

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, Doutor (UNESC) Gisele Silveira Coelho Lopes (UNESC) Miguel Ângelo Mastella (UNESC) Ricardo Pieri (UNESC) Ana Paula Silva dos Santos (UNESC) Júlia Pavei De Luca (UNESC)

Área Temática: Empreendedorismo

Resumo Este trabalho relata a experiência de um projeto de extensão universitária aprovado pelo Edital Nº 07/2011 da Unidade de Ciência 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, ministrada num tempo ininterrupto de 2 (duas) horas semanais para cada um dos turnos – matutino e vespertino - do curso beneficiado. 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 no 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. Os resultados ultrapassaram os objetivos didáticos pré-estabelecidos inicialmente entrando no campo da motivação, que advinha do estímulo para a formação dos protótipos (produtos), tendo como consequência o autoconhecimento de suas capacidades, refletindo tanto na vida pessoal como profissional, ostentando um vigor na busca pelo sucesso, bem como ampliando a dimensão de seus sonhos.

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 Ciência Sociais Aplicadas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. O 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.

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 identificado a 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.

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, por meio dos professores integrantes do projeto, 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. Apesar do projeto ter uma programação pré-definida para todo o período, nas reuniões semanais eram operacionalizadas as metodologias e estratégias pedagógicas a serem trabalhadas com os conteúdos programados. 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. 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.

2 Fundamentação Teórica

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

2.1 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.

2.2 Empreendedorismo

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 propoiam 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).

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 (SAMPLIERI; 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 integrante, 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. Nas reuniões semanais eram discutidos os problemas enfrentados na execução do projeto e havia a operacionalização das metodologias e estratégias pedagógicas que seriam aplicadas com os conteúdos das oficinas. O Quadro 1 destaca a organização do cronograma das oficinas.

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

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

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.

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.

Quadro 2: Conteúdo programático da Oficina I.

Fonte: Adaptado de Dolabela (2006).

Ao longo dos 6 (seis) encontros além dos conteúdos previstos, foram adotadas diversas metodologias de ensino. A maioria das metodologias de ensino tiveram um caráter lúdico como forma de prender a atenção dos jovens de adolescentes no processo de ensino e aprendizagem. As metodologias adotadas foram a tempestade de ideias, jogo do risco, peças de lego, máquina de lavar elefante, elaboração de um produto inovador em equipe e o desafio dos nós.

Na dinâmica da *tempestade de ideia* cada aluno respondia com uma só palavra num *post it* o seguinte questionamento: o que é empreendedorismo para você? Em seguida cada participante apresentava a sua palavra e justificava o porquê. Pode-se perceber que todos tinham uma noção sobre o que se tratava o tema empreendedorismo, porém o conhecimento estava disperso.

No *jogo do risco* objetivou-se fixar a importância do empreendedor assumir riscos. 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. Cada participante escolhia livremente a distância que queria arremessar a bola de papel, por consequência, esta distância representava o risco que cada aluno estava disposto a assumir. Quando a bola é arremessada

muito perto, isso significa não correr risco algum, se o arremesso da bola for muito longe, significa correr um risco maior.

O uso de *peças de lego* foi uma iniciativa muito interessante, pois os participantes puderam colocar em prática o conhecimento aprendido até então. A dinâmica consistiu em pedir aos presentes que imaginassem residentes numa cidade pequena, com uma igreja, uma escola, um posto de saúde e algumas residências. Nesta cidade estava prevista a instalação de uma usina termelétrica e a única certeza que se tinha, é que com a instalação deste empreendimento a cidade passaria de 4.000 habitantes para aproximadamente 14.000 em 5 (cinco) anos. Esse aumento populacional refletiria na construção de novos empreendimentos. Após este relato, cada aluno selecionou um sócio e propôs a montagem de um novo negócio. Ao final da atividade, cada dupla apresentou o novo negócio, além de justificar a localização do mesmo.

A dinâmica intitulada *a máquina de lavar elefantes* teve o propósito de explorar a criatividade dos alunos sobre o tema em específico. Primeiramente foi organizado a turma 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 sobre a dinâmica da máquina de lavar elefantes, este inferiu, “[...] *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 [...]*”.

Para valorizar o curso técnico de eletroeletrônica que o público-alvo estava cursando, foi lançado um desafio para criarem em sociedade *um produto inovador*. Cada equipe teve no máximo 3 (três) componentes. Os alunos foram orientados a deixarem a imaginação fluir e começarem a prestar mais atenção ao meio onde viviam. Todos tinham que pensar numa solução que unisse o empreendedorismo com o conhecimento técnico de eletroeletrônica, além de utilizarem como matéria-prima produtos reciclados, materiais que foram descartados ao meio ambiente. Foram 21 produtos desenvolvidos em que foram apresentados na I Feira do Inventor no II Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão da UNESC. Esta atividade foi utilizada como fio condutor do processo de construção do plano de negócio, da Oficina III.

