

EMPREENDEDORISMO E ESTRATÉGIA ENTRE A UNIVERSIDADE E EMPRESÁRIOS: ALIANÇAS COM OS SABERES LOCAIS

Rosely Cândida Sobral^{1*}

Carlos Alberto Vasquez²

¹Professora universitária, Unioeste campus de Foz do Iguaçu, Foz do Iguaçu, Paraná, Brasil. *Autor para correspondência. E-mail: rsobral31@yahoo.com.br

²Bolsista, graduando em Gestão Pública, Unioeste campus de Cascavel, Foz do Iguaçu, Paraná, Brasil. E-mail: carlao.image@gmail.com

RESUMO. O empreendedorismo requer ações que vislumbrem iniciativas estratégicas para atendimento às demandas específicas em determinado segmento. A Universidade através de seus cursos de graduação deve proporcionar a interação com a comunidade oferecendo ao acadêmico a possibilidade de vivenciar a prática nas organizações. Isso se dá através da extensão universitária e a proposta da criação do Núcleo de Apoio ao Empreendedorismo (NAE-FOZ) é oportunizar alianças estratégicas com os empresários participantes do Programa Bom Negócio Paraná. Este artigo analisa a importância do NAE-FOZ para a Universidade e para a comunidade empresarial e a importância dos saberes locais no desenvolvimento do empreendedorismo. Trata-se de um estudo descritivo, de natureza qualitativa. A coleta de dados se deu através de pesquisas bibliográficas, pesquisa documental e relato de vida dos empresários através das consultorias realizadas e participações em sala de aula. A análise dos resultados mostra a importância da capacitação em gestão empresarial e o envolvimento do micro, pequeno e médio empreendedor no desenvolvimento local e regional bem como a valorização dos saberes locais no planejamento das ações de extensão. Os resultados reforçam a necessidade de se pensar estratégias para articular o conhecimento técnico da academia com os saberes que a comunidade empresarial desenvolve em sua trajetória empresarial, bem como no surgimento de novas demandas ligadas à cultura empreendedora.

Palavras-chave: Empreendedorismo, estratégia, extensão universitária.

ABSTRACT. Entrepreneurship requires actions that envisage strategic initiatives to meet specific demands in a given segment. The University through its undergraduate courses should provide the interaction with the community offering to the academic the possibility of experiencing the practice in the organizations. This is done through university extension and the proposal of the creation of the Support Center for Entrepreneurship (NAE-FOZ) is to provide strategic alliances with the entrepreneurs participating in the Paraná Good Business Program. This article analyzes the importance of NAE-FOZ to the University and to the business community and the importance of local knowledge in the development of entrepreneurship. This is a descriptive, qualitative study. The collection of data was done through bibliographical research, documentary research and life story of the entrepreneurs through the consultancies carried out and participation in the classroom. The analysis of the results shows the importance of training in business management and the involvement of micro, small and medium entrepreneurs in local and regional development as well as the valorization of local knowledge in the planning of extension

actions. The results reinforce the need to think strategically to articulate the technical knowledge of the academy with the knowledge that the business community develops in its entrepreneurial trajectory, as well as the emergence of new demands related to the entrepreneurial culture.

Keywords: Research, case study, business diagnosis.

INTRODUÇÃO

Com o aumento da competitividade percebida principalmente nas últimas três décadas, o que ocasionou uma complexidade maior dos mercados, os gestores de organizações com fins lucrativos ou não no caso de cooperativas, que se posicionam num mercado, são pressionados a tomar decisões com graus de conhecimentos cada vez mais apurados, não bastando possuir apenas conhecimentos tácitos (aqueles produzidos através de anos de experiência) e sim, um aperfeiçoamento constante de conhecimentos explicitados (aqueles compartilhados e apreendidos com auxílio de teorias).

O empreendedorismo pode ser definido como o ato de inovar, de encarar as mudanças como uma oportunidade de transformação de ideias. O termo “empreendedorismo” surgiu na iniciativa privada, mas está cada vez mais presente na administração pública como uma estratégia de modernizar e impulsionar a máquina pública (Dornelas, 2001).

