



EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA: CAPACITAÇÃO EMPREENDEDORA DE JOVENS E ADOLESCENTES PARA A GERAÇÃO DE TRABALHO E RENDA EM UMA INSTITUIÇÃO DO TERCEIRO SETOR

Abel Corrêa De Souza
Gisele Silveira Coelho Lopes
Ricardo Pieri
Miguel Ângelo Mastella
Ana Paula Silva Dos Santos
Júlia Pavei De Luca

Resumo

Este trabalho relata a experiência de um projeto de extensão universitária aprovado pelo Edital N° 07/2011 da Unidade de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. O objetivo deste trabalho é apresentar a experiência da capacitação empreendedora de jovens e adolescentes, em risco pessoal e/ou social, para a geração de trabalho e renda em uma instituição do terceiro setor. Quanto aos fins de investigação este estudo se enquadra na pesquisa descritiva e o meio de investigação foi a observação participante. Sobre a técnica de coleta de dados foi utilizado o diário de campo e a abordagem de análise foi a qualitativa. A população alvo consistiu em 57 jovens e adolescentes, em risco social e/ou pessoal. A atividade de extensão foi organizada em 5 (cinco) oficinas, sendo ministrada num tempo ininterrupto de 2 (duas) horas semanais. O projeto teve duração 7 (sete) meses e os resultados foram considerados satisfatórios, tendo em vista a apropriação dos conhecimentos pelos participantes no campo do empreendedorismo, na análise e aproveitamento de oportunidades vivenciadas por meio da elaboração de protótipos de produtos inovadores, desenvolvidos pelos próprios participantes, com a construção do respectivo plano de negócios.

Palavras-chave: empreendedorismo; capacitação empreendedora; plano de negócios; terceiro setor; extensão universitária.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho relata a experiência de um projeto de extensão universitária aprovado pelo Edital Nº 07/2011 da Unidade de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, cujo objetivo foi desenvolver atividades de extensão universitária estimulando jovens e adolescentes do Bairro da Juventude na geração de trabalho e renda, com inclusão social, por meio de capacitação empreendedora. A área temática que enquadrou este projeto é o *trabalho*, cujas linhas de extensão, são: *o empreendedorismo, a educação profissional e o emprego e renda*. O que justifica a relevância deste trabalho é que o mesmo atende a determinação da LOAS, Lei 8.742/1993, art.25, cujo texto contempla “[...] *investimento econômico-social nos grupos populares, buscando subsidiar, financeira e tecnicamente, iniciativas que lhes garantam meios, capacidade produtiva e de gestão para melhoria das condições gerais de subsistência, elevação do padrão da qualidade de vida [...]*”.

O trabalho foi desenvolvido em uma instituição do terceiro setor, o Bairro da Juventude, que atua há 62 anos em Criciúma - SC - como instituição beneficente. Seu propósito é “*Promover e oportunizar a formação integral da criança e do adolescente em situação de risco pessoal e/ou social, com qualidade, através da educação escolar solidária e assistência social, junto à família, assegurando a todos o pleno exercício da cidadania*”. (BAIRRO DA JUVENTUDE, 2011, p.1). Atualmente atende mais de 1.400 jovens e adolescentes, em tempo integral, em programas de educação infantil, ensino fundamental, laboratórios educativos e educação profissional. Em função da seriedade do trabalho desenvolvido e da abrangência social da instituição na comunidade e do público que atende, foi identificada uma oportunidade de realizar um trabalho educativo, com foco na capacitação em empreendedorismo, plano de negócios e responsabilidade social, com os jovens e adolescentes, matriculados no curso profissionalizante de eletroeletrônica desta instituição. O intuito deste trabalho foi contribuir para a formação e gerando novas oportunidades para o futuro dos participantes, ao vislumbrar a geração de trabalho e renda com inclusão social.

A realização das atividades na instituição ocorreu com a participação de 2(dois) acadêmicos extencionistas e 4 (quatro) professores orientadores. Desse modo, foi elaborado um cronograma estabelecido entre a Universidade e a Instituição Beneficiada, além de um plano de atividades para um período de 7 (sete) meses. Duas turmas do curso de eletroeletrônica foram atendidas pelo projeto, uma no período matutino e outra no período vespertino. As atividades definidas contemplaram: aulas expositivas, atividades práticas, desenvolvimento de um protótipo de um produto com vistas a comercialização, pesquisa de mercado, e o desenvolvimento dos demais elementos de um plano de negócio. As atividades com os alunos ocorreram na própria instituição no horário de aula, uma vez por semana em dois períodos distintos: período matutino das 07:30h as 09:30h (28 alunos) e no período vespertino das 15:30h as 17:30h (29 alunos). Em cada período atuava 1(um) acadêmico extencionista e 1(um) professor orientador. O acompanhamento do professor orientador foi necessário por se tratar de um processo de ensino e aprendizagem de jovens adolescentes, e pela inexperiência dos acadêmicos extencionistas em manter a disciplina e trabalhar os conteúdos. Esta opção permitiu o desenvolvimento e a capacitação dos acadêmicos extencionistas em técnicas de ensino e aprendizagem, além de possibilitar que o objetivo do projeto fosse alcançado.

A estratégia contou ainda com reuniões semanais dos acadêmicos extencionistas com todos os professores integrantes do projeto para o planejamento das atividades a serem desenvolvidas na semana e para superação das dificuldades que surgiam na semana anterior. Todo o trabalho foi amplamente documentado por meio de relatórios semanais dos acadêmicos extencionistas com suas experiências em sala de aula.

Como forma de prender a atenção do público alvo (jovens e adolescentes), optou-se por programar o processo de ensino e aprendizagem a respeito do empreendedorismo e plano de negócios através de oficinas. Estas oficinas foram planejadas em módulos, cada qual com seus conteúdos específicos. Foram 5 (cinco) oficinas que contemplaram os seguintes conteúdos: i) nivelamento dos conceitos de empreendedorismo; ii) interdisciplinaridade no processo de gestão de um empreendimento; iii) estruturação do plano de negócios, descrevendo as diversas partes que o compõe; iv) apresentação do produto; Elaboração do plano de negócios usando o software Negócio Certo do SEBRAE; e, v) pesquisa das fontes de fomento para financiamento de novos empreendimentos.

