2011.

MAGALHÃES, L. J. A. Comércio internacional, Brasil e agronegócio. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2002.

MESQUITA, A. R., SOUZA, W. M., BOAVENTURA, T. C., BARROS, I. M. C., ANTONIOLLI, A. R., SILVA, W. B., LYRA JÚNIOR, D. P. The Effect of Active Learning Methodologies on the Teaching of Pharmaceutical Care in a Brazilian Pharmacy Faculty. **PLoS ONE**, v. 10, n. 5, 2015.

MOCINI, S. N. **Active teaching strategies in higher education.** Metodicki obzori, vol. 7. 2012.

MOZENA, E. R; OSTERMANN, F. Dialogando sobre a interdisciplinaridade em Ivani Catarina Arantes fazenda e alguns dos integrantes do grupo de estudos e pesquisa em interdisciplinaridade da puc-sp (gepi). Interdisciplinaridade. **Revista do Grupo de Estudos e Pesquisa em Interdisciplinaridade.** [S.I.], n. 10, p. 95-107, abr. 2017.

NICOLINI, A. Qual será o futuro das fábricas de administradores? **RAE**, v. 43, n. 2, p. 44-54, 2003.

PIMENTA, S. G. (Org.) **Professor Reflexivo no Brasil.** 3 ed. São Paulo: Cortez, 2005.

PRINCE, M. Does active learning work? A review of research. **Journal of Engineering Education**, v. 93, ed. 3, p. 223-231, 2004.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais.** São Paulo: Herder, 1965.

SPRICIGO, C. B. **Estudo de caso como abordagem de ensino.** PUC-PR. 1 ed. 2014.

VARMAN, R. SAHA, B. SKÅLÉN, P. Market subjectivity and neoliberal governmentality in higher education. **Journal of Marketing Management**, v. 27, ed. 11, p. 1163–1185, 2011.

VERSIANI, A.; FACHIN, R. C. Avaliando aprendizagem em simulações empresariais. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 5, n. spe, p. 01-13, Jan. 2007.

WANG, L.; MALHOTRA, D.; MURNIGHAN, J. K. Economic education and greed. **Academy of Management. Learning & Education.** v. 10, n. 4, p. 643–660. 2011.

ZANCHIN, M. R. **Le strategie attive**, Le interazioni educative, Roma: Armando 2002.