O contato direto e a experiência junto à comunidade faz parte dos objetivos da extensão universitária e está possui um papel essencial na vida dos acadêmicos que colocam em prática o que aprenderam em sala de aula e também na vida das pessoas que compartilham desse conhecimento.

O contexto da extensão universitária traz para a sociedade grande importância e contribuições, pois apresenta o contato dos acadêmicos com o público em geral, onde as teorias aprendidas em sala de aula se concretizam. A extensão possui papel essencial, tanto na vida dos acadêmicos, que colocam em prática tudo o que aprenderam em sala de aula, quanto na vida das pessoas que usufruem deste aprendizado. Torna-se muito mais gratificante para os que estão na condição do aprender, já que contribuem para um mundo melhor. A população recebe o aprendizado e é beneficiada no que se diz respeito ao desenvolvimento na vida de cada ser, provocando assim, mudanças sociais.

Neste estudo questiona-se: Como o empreendedorismo tem sido despertado com a criação do NAE e quais as estratégias de gestão utilizadas para valorizar os saberes locais dos empresários?

O objetivo geral deste estudo é analisar a importância do NAE-FOZ para a Universidade e para a comunidade empresarial e a importância dos saberes locais no desenvolvimento do empreendedorismo.

Pretende-se consolidar uma estratégia de transferência de conhecimentos teóricos sobre as práticas de gestão, envolvendo as principais áreas da Administração e seguindo o modelo de tríplice hélice (atores do desenvolvimento) assim apresentados: Poder público, Instituições de ensino superior, aqui representada pela UNIOESTE campus Foz do Iguaçu e pela sociedade, empresários de micro, pequenos e médios negócios e empreendedores informais

REVISÃO DE LITERATURA

EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é uma palavra derivada do termo entrepreneurship, utilizada para estudos relativos ao empreendedor. Pode ser definido como o ato de inovar, de encarar as mudanças como uma oportunidade de transformação, DORNELAS (2005, p. 39) define empreendedorismo como o “envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias e oportunidades”. Desta forma o empreendedorismo seria a iniciativa de criar e desenvolver planos e projetos utilizando os recursos disponíveis transformando em crescimento e desenvolvimento econômico.

SUN TZU (2007) disse: “Não é preciso ter olhos abertos para ver o sol, nem é preciso ter ouvidos afiados para ouvir o trovão. Para ser vitorioso você precisa ver o que não está visível”

Podemos perceber com isso que devemos estar sempre preparados para o novo. Para ser empreendedor é necessário ser visionário, perceber os acontecimentos com antecedência. Superando desafios tendo iniciativa buscando solucionar os problemas, transformando ideias em ações.

No Brasil, o termo empreendedorismo surgiu com a criação do SEBRAE, o qual tem por objetivo

RAEI

estimular as empresas a se modernizarem, contribuindo para o desenvolvimento do país. Esse termo tornou-se mais presente em 1990 com a implantação do programa do Brasil Empreendedor, do Governo Federal, o Avança Brasil com a Gestão Pública Empreendedora.

Com o objetivo de criar um Estado mais ágil, competitivo e compatível com o contexto em que se encontrava na abertura comercial e no neoliberalismo, o governo tinha como estratégia a gestão empreendedora. Passando a implantar na administração pública uma nova mentalidade gerencial equiparada a iniciativa privada, que seria a administração pública empreendedora. Essa política do governo foi fortalecida também com a participação de instituições como IEL, BNDES, Banco Mundial e ONG's ou através do contrato de gestão que contribuíram para a aplicação da política de descentralização e modernização dos serviços públicos.