O objetivo deste trabalho é apresentar a experiência da capacitação empreendedora de jovens e adolescentes, em risco pessoal e/ou social, para a geração de trabalho e renda em uma instituição do terceiro setor. Sendo assim, a segunda seção deste trabalho sustenta teoricamente os temas referentes ao terceiro setor, empreendedorismo e extensão universitária; a terceira seção contempla a metodologia adotada para a realização do estudo; a quarta seção apresenta os resultados do trabalho e a quinta seção transcorre as conclusões a respeito da experiência realizada.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção objetiva-se sustentar teoricamente os assuntos referentes ao terceiro setor, empreendedorismo e extensão universitária.

2.1 Terceiro Setor

As crescentes demandas sociais e a ineficiência do estado levou a sociedade em geral a não mais esperar pela máquina estatal e buscar alternativas para a resolução de seus próprios problemas. As exigências e carência da sociedade moderna mostram que o Estado não tem condições e estrutura para atender a tudo e a todos com qualidade e eficiência necessária (PRADO et al, 2006; KANITZ, 2011).

Com a falência do Estado, o setor privado começou a ajudar nas questões sociais, através das inúmeras instituições que compõem o chamado terceiro setor (KANITZ, 2011). Assim o terceiro setor é constituído por organizações sem fins lucrativos e não governamentais, com o objetivo de gerar serviços de caráter público. A expressão terceiro setor designa as organizações da sociedade civil sem fins lucrativos, criadas e mantidas pelo esforço de voluntários dispostos a contribuir com a minimização do impacto dos problemas sociais (ASHOKA; MCKINSEY, 2001).

O Terceiro Setor se caracteriza por agregar organizações privadas sem fins lucrativos com a finalidade pública. O Primeiro Setor é composto por organizações governamentais e o Segundo Setor por organizações privadas não governamentais, com fins de lucro. As organizações do Terceiro Setor diferem-se das do Primeiro Setor por não serem governamentais e das do Segundo Setor por não terem fins lucrativos, ou seja, são organizações não governamentais e sem fins lucrativos (PRADO et al, 2006). Pode-se conceituar o Terceiro Setor como um grupo de organizações “[...] dotados de autonomia e administração própria que apresentam como função e objetivo principal atuar voluntariamente junto à sociedade civil visando ao seu aperfeiçoamento” (PAES, 1999, p.46).

Portanto, o conceito de terceiro setor é relativamente novo no Brasil, assim como em outros países. Surge como uma proposta alternativa de contribuir com a sociedade nos temas em que o primeiro setor, caracterizado pelo fato de que a origem e o destino dos recursos são do poder público, e o segundo setor, a iniciativa privada, não conseguem atender adequadamente a diversas demandas (GESET, 2001).

2.2 Empreendedorismo

Quando se fala em empreendedorismo, deve-se incluir neste conceito pelo menos três aspectos, a saber: i) a capacidade que alguns indivíduos têm para fazer com que uma ideia alcance uma oportunidade para tornar-se num negócio, ii) o processo de fazer com que esta ideia identificada como uma oportunidade produza resultados satisfatórios por meio de uma gestão adequada e, iii) o movimento social que procura contribuir com o desenvolvimento do espírito empreendedor.

O conceito de empreendedorismo não é novo, pois desde a Idade Média o empreendedorismo começava a tomar forma, cuja denominação foi o indivíduo encarregado de elaborar projetos que permitissem a produção em larga escala. A partir do primeiro quarto do século XVIII, começa a tomar forma a ideia de associar o risco aos empreendimentos, desvinculando, entretanto, o financiador daquele que efetivamente assume os riscos. Este conceito é o cerne do empreendedorismo disseminado por Richard Cantillon (HISRICH; PETERS, 2004).

Pode-se dizer que historicamente os empreendedores eram conhecidos como aqueles que acessavam capital avantajado somente em mercados desenvolvidos. Na presente década a realidade está muito diferente, pois um empreendedor independente do lugar em que está e cria valor com pouco capital. Essa realidade é muito presente em mercados emergentes em que já é possível visualizar a evidência de economias empreendedoras. Aquela ideia de que não há empreendedores em mercados em desenvolvimento, ou quando há, são considerados microempreendedores, é equivocada. O que se vê é o surgimento de projetos de alto potencial entre pessoas que no decorrer da história, estiveram as margens da exclusão econômica e social (HABIBY; COYLE JR, 2010).

Várias outras fases importantes foram contribuindo para que o conceito do empreendedorismo chegasse até os dias atuais com uma concepção mais ampla e mais comprometida com a sociedade. É em meio a mudanças tão radicais que o conceito de empreendimento social começa a consolidar-se. Segundo Hartigan e Elkington (2009), o mundo está passando por transformações jamais imaginadas em épocas não muito distantes, e ainda está dando os primeiros passos rumo as mudanças bem mais vigorosas, profundas e penetrantes. De uma forma ou de outra, essas mudanças contribuirão para que as economias e as culturas, bem como a percepção das pessoas em relação a si próprio e de seus princípios, sofram transformações em proporções jamais vistas. Neste emaranhado de transformações tão drásticas, o empreendedor social começa a despontar como uma alternativa de ajudar a sociedade atacando problemas intratáveis, assumindo riscos que outros indivíduos não se proporiam a assumir e instigando os demais membros da sociedade a enxergar o mundo além daquilo que parece possível.

Desse modo, no Brasil, um dos movimentos pioneiros neste sentido, surgiu da parceria formada pela McKinsey & Company e a Ashoka Empreendedores Sociais dando origem ao Centro de Competência para Empreendedores Sociais – CCES. Este movimento vem tendo repercussão crescente em diversas partes do país e nas mais variadas formas de manifestação (ASHOKA; MCKINSEY & COMPANY, 2001).

2.3 Extensão Universitária

O início das atividades de extensão se remonta ao ano de 1269 no Mosteiro de Alcobaça, em Portugal. O costume foi transmitido por gerações chegando a América Latina com os jesuítas. Naquele período a Igreja Católica fazia a demonstração do conhecimento adquirido através de apresentações públicas nas Catedrais na Semana Santa (ROCHA, 2001).

Séculos após, entre os anos de 1912 a 1930 já no Brasil, segundo Gurgel (1986), houve o surgimento da ideia de extensão com criação da Universidade Livre, da Universidade de São Paulo e da Escola Superior de Agricultura e Veterinária de Viçosa. Em termos legislativos, Nogueira (2001) diz que em 1931 o foco das atividades de extensão era elevar o nível cultural do povo. Vale evidenciar que nesta época ocorreu uma das contribuições mais importantes na atividade extencionista, o movimento estudantil, cujos esforços foram para realizar a reforma estudantil, com vista a ampliar a relação entre a universidade e a sociedade. No período de 1960 a visão de extensão começa a mudar e inicia uma nova concepção, não como algo assistencial, mas como direito das classes populares. A extensão pode ser vista como uma forma de avaliar a sociedade, por ser ela o objeto de aplicação do conhecimento adquirido na universidade, em ensino e pesquisa, sendo também uma função social.