O *desafio dos nós* foi utilizado para dialogar sobre a síndrome do empregado. 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 com 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. Nesta dinâmica foi possível reforçar a importância do intraempreendedorismo como forma do desenvolvimento pessoal e profissional.

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.

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.

Quadro 3: Conteúdo programático da Oficina II.

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. As metodologias de ensino utilizadas nesta oficina foram: a dinâmica dos cadarços, vídeo lúdico de marketing, planilha com exercício sobre finanças domésticas e o vídeo da dança de sapateado.

A *dinâmica dos cadarços* teve o objetivo de elucidar a dificuldade que se tem em atingir um objetivo quando se depende de outras pessoas. Primeiramente foi organizada a turma em duplas, cada dupla tinha que amarrar 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. Foi muito interessante, pois as duplas se sentiam fragilizadas, pois o processo das duplas amarrarem o cadarço somente com uma mão de cada membro, era mais lento do que se um membro amarrasse o cadarço sozinho. Nesta dinâmica foi possível fixar os conteúdos como o trabalho em equipe e a comunicação organizacional.

Para trabalhar os assuntos de marketing foi preparado um *vídeo lúdico* que numa linguagem simples e engraçada contou um caso fictício no tempo da idade da pedra. Com esse vídeo foi possível trazer a tona o mix de marketing (4 Ps - produto, preço, praça e promoção), em que permitiu que os alunos pudessem lembrar de situações do seu cotidiano e dividissem com os colegas.

Como forma de fixar a importância da área financeira numa organização, foi preparado um exercício numa planilha 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.

Por fim, para tratar dos assuntos referentes a área de recursos humanos numa empresa, foi apresentado um *vídeo da dança de sapateado*. A partir do vídeo apresentado emergiu várias interações entre os presentes, principalmente no que diz respeito aos aspectos de treinamento e desenvolvimento de pessoal, trabalho em equipe, liderança, entre outros.

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. Esta oficina teve uma característica mais prática do que conceitual. As aulas foram ministradas em laboratório de informática para permitir aos alunos a experiência na elaboração do Plano de Negócios. Organizados em grupos foram estimulados a desenvolver um produto inovador com condições de se construir um protótipo e desenvolver, por consequência, o plano de negócio.

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.

Encontros	Conteúdo Programático
I	Aspectos conceituais e a estrutura do plano de negócios;
II e III	Atividades em laboratório de informática: estruturação do instrumento de coleta de dados para a pesquisa de mercado;

IV e V	Atividades em laboratório de informática: tabulação dos resultados da pesquisa de mercado;
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 e X	Atividades em laboratório de informática: elaboração do plano financeiro;

Quadro 4: Conteúdo programático da Oficina III.

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

Para realizar a etapa da análise de mercado, os alunos elaboraram um questionário para realizar a pesquisa mercadológica para conhecer a percepção do público alvo sobre o produto que seria oferecido. 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. No processo de tabulação dos resultados houve intensa mediação dos professores orientadores com os acadêmicos extencionistas, já que o manuseio do Office Excel foi um desafio para os alunos. Sequencialmente os dados foram analisados, sendo possível compreender a percepção do público alvo sobre o produto que eles estavam pretendendo oferecer. Para dar mais destaque aos resultados obtidos, foi solicitado que cada equipe apresentasse seus resultados. No decorrer das apresentações houve bastante interação entre os colegas, tendo em vista que os que assistiam questionavam e participavam frente as informações apresentadas.

Para a realização do plano financeiro do plano de negócios, os alunos através de pesquisas na internet, iniciaram a cotação dos preços para as matérias primas que compõem o produto que estavam desenvolvendo. Em seguida, foi elaborado o planejamento financeiro a partir das informações obtidas. 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.

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

Quadro 5: Conteúdo programático da Oficina IV.

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

Nesta oficina inicialmente houve a demonstração dos produtos desenvolvidos por cada equipe para todos os alunos que estudam na instituição - Bairro da Juventude.

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.

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

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

Conforme o Quadro 6 foi apresentado 21 produtos nas duas turmas (matutino/10 e vespertino/11). 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. 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 foram expostos na I Feira do Inventor do II Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão da UNESC que ocorreu em novembro de 2011.

Sequencialmente foi formatado o plano de negócios de cada equipe 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

Este trabalho objetivou 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. É possível dizer que as técnicas utilizadas para realizar a capacitação empreendedora permitiram prender a atenção dos participantes, principalmente porque o público alvo se tratava de jovens e adolescentes. Desde o início dos trabalhos os professores orientadores e os acadêmicos extencionistas, tiveram a preocupação de preparar as aulas com metodologias de ensino atraentes, que pudessem despertar nos alunos o interesse pelo empreendedorismo, conteúdo diferente daqueles tratados no curso técnico de formação profissional. Para isso, foram divididos os conteúdos em oficinas que permitisse ao final dos trabalhos a apresentação de um produto inovador e um plano de negócios deste produto.

Pode-se concluir que o uso de diversas metodologias de ensino, contribuiu de forma decisiva para que a equipe de trabalho envolvida com o projeto de extensão alcançasse os 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.

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.

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.

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

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.