Para DOLABELA (1999, p. 30) “o empreendedor cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade, desta forma o empreendedorismo contribui para o crescimento e desenvolvimento econômico produzindo bens, serviços, emprego e renda, movimentando a economia”. Explica que o empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico gerando e distribuindo riquezas para a sociedade. Assim podemos perceber que o empreendedor é a pessoa criativa que reage a mudanças de forma a fazer melhor o que já está sendo feito, otimizando recursos e possibilitando o desenvolvimento econômico.

Nesse sentido afirma DRUCKER (1987, p. 245) que “as instituições de serviços públicos, tais como órgãos governamentais, sindicatos trabalhistas, igrejas, universidades, escolas, hospitais, organizações comunitárias e beneficentes, associações profissionais e comerciais, e semelhantes precisam ser tão inovadoras e empreendedoras como qualquer negócio”.

Para tanto o empreendedorismo no setor público deve ser visto de forma diferenciada, considerando a própria estrutura administrativa burocrática e suas leis rígidas, que limita a liberdade e criatividade do empreendedor. Sendo assim, ao adotar uma visão e postura empreendedora o governo está garantindo o desenvolvimento do país tendo o empreendedorismo como principal fator de desenvolvimento.

ALIANÇAS ESTRATÉGICAS

Alianças estratégicas é tema de diversos assuntos acadêmicos em função da sua importância atual como uma opção estratégica para as organizações inseridas em um mercado globalizado e competitivo, sendo definido por KANTER (1994) como relações entre empresas independentes de forma a obter colaboração mútua, potencializando oportunidades.

GULATI (1998) também define alianças estratégicas como arranjos empresariais voluntários relacionados à troca, compartilhamento e desenvolvimento conjunto de tecnologias, produtos e serviços.

Segundo LEWIS (1992), as alianças estratégicas provêm o acesso a muito mais recursos do que qualquer empresa isolada possui ou pode comprar. Podem expandir grandemente a capacidade de uma empresa para criar produtos, reduzir os custos, incorporar novas tecnologias, antecipar-se aos concorrentes, atingir a escala necessária à sua sobrevivência nos mercados mundiais e gerar mais recursos para investir em suas competências básicas.

As empresas que desejam formar uma parceria necessitam, antes de qualquer coisa, chegar a um consenso quanto ao que desejam alcançar, pois embora possam ter objetivos diferentes, precisam estabelecer objetivos comuns para estabelecerem o cenário. Entretanto a necessidade mútua cria o compromisso em uma aliança e, uma aliança dura tanto quanto a necessidade mútua. Tão logo se desgaste o valor de um dos parceiros, o outro tem um motivo para assumir o controle ou abandonar o negócio. Outro fator que aumenta o vínculo em parceria é a divisão de riscos, pois ela cria um poderoso incentivo à cooperação em benefício mútuo, em todos os tipos de cenários. Não se pode pensar em “franchising” como sendo uma forma de aliança, e com frequência ele não é, porque muitos dos contratos colocam grande parte dos ônus sobre os franqueadores.

Para uma aliança estratégica bem-sucedida, ambas as partes devem possuir intenções estratégicas que sejam harmonizáveis, declaradas explicitamente e estabelecidas desde o início. E ela é definida durante seu processo inicial de formação. É nessa fase que as dimensões analíticas e políticas e os assuntos devem ser discutidos com clareza e que a base de confiança e harmonia comportamental é estabelecida.

Uma consideração analítica inicial preocupa-se com a avaliação da combinação entre os sócios potenciais em relação a dois potenciais estratégicos globais de cooperação. Em sentido amplo, estão relacionados às duas dimensões que são o “input/output” de recursos e posição estratégica.

SOBRE A EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

A universidade, mais que qualquer outra instituição é um espaço que possibilita a integração de inúmeros saberes heterogêneos. Além de fornecer a base para a formação profissional, cabe também à universidade estender as barreiras do conhecimento, intensificar a criatividade e moldar a identidade de uma nação.