Tanto Faria (2001) quanto Cerqueira (2003) acreditam que o conceito de extensão universitária trabalha em três áreas. A primeira seria a funcional que abrange a cultura e as artes, exemplificadas com cursos. O segundo é considerando área acadêmica onde estão às atividades de ensino e pesquisa, caracterizado com assistência jurídica gratuita, atendimento fisioterapêutico, psicológico, entre outras. Por fim a área social que é a consequência do trabalho na sociedade, a solução dos problemas.

Pode-se dizer que a extensão não é mais vista como uma atividade acadêmica, mas uma forma de caracterizar a universidade como cidadã, que visa solucionar os problemas da sociedade, transmitindo conhecimento, afirma Tavares (2001). Nogueira (2001) completa dizendo que esta solução é encontrada na utilização de recursos como cursos, conferências e demonstrações práticas. A importância desta atividade é demonstrada por Tavares (2001) como não sendo a avaliação das pesquisas, mas sim dos cursos ofertados pelas universidades. Também é objeto justificador da intervenção do MEC nas universidades, por objetivar as atividades com a sociedade, dentro da proposta da supervisão ministerial.

3 METODOLOGIA

Este estudo para os fins de investigação se enquadra na pesquisa descritiva, pois visa descrever a experiência de acadêmicos extencionistas e professores na extensão universitária sobre o campo do empreendedorismo e plano de negócios. O meio de investigação foi a observação participante, pois houve um envolvimento do pesquisador com o pesquisado, neste caso, os acadêmicos extencionistas e os professores orientadores com os jovens e adolescentes participantes do projeto (VERGARA, 2009).

Sobre a técnica de coleta de dados foi utilizado o diário de campo (MINAYO, 1993), em que foram registradas as percepções dos acadêmicos extencionistas em todas as oficinas. Ao longo das oficinas os extencionistas registravam suas percepções sobre o desempenho de cada aula, e no final de cada encontro cada um elaborava um relatório e enviava para os professores orientadores. O conteúdo aqui apresentado foi retirado destes relatórios e dos pareceres dos jovens/adolescentes sobre o conteúdo de alguns encontros.

A abordagem da pesquisa utilizada foi a qualitativa (SAMPLERI; COLLADO; LÚCIO, 2006), pois os resultados apresentados foram com base nos relatórios dos acadêmicos extencionistas, através da observação do desempenho dos jovens/adolescentes no ato da oficina, bem como, a percepção dos mesmos sobre o conteúdo ministrado em cada encontro.

A população alvo deste estudo são jovens e adolescentes, em risco social a/ou pessoal, matriculados no Curso de Eletroeletrônica no Bairro da Juventude. Foram 57 jovens e adolescentes beneficiados com o projeto, sendo 28 alunos no período matutino (07:30h as 09:30h) e 29 alunos no período vespertino (15:30h a 17:30h). Cada oficina era ministrada num tempo ininterrupto de 2 (duas) horas semanais.

Dos 57 alunos, 13 (22,81%) tinham até 15 anos, 37 (64,91%) tinham entre 16 e 17 anos e 7 (12,28%) entre 18 e 19 anos. A renda média familiar *per capita* é de R\$ 399,12 e a família de 35 (61,40%) alunos tem entre 4 e 5 integrantes, outros 14 (24,56%) tem até 3 integrantes e 8 (14,04%) tem de 6 a 8 integrantes.

Quanto ao grau de escolaridade, 44 (77,19%) dos alunos estão cursando o ensino médio e 13 (22,8%) estão cursando o ensino fundamental, concomitantemente com o Curso Técnico de Eletromecânica do Bairro da Juventude.

Desse modo, objetiva-se apresentar a experiência obtida na capacitação empreendedora destes jovens e adolescentes. A discussão dos resultados é apresentada pela ordem das oficinas realizadas descrevendo o encadeamento da experiência vivenciada.

4 RESULTADOS

Registra-se inicialmente, com base em Gurgel (1986), que a finalidade da extensão universitária é promover a troca de conhecimentos. Nestes termos, por um lado à universidade compreendendo o saber popular, e por outro a sociedade buscando sua emancipação crítica.

Nesta perspectiva, este trabalho não se limitou simplesmente ensinar o empreendedorismo meramente no âmbito conceitual (saber). O que se propôs de fato foi elaborar estratégias de ensino e aprendizagem que proporcionasse aos jovens e adolescentes do Bairro da Juventude, o saber atrelado ao saber fazer. Esse argumento se justifica, pois o exercício desta extensão universitária foi organizado por 5 (cinco) oficinas, cada uma com uma carga horária pré-definida e um cronograma de conteúdos programáticos e estratégias de ensino previamente organizada pelos acadêmicos extencionistas. Torna-se relevante acrescentar, que semanalmente todos os professores envolvidos no projeto de extensão, se reuniam com os acadêmicos extencionistas para orientá-los sobre a condução dos trabalhos a serem realizados em campo. O Quadro 1 destaca a organização do cronograma das oficinas.

Quadro 1: Cronograma das Oficinas e Conteúdos *versus* Carga Horária.

Oficinas	Conteúdos	Carga Horária	Realização
Oficina I	Nivelamento dos conceitos de empreendedorismo;	15 horas	Abr-Mai/2011
Oficina II	Interdisciplinaridade no processo de gestão de um empreendimento;	13 horas	Mai-Jun/2011
Oficina III	Estruturação do plano de negócios;	25 horas	Jul-Ago-Set-/2011
Oficina IV	Apresentação do produto; Elaboração do plano de negócios usando o software Negócio Certo do SEBRAE.	20 horas	Set-Out/2011
Oficina V	Pesquisa das fontes de fomento para financiamento de novos empreendimentos.	10 horas	Out/2011

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

Fixado o cronograma do conteúdo trabalhado, a seguir apresenta-se a organização didático-pedagógica adotada na prática da extensão universitária para a capacitação empreendedora dos jovens e adolescentes do Bairro da Juventude em cada uma das oficinas.

4.1 Oficina I: Nivelamento dos conceitos de empreendedorismo

Esta oficina foi realizada em 6 (seis) encontros. O objetivo desta foi promover o nivelamento entre os participantes sobre os conceitos de empreendedorismo. Os conteúdos trabalhados foram organizados com base na metodologia apresentada no Livro O Segredo de Luisa de Dolabela (2006), conforme demonstrado no Quadro 2.