Algumas das maiores expressões do compromisso social da universidade são identificadas por meio de suas ações de pesquisa, ensino e extensão, consideradas atividades básicas do ensino superior, principalmente nas universidades públicas. Este exercício é solicitado como dado de excelência na graduação, considerando que é na graduação a maior preocupação com a formação de um profissional cidadão relacionado com a apropriação e produção do conhecimento científico e comprometido ainda com a realidade social (MENEZES NETO, 1983).

A universidade tem como estratégia de extensão fornecer respostas à comunidade e isso se baseia na efetiva relação recíproca do acadêmico com a comunidade, seja para se situar historicamente, para se identificar culturalmente ou para referenciar sua formação com os problemas que um dia terá que enfrentar (BRASIL, 1999). O objetivo é de realizar um trabalho baseado na perspectiva da interdependência e da educação transformadora. Assim, a extensão universitária por ser entendida como um processo interdisciplinar educativo, cultural, científico e político, que, sob o princípio da indissociabilidade, promove a interação transformadora entre universidade e a sociedade em que está inserida.

OS SABERES LOCAIS

Os saberes locais fazem parte das temáticas mais discutidas, hoje, no campo de educação. São discutidos porque o paradigma educacional tende a adaptar-se às condições concretas da vida das pessoas. No contexto atual, a universidade se interessa, para sustentar a sua prática educativa, pela sua inserção na comunidade e pelo reconhecimento de saberes localizados nela. O interesse pela comunidade tem como objetivo estabelecer as relações de diálogo entre a própria comunidade e a universidade, entre os saberes locais das comunidades e os saberes universais para o desenvolvimento da prática educativa.

Segundo BASÍLIO (2006), os saberes locais são conteúdos que podem ser inseridos na escola, produzidos localmente. Estes são provenientes da realidade da zona onde a universidade se insere e são diferentes de local para local. São importantes porque são carregados de significados para aquela comunidade, dando sentido à vida e como se relacionam.

GEERTZ (1997) analisou vários fenômenos culturais de diversos povos para mostrar que os saberes locais se manifestam “através de uma série de formas simbólicas facilmente observáveis, um repertório elaborado de designações” (p. 95). Para o autor, o mundo pode ser comparado a um palco onde os atores fazem suas construções sociais.

Se trouxermos essa discussão para a área atendida pelo Programa Bom Negócio Paraná, essas construções caracterizam a maneira como os empreendedores vivenciam suas empresas, através da experiência adquirida, da convivência com os *stakeholders* (partes interessadas) do negócio e com o próprio desenvolvimento local.

Portanto, usa-se esse termo não se restringindo às formas de saberes nativos, mas estendendo-se para todas as formas de saber que se produzem e se prendem nas comunidades. Os saberes locais apreendem as formas como os grupos sociais locais produzem seus mundos, constroem seus discursos, estruturam as regras que norteiam o seu comportamento e como dão significados aos acontecimentos do seu cotidiano. Trata-se de um processo que questiona sobre como as localidades organizam e orientam suas vivências, situando-se na história e se tornando história.

MATERIAL E MÉTODOS

Para este estudo adotou-se a perspectiva teórico-metodológica pautada na abordagem qualitativa com pesquisa descritiva acerca das ações do Bom Negócio Paraná. Para GIL (2010) as pesquisas descritivas descrevem as características de determinada situação permitindo a inferência entre variáveis para analisar e comparar informações.

A coleta de dados se deu através da pesquisa bibliográfica sobre os assuntos importantes para o estudo e também a pesquisa documental na base de dados do NAE, através dos questionários pré-curso que os participantes preenchem no início do curso e com os relatos dos participantes em sala de aula e nas

RAEI

consultorias realizadas, permitiram entender a relação do empreendedorismo com os saberes locais e o conhecimento construído na academia de forma a proporcionar ações compartilhadas na extensão universitária.

A análise interpretativa identificou a importância das ações empreendedoras nas pequenas empresas e a valorização dos saberes locais, vindos das experiências dos empreendedores que fortalecem a prática e que combinadas com os conhecimentos da academia podem reforçar a gestão empresarial.