Quadro 2: Conteúdo programático da Oficina I.

Encontros	Conteúdo Programático
I	O que é empreendedorismo;
II	Tempestade de ideias sobre possíveis negócios para uma cidade em desenvolvimento;
III	Tipos de empreendedores, contexto histórico do empreendedorismo; importância do empreendedorismo para a sociedade e indivíduos; o intraempreendedorismo e o perfil empreendedor;
IV	Ideia e oportunidade; acaso e criatividade; sonho individual e coletivo; importância das relações, visão, sigilo, falácia da ratoeira, peculiaridades da empresa nascente;
V	Análise do resultado do teste do perfil do empreendedor e a síndrome do empregado;
VI	Mitos e realidades do empreendedorismo.

Fonte: Adaptado de Dolabela (2006).

No primeiro encontro, a fim de situar os jovens e adolescentes sobre o conceito de empreendedorismo, foi realizado um exercício que consistiu numa tempestade de ideias, em que cada aluno respondia com uma só palavra num *post it* o seguinte questionamento: o que é empreendedorismo para você? Cada aluno apresentava a sua palavra e justificava o porquê. Várias foram as contribuições em ambas as turmas (período matutino e vespertino), e se pode observar que cada aluno tinha uma concepção prévia, mesmo que isolada, do que significado do empreendedorismo, porém com a discussão coletiva, notou-se que a compreensão sobre o tema ampliou-se em cada participante.

Para fixar o conteúdo foi planejada uma dinâmica denominada como, o jogo do risco. O jogo consistia em acertar uma bola de papel em uma lixeira, a partir de 10 pontos pré-definidos no chão, em distâncias que variavam de muito perto, perto e longe, a livre escolha de cada participante e que, por consequência, representavam o risco que cada aluno estava disposto a assumir. O intuito desta atividade era mostrar aos alunos, por meio de uma atividade lúdica, alguns comportamentos das pessoas no papel de empreendedores, como, o de arremessar a bola de muito perto e não correr risco algum, arremessar a bola de muito longe, correndo um risco maior ou procurar uma posição intermediária e minimizar os riscos. Com a discussão em grupo, após o término da atividade, procurou-se ajudar os alunos no autoconhecimento de seu comportamento empreendedor, bem como, demonstrar que se lançar ao risco sem uma preparação adequada é contar apenas com a sorte e que com a capacitação ou treinamento é possível, tanto melhorar o desempenho ou *performance* a partir de um determinado ponto, como também é possível aumentar o nível de dificuldade, com um risco calculado, desde que haja uma preparação para aquela atividade específica. Finalizando, a atividade foi correlacionada a necessidade de capacitação, de preparação e de conhecimento, para se aumentar a probabilidade de sucesso, quer seja na vida pessoal, quer seja na vida profissional ou empreendedora.

No segundo encontro para tornar a aula mais dinâmica utilizou-se as peças de montar do tipo “Lego” para trabalhar o conteúdo do dia. O intuito era envolver os alunos no conteúdo e fixar que os empreendedores desenvolvem o meio econômico e social em que vivem e que criam uma imagem viva, futura do que querem realizar ou do seu sonho. Sendo assim, iniciou-se o encontro solicitando aos presentes que se imaginassem residentes numa cidade pequena, com uma igreja, uma escola, um posto de saúde e algumas residências. Partindo da informação que está prevista a instalação de uma usina termelétrica nesta cidade e a única certeza que se tinha, é que com a instalação deste empreendimento a cidade passaria dos atuais 4.000 habitantes para aproximadamente 14.000 em 5 (cinco) anos, necessitando se desenvolver para atender a demanda do futuro empreendimento e da nova população que se

Figura 1: Foto Oficina I, 2º Encontro.



instalaria na mesma. Após este relato, cada aluno deveria encontrar um sócio e propor a montagem de um novo negócio. A agitação foi total, todos discutiam o que queriam fazer e logo começou a montagem das estruturas para os novos negócios. Pode-se perceber que eles se dedicavam ao máximo criando formas semelhantes às encontradas nas cidades. Ao final da atividade, cada dupla apresentou o novo negócio, além de justificar a localização do mesmo. Pode-se concluir neste encontro que os alunos tiveram experiências únicas, como relata um aluno *“com esta aula aprendi que devemos pensar bem antes de abrir qualquer negócio, inclusive nas consequências [...]”* e outro aluno relata a seguinte reflexão: *“vou levar para a casa uma experiência muito divertida, pois pude construir meu próprio negócio e investimento. Isso eu não vou esquecer nunca”*.

Figura 2: Foto Oficina I, 2º Encontro.



No terceiro encontro foi realizada uma recuperação do conteúdo da aula anterior, e em seguida trabalhou-se com aula expositiva e dialogada refletindo sobre os tipos de empreendedores, um breve histórico em nível mundial e como foi o início do empreendedorismo no Brasil. Questionou-se a importância do empreendedorismo para a sociedade e para o indivíduo, além disso, se buscou exemplificar os conteúdos com situações do cotidiano, situações vividas por eles, história de pessoas famosas e acontecimentos de fácil compreensão, sempre extraindo o máximo de conhecimento dos participantes. Quando discutido o assunto intraempreendedorismo, foi adotado um quadro que separava as características dos interesses de um gerente, um empreendedor e um intraempreendedor. Lendo os relatos dos alunos da aula anterior, foi possível perceber que essa demonstração auxiliou na compreensão do assunto. Para reforçar o conteúdo, foi apresentado um vídeo explicativo de Empreendedorismo Corporativo por Mário Donadio.

No quarto encontro foi dialogado com os alunos sobre a diferença entre oportunidade e ideia, criatividade, sonho individual e coletivo, importância das relações, visão, sigilo, falácia da ratoeira e peculiaridades da empresa nascente. Paralelamente ao assunto discutido, foi lançado um desafio aos presentes que primeiramente precisavam agrupar-se em equipes de 3 (três), 4 (quatro) ou 5 (cinco) componentes, e cada equipe tinha que criar um produto, porém não era algo muito comum, tratava-se de uma máquina para lavar elefantes. Para realizar esta atividade os acadêmicos extencionistas levaram materiais alternativos, como: caixas de papelão, sacos plásticos, barbantes, dentre outros. Estes materiais foram colocados no centro da sala e cada equipe poderia utilizar somente os materiais que tinham a disposição. Além de montar a máquina de lavar elefantes, cada equipe precisava responder um questionário com as seguintes questões: descrição do produto, público alvo, a oportunidade e a estratégia de marketing para divulgar o produto. Ao resgatar um relato do diário de campo de um acadêmico extencionista, *“[...] na hora eles ficaram surpresos com a ideia e [...] confusos, mas depois todos começaram a criar os protótipos. Como a atividade era em grupo, novas ideias iam surgindo e máquinas bem elaboradas foram criadas [...]”*. Após a finalização da atividade, grupo por grupo apresentou a sua ideia. E outro acadêmico extencionista complementou no seu diário de campo dizendo que *“[...] umas ideias eram bem criativas, como usar a energia da luz solar, reaproveitamento da água, uma máquina tirava a média e o peso, analisava a quantidade que precisaria de água e por fim dava o preço. Os próprios alunos questionavam o trabalho do outro colega. Senti uma interação diferente [...]”*.

No quinto encontro foram lembradas as atividades da aula anterior. Em seguida lançou-se um novo desafio para desenvolver paralelamente ao curso, isto é, os alunos teriam que se organizar em sociedades de no máximo 3 (três) componentes e criar um produto inovador. Para esse produto deveria ser desenvolvido um protótipo que seria apresentado pelas equipes no II Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão da UNESC que acontecerá em novembro de 2011. Este produto foi utilizado como fio condutor do processo de construção do plano de negócio, da Oficina III. Para criar um produto inovador, os alunos foram orientados a deixarem a imaginação fluir e começarem a prestar mais atenção ao meio onde vivem. Todos tinham que pensar numa solução que unisse o empreendedorismo com o conhecimento técnico de eletroeletrônica, além de utilizarem como matéria-prima produtos reciclados, isto é, materiais que foram descartados ao meio ambiente. Esta provocação foi justamente permitir a todos a valorização do curso técnico que estavam cursando, bem como oportunizá-los a enxergar as possibilidades profissionais com a capacitação técnica que estavam realizando, que vai além de um emprego formal. Na oportunidade foi entregue para cada equipe um cronograma com a data limite para a entrega do produto pronto aos professores da disciplina. Para que esta ação fosse realizada com sucesso, foi solicitado o auxílio da coordenação do curso de eletroeletrônica da instituição, bem como, do professor titular da turma. Esta parceria foi fundamental, tendo em vista que era necessário unir o conhecimento técnico do curso de eletroeletrônica com o conhecimento de empreendedorismo que os alunos estavam se apropriando com a extensão.

Neste mesmo encontro foi entregue para cada aluno um questionário para compreender o perfil empreendedor de cada um. Esta dinâmica foi importante, pois cada participante pode se conhecer melhor a respeito do seu perfil frente ao perfil do empreendedor. Na sequência ao dialogar sobre os riscos da síndrome do empregado, aquele indivíduo que tem um comportamento passivo numa organização, é dependente, resistente, entre outros aspectos, realizou-se uma dinâmica para reforçar o conteúdo. Esta dinâmica consistiu em entregar para cada aluno um pedaço de cordão, em que se estabeleceu um prazo de 1(um) minuto para que cada aluno um barbante e com apenas 1 (uma) das mãos conseguisse amarrar o maior número de nós. Após esse tempo viu-se o potencial dos alunos em fazer os nós utilizando apenas uma das mãos, primeiro a direita e depois a esquerda. Após a atividade foi solicitada para cada um escolher a mão que achou mais fácil e a atividade foi repetida. Assim concluiu-se o quão fácil é fazer uma atividade que já se tem conhecimento ou que houve uma preparação ou capacitação para a mesma.

O sexto encontro desta oficina consistiu em trabalhar com os jovens e adolescentes os mitos e realidades sobre o empreendedorismo. Neste exercício os acadêmicos extencionistas realizaram as divisões dos grupos por sorteio, para que eles se conscientizassem que nem sempre iriam trabalhar com pessoas que eles gostam ou que tenham afinidades. Para cada grupo foi entregue um envelope com duas frases para lerem e avaliarem se era mito ou realidade. Ao concluírem deveriam escrever o parecer para cada resposta. Cada equipe refletiu por um longo período e percebia-se que as discussões eram intensas. Após o término foi solicitado para que eles voltassem para seus lugares e com isso iniciou-se as apresentações. As opiniões das equipes foram lidas abrindo-se para a turma (grande grupo) responder se a questão era mito ou realidade, após as discussões revelava-se a resposta a todos. Foi surpreendente no ato da discussão de cada mito ou realidade, o conhecimento de cada aluno sobre o assunto, alguns recordavam os conteúdos das aulas anteriores e usavam em sua argumentação.

4.2 Oficina II: Interdisciplinaridade no processo de gestão de um empreendimento

Esta oficina ocorreu em 5 (cinco) encontros, cujo objetivo foi apresentar a interdisciplinaridade que há no processo de gestão de um empreendimento, em que o conteúdo trabalhado destacou as principais áreas de um negócio, a saber: mercadológica, recursos humanos, produção e financeira, conforme demonstrado no Quadro 3.

Quadro 3: Conteúdo programático da Oficina II.

Encontros	Conteúdo Programático
I	Apresentação das quatro grandes áreas de uma empresa: mercadológica, recursos humanos, produção e financeira;
II	Área de marketing, mix de marketing (produto, preço, praça e promoção);
III	Área de produção, distinção entre produção e operações;
IV	Área financeira: conceitos de administração financeira e termos técnicos;
V	Área de Recursos Humanos: motivação, as pessoas e as organizações, etc.

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

Vale frisar que a segunda oficina teve um caráter mais técnico em que foi possível envolver os jovens e adolescentes nas especificidades estruturais de um empreendimento.

No primeiro encontro se trouxe à tona as quatro grandes áreas de uma empresa – mercadológica, recursos humanos, produção e financeira – cujo discurso do acadêmico extencionista foi alertá-los para a importância da interdependência de todas as áreas no cotidiano de uma organização. Em seguida apresentou-se um organograma de uma empresa qualquer para exemplificar esta interdependência. Como forma de reforçar a importância desta prática no contexto organizacional, realizou-se uma dinâmica dos cadarços. Dividiu-se a turma em duplas, cada dupla amarrou uma das mãos à mão do colega. Em seguida foi solicitado que amarrassem os cadarços usando somente a mão livre com o auxílio do amigo. Com esta dinâmica os alunos puderam perceber a dificuldade que se tem em atingir um objetivo quando se depende de outras pessoas.