A metodologia adotada no desenvolvimento da ação no NAE tem sido a de ministrar aulas sobre gestão empresarial, que envolve 5 módulos: gestão de negócios, gestão de pessoas, gestão estratégica, gestão financeira e gestão comercial, distribuídos em 66 hora/aula. Além de fornecer suporte aos participantes através de consultorias locais, previamente agendadas.

Cada turma desenvolvida tem a duração de dois meses. Neste período são ministradas as aulas a noite e as visitas às empresas são agendadas durante o dia.

O Programa conta com dois bolsistas recém-formados que atuam como consultores. Cada consultor fica responsável por uma turma presencial por vez. Assim sendo, a meta no período de um ano (vigência de cada edital) o consultor atende 6 turmas. Eles têm o apoio administrativo de dois bolsistas graduandos que auxiliam nas atividades rotineiras do NAE como prestação de contas, documentação, atividades pedagógicas, participação nos eventos e publicações em conjunto com os consultores e professores do NAE.

Além das turmas presenciais o Programa também disponibiliza turmas EaD (à distância) através da plataforma Moodle, com chamadas mensais de turmas e atendimento às necessidades do participante através de chats, e-mails com o apoio do tutor. O material didático é o mesmo das turmas presenciais, com ênfase nas atividades desenvolvidas na plataforma para interação e aprendizado dos conteúdos.

A população beneficiada pelo Programa compreende os micros, pequenos e empreendedores informais de Foz do Iguaçu, Santa Terezinha de Itaipu, Medianeira, Matelândia, São Miguel do Iguaçu, Serranópolis do Iguaçu e Itaipulândia.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A fim de atingir o objetivo geral deste artigo que é o de analisar a importância do NAE-FOZ para a Universidade e para a comunidade empresarial e a importância dos saberes locais no desenvolvimento do empreendedorismo precisamos apresentar as informações acerca do Programa, seus objetivos, público atendido, metodologia de atendimento aos municípios e os resultados esperados com este projeto de extensão.

Além do objetivo geral do Programa Bom Negócio Paraná que é o de capacitar e orientar o empresário/empreendedor na área de gestão, o NAE-FOZ proporciona também:

- a) Promover a transferência de conhecimentos, através de cursos de capacitação envolvendo as principais áreas da gestão de empresas;
- b) Realizar consultorias visando diagnosticar problemas pontuais de cada unidade organizacional, conforme demanda dos interessados;
- c) Proporcionar aos acadêmicos recém-formados e em formação, participantes do projeto, uma realidade dos conhecimentos teóricos aprendidos, capacitando-os para o desempenho profissional de sua formação.

O projeto visa atender micros, pequenos, médios empresários e também, informais empreendedores. Sendo a demanda operacionalizada através da captação efetuada pelas prefeituras municipais da Região Oeste do Paraná, através da secretaria de indústria e comércio desses municípios, além da AMOP - Associação dos Municípios do Oeste do Paraná, através do preenchimento de um formulário de inscrição pelos interessados, para a formação de turmas nos municípios aos quais são domiciliados.

O projeto atende os municípios integrantes da Região Oeste do Paraná, na seguinte prioridade: Foz do Iguaçu, Medianeira, São Miguel do Iguaçu, Santa Terezinha de Itaipu, Matelândia, Vera Cruz do Oeste, Diamante do Oeste, Romelândia, Serranópolis, Itaipulândia e Missal.

Ressalta-se que a metodologia de abrangência desse projeto está em sincronia com as lideranças dos municípios envolvidos, podendo ocorrer uma limitação na abrangência total de municípios na vigência de 12 meses do projeto, bem como as iniciativas de demanda que cada prefeitura procederá em captação e formação de turmas, além da estrutura mínima para a execução dos cursos em cada município. O que significa dizer que, pela experiência de atuação desde janeiro de 2012 alguns municípios em maior demanda por cursos e por consultoria, formando várias turmas ao longo do período de 12 meses.