No segundo encontro iniciou-se com a apresentação de um vídeo que explicava o marketing de uma forma lúdica, no tempo da idade da pedra. Realizou-se ainda um diálogo sobre os pontos principais do vídeo, os aspectos que mais chamaram a atenção. Com a discussão foi possível trabalhar o mix de marketing (4 Ps - produto, preço, praça e promoção), por meio da contextualização, inclusive com ilustrações, fazendo uma abordagem individual de cada elemento (P). Estas ilustrações permitiam que cada aluno relembresse situações do seu cotidiano e dividisse com os colegas. Sobre esse momento, apresenta-se o relato de um acadêmico extencionista, “[...] senti bastante integração dos alunos nesse debate, assim como contribuições. Vejo cada vez mais que eles se sentem mais desinibidos, devido a maior proximidade conosco, o que favorece a discussão [...]”.

O objeto de trabalho do terceiro encontro foi a área de produção de uma empresa. Inicialmente foi apresentada a diferença entre produção e operações. O conceito aqui defendido foi o de Moreira (1993, p.01) que “[...] a palavra “produção” liga-se mais de perto as atividades industriais, enquanto que a palavra “operações” refere-se as atividades desenvolvidas em empresas de serviços [...]”. Neste sentido, destacou-se a importância de uma empresa elaborar estratégias produtivas que vise oferecer produtos e serviços de qualidade. Estas estratégias vão desde a concepção do novo produto, até as condições estruturais adequadas para produzir um produto no tempo e no preço que o cliente esteja disposto a pagar. Para corroborar com essa discussão, foi apresentado um vídeo da dança de sapateado que exemplificou a importância de preparar os colaboradores para atender as expectativas do cliente.

O foco do quarto encontro foi a área financeira. O conteúdo contemplado foi a necessidade do planejamento e controle financeiro numa empresa, além de esclarecer os conceitos, como: gastos, investimento, custos, despesas, receitas, perdas, desembolsos, ativo e

passivo. Para este encontro foi preparado um exercício sobre finanças domésticas. O exercício consistia na previsão de um orçamento evidenciando os ingressos e os desembolsos de uma família durante um ano. Pode-se perceber nesta atividade que quando se contextualiza o conteúdo com situações do dia a dia dos alunos, há uma intensa participação e interesse de todos na atividade.

Figura 3: Demonstração do exercício sobre orçamento das finanças domésticas.

DESPESAS	MESES			
	JAN	FEV	MAR	ABR
ÁGUA	R\$ 75,00	R\$ 92,00	R\$ 58,00	R\$ 60,00
ENERGIA	R\$ 110,00	R\$ 123,00	R\$ 117,00	R\$ 143,00
TELEFONE	R\$ 68,00	R\$ 85,00	R\$ 67,00	R\$ 75,00
ALUGUEL	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00
COLÉGIO	R\$, 100, 00	R\$, 100, 00	R\$, 100, 00	R\$, 100, 00
ALIMENTAÇÃO	R\$ 140,00	R\$ 157,00	R\$ 153,00	R\$ 176,00
SALÁRIO MENSAL	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
GASTO MENSAL	R\$ 943,00	R\$ 1.007,00	R\$ 945,00	R\$ 1.004,00
SALDO MENSAL	RS 57,00	-RS 7,00	RS 55,00	-RS 4,00

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

No quinto encontro recuperou-se o conteúdo da aula anterior e introduziu-se o conteúdo sobre a área de recursos humanos. Os assuntos tratados foram a respeito do papel da área de recursos humanos em uma empresa, sua importância no desenvolvimento das pessoas, o processo de recrutamento e seleção, e estratégias que uma empresa poderá utilizar para manter um colaborador motivado. Para reforçar o conteúdo ministrado, foi realizada uma dinâmica reflexiva para trabalhar com os aspectos motivacionais do grupo e a capacidade de cada um em enfrentar as mudanças. A aula finalizou com um vídeo que refletia a importância do trabalho em equipe.

4.3 Oficina III: Estruturação do plano de negócios

Esta oficina foi estruturada com metodologias mais práticas do que as anteriores, composta por 10 (dez) encontros. Objetivou-se apresentar o Plano de Negócios, descrevendo as diversas partes que o compõe, cumprindo cada uma dessas etapas individualmente, conforme demonstrado no Quadro 4.

Quadro 4: Conteúdo programático da Oficina III.

Encontros	Conteúdo Programático
I	Aspectos conceituais e a estrutura do plano de negócios;
II	Atividades em laboratório de informática: estruturação do instrumento de coleta de dados para a pesquisa de mercado;
III	
IV	Atividades em laboratório de informática: tabulação dos resultados da pesquisa de mercado;
V	
VI	Atividades em laboratório de informática: análise dos resultados da pesquisa de mercado;
VII	Atividades em laboratório de informática: apresentação dos resultados da pesquisa de mercado;
VIII	Atividades em laboratório de informática: pesquisa sobre a cotação de preços das matérias primas do produto desenvolvido;
IX	
X	Atividades em laboratório de informática: elaboração do plano financeiro;

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

O primeiro encontro teve um caráter mais conceitual, tendo em vista a necessidade de apresentar a estrutura do plano de negócios e as partes que a compõe. Como

forma de estimular participantes para esta terceira etapa do projeto, realizou-se um exercício simulado de um plano financeiro. Nesta dinâmica foi solicitado que coletivamente decidissem investir num determinado empreendimento, após decidirem sobre qual negócio investir, teriam que apresentar os gastos iniciais e os investimentos fixos. Houve grande interação entre os participantes. Os encontros subsequentes ocorreram em um laboratório de informática da própria instituição.

No segundo e terceiro encontro os alunos desenvolveram o instrumento de coleta de dados para a realização da pesquisa mercadológica. Nestes encontros cada equipe descreveu no cabeçalho do questionário as características do produto que estavam desenvolvendo e suas funcionalidades. Na sequência elaboraram questões que permitissem um conhecimento da percepção do público alvo sobre o produto que seria oferecido. Houve grande envolvimento por parte dos participantes, a mediação entre acadêmicos extencionistas e os professores orientadores neste processo foi fundamental, porque nem todos os alunos dominavam a ferramenta do Office Word e tinham dificuldades para elaborar uma questão. Em função das dificuldades apresentadas por alguns, houve a necessidade de utilizar dois encontros para finalizar esta etapa. Concluído o questionário, partiu-se para a aplicação prática da pesquisa, que foi realizada ao longo da semana com a aplicação mínima de 25 questionários por projeto, com o respectivo público alvo, trazendo os resultados na semana seguinte. O número de questionário por componente da equipe foi distribuído igualmente.

No quarto e no quinto encontro as equipes trouxeram os questionários respondidos e iniciaram a tabulação dos resultados da pesquisa. Novamente a mediação dos professores orientadores e acadêmicos extencionistas foi fundamental, já que o manuseio do Office Excel foi um desafio para os alunos. Neste caso, foi necessário exemplificar no quadro branco sobre os passos para preencher uma planilha, bem como elaborar um gráfico, havendo necessidades de atendimentos individualizados nas equipes. Ao final de dois encontros foi possível finalizar a tabulação dos resultados.

No sexto encontro foi solicitado que cada equipe deveria analisar os resultados obtidos com a aplicação da pesquisa. Neste caso era necessário observar cada gráfico e apresentar uma análise sobre cada resultado. Percebeu-se que esta etapa foi mais tranquila, tendo em vista que os alunos já estavam familiarizados com o editor de texto e puderam coletivamente compreender a percepção do público alvo sobre o produto que eles estavam pretendendo oferecer.

No sétimo encontro cada equipe apresentou os resultados da pesquisa mercadológica para a classe. Foi bem interativo este encontro, pois os alunos que assistiam questionavam a equipe que apresentava sobre determinados resultados e qual era o posicionamento dos mesmos frente a estes.

No oitavo encontro os alunos através de pesquisas na internet, iniciaram a cotação dos preços para as matérias primas que compõem o produto que estavam desenvolvendo. Houve uma participação ativa de todos, pois como estavam tratando de valores reais sobre as matérias primas do produto que eles mesmos desenvolveram, houve muita curiosidade no ato da identificação do preço de cada componente.

No nono e décimo encontro os alunos elaboraram o planejamento financeiro a partir das informações obtidas nos encontros anteriores. Pode-se dizer que esta etapa foi bem produtiva, pois os alunos começaram a planejar de fato os investimentos necessários para montar seu próprio negócio.

4.4 Oficina IV: Apresentação do produto e Elaboração do plano de negócios usando o software Negócio Certo do SEBRAE

Esta oficina foi estruturada também com metodologias mais práticas e foi composta por 8 (oito) encontros. Teve-se o intuito de formatar o plano de negócios de cada equipe no software Negócio Certo do SEBRAE, além de realizar a demonstração dos produtos desenvolvidos por cada equipe para todos os alunos que estudam no Bairro da Juventude, conforme cronograma apresentado no Quadro 5.

Quadro 5: Conteúdo programático da Oficina IV.

Encontros	Conteúdo Programático
I	Apresentação do produto;
II a VIII	Atividades em laboratório de informática: elaboração do plano de negócios usando o software Negócio Certo do SEBRAE

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

No primeiro encontro desta oficina ocorreu a demonstração pública dos produtos desenvolvidos por cada equipe ao longo da capacitação. A demonstração consistiu na apresentação e demonstração pública dos protótipos dos produtos desenvolvidos, para todos os alunos dos demais cursos técnicos do Bairro da Juventude. Foram apresentados 21 produtos nas duas turmas (matutino/10 e vespertino/11), conforme o Quadro 6.

Quadro 6: Produtos desenvolvidos pelos alunos com matéria prima reciclável.

Trabalhos período Matutino	Trabalhos período Vespertino
Equipe 1: Espanador elétrico para limpeza de computador;	Equipe 1: Lâmpada Fotoelétrica;
Equipe 2: Descansa pés com aquecedor no inverno e refrigeração no verão;	Equipe 2: Abajur Inteligente;
Equipe 3: Alimentador automático para animais e caixa de correio automatizada com sensor de identificação;	Equipe 3: Produto Reciclado – Entretenimento;
Equipe 4: Lixeira elétrica;	Equipe 4: Secador de Guarda-Chuvas;
Equipe 5: Limpador de tela de computador;	Equipe 5: Manequim Giratório;
Equipe 6: Varal elétrico;	Equipe 6: Chave de Fenda de dois lados;
Equipe 7: Afiador de lâminas;	Equipe 7: O Energizado (acende uma lâmpada);
Equipe 8: Aquecedor de mamadeira elétrica;	Equipe 8: Vidro Iluminado;
Equipe 9: Secador de tênis.	Equipe 9: Desentupidor de Ouvido;
	Equipe 10: Motor Anti Explosivo;
	Equipe 11: Varal Giratório.

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

O dia da demonstração foi um sucesso, pois ambas as turmas puderam compartilhar com outros alunos que estudam na instituição que não participaram do projeto de extensão. O evento foi divulgado na imprensa e houve a participação de outros professores da universidade para prestigiar o evento, além de outras autoridades pertencentes ao próprio Bairro da Juventude. Esses produtos também serão expostos no II Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão da UNESC que ocorrerá em novembro de 2011.

Das oficinas 2 (dois) a 8 (oito) ocorreram o preenchimento do plano de negócios no software Negócio Certo do SEBRAE, constituído das seguintes etapas: Etapa 1 – Definição do ramo de atividade, incluindo o conceito do negócio; Etapa 2 – Identificação do mercado consumidor, que incluiu uma pesquisa de campo; Etapa 3 – Identificação do mercado concorrente; Etapa 4 – Pesquisa de fornecedores; Etapa 5 – Produtos e serviços oferecidos; Etapa 6 – Localização do empreendimento; Etapa 7 – Descrição do processo operacional; Etapa 8 – Projeção de vendas; Etapa 9 – Projeção de pessoal; Etapa 10 – Projeções financeiras, incluindo investimentos fixos, projeção de receitas, de custos e de tributos, além da avaliação financeira do negócio.

A metodologia do SEBRAE por meio do software Negócio Certo é disponibilizado *on-line* e via CD-ROM. A escolha do software aconteceu em função de sua facilidade de interface e, pelo fato de ter disponibilidade *on-line*. Esta ferramenta pode ser alimentado a qualquer momento de qualquer lugar. Esta versão é disponibilizada sem custos para os usuários (*free*).

4.5 Oficina V: Pesquisa das fontes de fomento para financiamento de novos empreendimentos

Para realizar esta oficina, os participantes tiveram acesso aos sites do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e do Ministério do Trabalho e do Emprego (MTE). As aulas foram realizadas em laboratório de informática, pois os alunos tinham que paralelamente acompanhar as orientações dos acadêmicos extencionistas no acesso aos sites indicados.