Os municípios atendidos pelo NAE-FOZ foram distribuídos pela SETI e estão há no máximo 136 km de distância da sede do núcleo, conforme quadro 1.

Quadro 1 – Municípios atendidos pelo NAE-FOZ 2013-2019

NAE	Município	IDH	Total de habitantes	Distância da Sede
UNIOESTE Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	0,751	256.088	0
	Santa Terezinha de Itaipu	0,738	20.841	11
	Medianeira	0,763	41.817	60
	Ramilândia	0,630	4.134	95
	Serranópolis do Iguaçu	0,762	4.568	94
	Itaipulândia	0,738	9.026	73
	Missal	0,608	10.474	75
	Matelândia	0,642	16.078	70
	Vera Cruz do Oeste	0,699	8.973	190
	Diamante do Oeste	0,644	5.027	136
São Miguel do Iguaçu	0,704	25.769	30	

Fonte: SETI, 2019.

Para atendimento da proposta do NAE-FOZ, o Programa Bom Negócio Paraná desenvolve os seguintes aspectos metodológicos:

Seleção da equipe multidisciplinar de trabalho, efetuada pelos professores orientadores, através de entrevistas e avaliação de critérios (disponibilidade, experiência, didática, etc.);

Participação da equipe multidisciplinar de um treinamento relacionado ao programa com o local a ser definido;

Palestra de motivação apresentando a necessidade da capacitação dos empresários para melhor gestão de sua empresa e apresentação de conteúdo;

A programação do curso presencial perfaz um total de 66 (sessenta e seis) horas/aula em sala de aula;

A equipe do projeto presta consultoria permanente ou continuada a micro, pequeno, médio e informal empreendedor durante a vigência do projeto.

As aulas são ministradas nos municípios com o apoio das prefeituras no sentido de articular as inscrições e providenciar o local para o curso de capacitação. Este apoio é decisivo para o êxito do Programa e tem sido muito bem gerenciado pelas prefeituras e órgãos participantes nos municípios, como as associações comerciais, banco do empreendedor e secretária de indústria e comércio.

O Programa a partir do primeiro semestre de 2014 passou a oferecer o curso de capacitação na Modalidade à Distância, utilizando a plataforma do Nutead (UEPG) e a partir de 2015 com o uso da plataforma Moodle pela própria Unioeste, porém não analisaremos os participantes EaD pois o foco deste estudo são os cursos presenciais.

A Equipe do NAE-FOZ atende turmas presenciais e EaD concomitantemente, sendo cada consultor responsável por uma turma presencial e uma EaD conforme cronograma de entradas do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) tendo os estagiários como apoio administrativo.

Os consultores vinculados ao NAE-FOZ já formaram cerca de formador, no mínimo, 50 empreendedores no curso presencial e 200 no EaD por semestre, o que significa que ao final de 12 meses teremos capacitados: 300 no curso presencial e 1200 no curso EaD.

O Programa oportuniza ensinar, capacitar e orientar o maior número possível de empresários, gestores de micro, pequenos e médios empreendimentos, auxiliando na gestão financeira (capital de giro e financiamentos a longo prazo); no desenvolvimento dos seus recursos humanos (rotinas administrativas de departamento pessoal, treinamentos, etc.); na gestão de marketing (melhorias nos 4 Ps) e estratégias que possam conduzir as empresas para um posicionamento mais adequado frente as concorrências nos mercados onde se situam.

Ressalta-se também, que a capacitação tem o objetivo de qualificar esses empresários para o processo de aquisição de recursos através de financiamentos disponibilizados pela Agência de Fomento do Paraná, instituição mantida pelo governo do Estado do Paraná.

Em suma, o projeto presume a promoção do desenvolvimento local por meio de ações de capacitação e consultoria aos empreendedores de setores estratégicos da sociedade com vista à criação de emprego e geração de renda, fortalecendo as atividades empreendedoras nos Municípios, estimulando o cooperativismo e a formalização de empresas.

O papel da extensão universitária tem se apresentado como uma excelente alternativa para a capacitação destes empresários, pois muitos deles não tinham oportunidade para realizar cursos ou mesmo consultorias seja pelo custo que representa este serviço, seja pela falta de oportunidade. O estreitamento das relações entre a Universidade e os empresários desmitifica que o conhecimento gerado na universidade é distante da realidade do microempreendedor e que há muito que se esperar em troca de experiências entre esses dois atores.

Até o presente momento o NAE-FOZ tem atendido às demandas dos municípios de abrangência, conforme quadro 2. Vale ressaltar a importância da participação ativa do representante local na divulgação e concretização da inscrição do empreendedor para o sucesso deste programa

Quadro 2 – Turmas presenciais atendidas pelo Programa Bom Negócio Paraná

Município	Quantidade de turmas	Número de inscritos
Foz do Iguaçu	22	440
Santa Terezinha de Itaipu	11	223
São Miguel do Iguaçu	8	248
Medianeira	5	109
Matelândia	11	206
Itaipulândia	3	109
Diamante do Oeste	1	45
Missal	1	32
Serranópolis do Iguaçu	1	34
TOTAL	59	1446

Fonte: NAE-FOZ, 2019.

Por já estar em funcionamento desde janeiro de 2013 fomentando atividades através da Universidade Sem Fronteiras (USF), com o Subprograma Apoio ao empreendedorismo, que vincula o Programa Bom Negócio Paraná – PBNP, o referido projeto já gera impactos socioeconômicos e culturais, tais como:

- a) melhores práticas gerenciais de seu negócio;
- b) qualificação para financiando projetos que venham promover o desenvolvimento;
- c) empreendedores de setores estratégicos da sociedade capacitados e orientados poderão elevar o nível de criação de emprego e geração de renda;
- d) fortalecimento das atividades empreendedoras nos Municípios;
- e) estímulo ao cooperativismo e;
- f) a formalização de empresas.

A relação com as prefeituras também foi outro impacto positivo do projeto, pois em muitos casos não havia um convívio com os municípios ou algum tipo de trabalho que envolvesse esses atores. Assim a Unioeste campus de Foz do Iguaçu tem tido uma maior visibilidade na região Oeste do Paraná bem como a oportunidade de entender e atender os interesses desses municípios que participam do Projeto através da troca de conhecimentos e saberes locais.

Estamos sempre buscando conhecimento, mas nem sempre o que alcançamos pode ser conceituado como conhecimento. Essa busca pelo saber pode trazer informações empíricas relevantes para nossa vida cotidiana, mas sem compreendermos o nexa causal que dá origem ao fenômeno. Um exemplo simples é o modo de dirigir um carro sem que tenhamos entendimento da mecânica envolvida nesse processo. Ou aceitar, por exemplo, um ensinamento de fé sem nenhuma consistência de conteúdo ou validade como é visto nas superstições. Nestes casos não podemos falar em conhecimento científico, mas não deixar de ser um saber.

Isso nos remete à sabedoria a qual pode ser entendida como a adequada hierarquização dos valores para a promoção da dignidade humana, o domínio do conhecimento científico e tecnológico de seu tempo, ou a vivência do respeito e da justiça que permitem um melhor desempenho social.

São inúmeras as definições de ciência. Desde a mais sucinta, que a entende como o conhecimento sistematizado das causas do fenômeno, até as mais elaboradas, como a de TRUJILLO FERRARI (1982) que conceitua ciência como uma sistematização de conhecimentos, um conjunto de proposições logicamente correlacionadas sobre o comportamento de certos fenômenos que se deseja estudar. Um conjunto de atitudes e atividades racionais dirigidas ao sistemático conhecimento com objetivo limitado, capaz de ser submetido à verificação (TRUJILLO FERRARI, 1982, p. 26).

Já JAPIASSU (1977, p. 15) ensina que: “É considerado saber, hoje em dia, todo um conjunto de conhecimentos metodicamente adquiridos, mais ou menos sistematicamente organizados, susceptíveis de serem transmitidos por um processo pedagógico de ensino”.