Vale evidenciar que as fontes para alavancar recursos financeiros para novos negócios são bastante limitadas e impõem aos pretendentes uma série de restrições e limitações. Contudo, existem recursos que podem ser utilizados para que novos negócios contribuam para a geração de emprego e renda. Dentre estes, pode-se destacar as seguintes fontes:

- a) Recursos oriundos das operações de fomento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES. Estas operações se dividem em direta, mista e indireta. A operação direta é efetivada por meio do mandatário e no próprio BNDES; a operação indireta precisa ser realizada por meio do cartão do BNDES ou através de uma instituição financeira credenciada; a operação mista não é automática e é uma combinação da operação direta e indireta. Os tipos de financiamento, os limites, as taxas e as garantias exigidas variam de acordo com cada operação e estão disponíveis no site do BNDES (www.bndes.gov.br);
- b) Recursos dos agentes de microcrédito, cujos valores iniciam com R\$ 200,00 e podem estender-se até R\$ 20.000,00, com prazos de pagamento que vão de um ano (12 meses) variando de seis em seis meses, até 3 (três) anos (36 meses). As garantias exigidas são pessoais (aval) e reais (alienação fiduciária);
- c) Recursos oriundos do Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT, obtidos junto aos agentes financeiros credenciados, cujos prazos atingem até quatro anos (48 meses), com limites que atingem 90% do orçamento do projeto.

Sobre os financiamentos e empréstimos acima citados incidem encargos financeiros que incluem a Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP) acrescida de *spread* negociável com o agente financeiro, além do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF).

Desse modo, esta oficina teve o objetivo de apresentar aos participantes as possibilidades existentes para as fontes de fomento para financiamento de novos empreendimentos.

5 CONCLUSÃO

A experiência proporcionada pelo trabalho desenvolvido junto a uma entidade do terceiro setor, que atende crianças, jovens e adolescentes, acolhendo-os em suas mais amplas necessidades, chegando, inclusive ao fornecimento de alimentação durante o período em que se encontram no estabelecimento, foi algo diferente de tudo aquilo que os professores do curso de Administração da UNESC vivenciaram até então.

O contato com o público alvo das atividades, objeto do projeto de extensão, fez com que fossem desenvolvidas técnicas que pudessem prender a atenção dos participantes. Assim sendo, logo de início, os professores e os acadêmicos extencionistas trataram de identificar as demandas que eram buscadas pelos jovens e adolescentes do Bairro da Juventude, no sentido de tornar os encontros semanais atraentes, que pudessem despertar neles, o interesse pela absorção deste novo tipo de conhecimento, diferente daquilo que faz parte da formação profissional.

Neste sentido, os professores e acadêmicos extencionistas planejaram os encontros sob a forma de oficinas. Técnica essa que consiste em proporcionar um ambiente adequado, cujo propósito é o desenvolvimento de habilidades e aptidões por meio da utilização de atividades orientadas por profissionais capacitados, dispondo de tipos distintos de materiais e equipamentos para o ensino e aprendizagem nas mais variadas áreas do desempenho profissional.

Pode-se concluir que o uso deste recurso contribuiu de forma decisiva para que a equipe de trabalho envolvida com o projeto de extensão alcançasse seus objetivos. Isto porque, desde o princípio, os jovens e adolescentes do Bairro da Juventude sentiram-se estimulados pelo fato de que estavam participando efetivamente da construção de seu conhecimento no Centro de Educação Profissional dentro de sua especificidade, tendo como acréscimo a incorporação dos conceitos e práticas de empreendedorismo e de negócios.

REFERÊNCIAS

ASHOKA, Empreendedores Sociais; MCKINSEY & COMPANY. **Empreendimentos Sociais Sustentáveis: Como elaborar plano de negócios para organizações sociais**. 3. ed. Peirópolis, São Paulo: Peirópolis, 2001.

BAIRRO DA JUVENTUDE. **Missão**. Disponível em:

<<http://www.bairrodajuventude.org.br/bairro/?incore=2&sc=16>>. Acesso em: 29 out. 2011.

BRASIL. Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993. Dispõe sobre a organização da Assistência Social e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 8 dez. 1998. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8742.htm>. Acesso em: 29 de out. 2011.

CERQUEIRA, D. T. Em busca de uma definição de extensão universitária no Brasil: conceito, limites e características. **Extensão em Rede**, Florianópolis, SC, v.1, n.1, p.21-31, dez.2003.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 2. ed. atual São Paulo: Cultura, 2006.

FARIA, D. S. (Org.). **Construção conceitual da extensão universitária na América latina**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

GESET - GERÊNCIA DE ESTUDOS SETORIAIS. Área De Desenvolvimento Social - As. **Terceiro Setor e Desenvolvimento Social**. Rio de Janeiro: AS/GESET, n. 03, jun, 2001. 35 p. Disponível em: <<http://www.forummarcoregulatorio.org.br/edito/acesso/arquivos/terceiro-setor-e-desenvolvimento-social.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2011.

GURGEL, R. M. **Extensão Universitária: comunicação ou domesticação**. São Paulo: Cortez Editora, Autores Associados, universidade Federal do Ceará, 1986.

HABIBY, A. S.; COYLE JR, D. M. O empreendedor de alta intensidade. **Harvard Business Review**. São Paulo, vol.88, n.03, set, 2010.

HARTIGAN, P; ELKINGTON, J. **Empreendedores sociais**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2009.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KANITZ, S. O que é o Terceiro Setor? **Filantropia.org**. Disponível em: <<http://www.filantropia.org/OqueeTerceiroSetor.htm>>. Acesso em: 23 out. 2011.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 2. ed. São Paulo: HUCITEC/ RJ: ABRASCO, 1993.

MOREIRA, D. A. Administração da produção e operações. São Paulo: Thomson, 1993.

NOGUEIRA, M. D. P. Extensão Universitária no Brasil uma Revisão Conceitual. In: FARIA, D. S. de. **Conceitual da extensão universitária na América latina**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001. p. 57-72.

PAES, J. E. S. **Fundações e Entidades de Interesse Social**. Brasília: Brasília Jurídica 2. ed. 1999.

PRADO, R. et al. **Marketing para o terceiro setor**: São Paulo: Instituto Presbiteriano Mackenzie, 2006.

ROCHA, R. M. G. A construção do conceito de extensão universitária na América Latina. In: FARIA, D. S. **Conceitual da extensão universitária na América latina**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001. p. 13-29.

SAMPIERI, R.H; COLLADO, C.F; LUCIO, P.B. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

TAVARES, M. G. M.. Os Múltiplos Conceitos de Extensão. In: FARIA, Dóris Santos de. **Construção conceitual da extensão universitária na América latina**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001. p. 73-84.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.