Portanto, conhecimento e saberes estão intimamente ligados, relacionados e intrinsecamente associados nas atividades de extensão universitária.

Se o saber local se constitui-se um conhecimento empírico, ligado ao fazer em que pouco se conceitua e muito se apreende pela experiência, pelo senso comum, nada mais natural que ele deva ser valorizado principalmente nas ações de extensão que são direcionadas às comunidades locais.

No Programa Bom Negócio Paraná o saber local não só é valorizado como faz parte das ações compartilhadas durante o curso. Os consultores realizam no primeiro dia de aula uma pesquisa para traçar o perfil dos participantes. Esta pesquisa pré-curso é tabulada e analisada pelos consultores, fornecendo

informações relevantes para o planejamento das aulas e a forma de atendimento das turmas.

É possível verificar quais participantes já tem suas empresas formalizadas, em que ramo eles atuam, há quanto tempo estão no mercado, se já fizeram algum tipo de curso ou consultoria em suas empresas e quais as expectativas com relação ao curso que estão iniciando.

Além desse levantamento, os consultores compartilham, durante as aulas, de casos de sucesso de empreendedores que já realizaram o curso em turmas anteriores e oportunizam que os participantes compartilhem de suas experiências também. Assim, os casos trabalhados em sala fazem parte de sua realidade local.

Um exemplo de ações compartilhadas são as rodadas de negócio que acontecem no módulo de Gestão Comercial. Os participantes promovem uma roda de conversa apresentando os seus negócios para os demais, com trocas de cartões e informativos sobre sua empresa e aproveitam a oportunidade para confraternizarem.

Cada turma iniciada é pensada de forma única, com suas especificidades e diferenças. Nenhuma turma é igual a outra e entre os participantes também há uma heterogeneidade, pois alguns estão no mercado há muito tempo e outros ainda nem formalizaram o seu negócio. Uns tem curso superior e outros nem terminaram o ensino médio. Muitos estão fora da sala de aula há muito tempo, o que também deve ser levado em consideração no momento do planejamento das aulas.

As experiências que os participantes trazem para o curso devem ser valorizadas se quisermos realmente que as ações sejam compartilhadas. Traz benefícios para todos os envolvidos, incluindo os consultores que são recém-formados e podem aprender com aqueles que vivenciam na prática os problemas organizacionais. Esses saberes experienciais que resultam do próprio exercício da atividade profissional dos consultores por meio da vivência de situações específicas relacionadas ao processo teoria-prática e às relações estabelecidas com participantes do curso e como ensina TARDIF (2002) “incorporam-se à experiência individual e coletiva sob a forma de *habitus* e de habilidades, de saber-fazer e de saber ser” (p. 38).

Deste modo, as atividades extensionistas que ocorrem vinculadas ao Programa Bom Negócio Paraná contribuem para aumentar e exercitar os “saberes da formação profissional”, que são constituídos pelo conjunto de conhecimentos pedagógicos relacionados às técnicas e métodos de ensino (saber-fazer), legitimados cientificamente e igualmente transmitidos aos professores ao longo do seu processo de formação inicial e/ou continuada (TARDIF, 2002).

Não é de hoje que a relação universidade-empresa traz benefícios mútuos. Segundo ETZKOWITZ (2009), entre as razões que explicariam esta ampliação das relações universidade-empresa estariam, do lado das empresas: a) custo crescente da pesquisa associada ao desenvolvimento de produtos e serviços necessários para assegurar posições vantajosas num mercado cada vez mais competitivo; b) elevado ritmo de introdução de inovações no setor produtivo e a redução do intervalo de tempo que decorre entre a obtenção dos primeiros resultados de pesquisa e sua aplicação;

Do lado da universidade, as motivações principais seriam: a) a dificuldade crescente para obtenção de recursos públicos para a pesquisa universitária e a expectativa de que estes possam ser proporcionados pelo setor privado em função do maior potencial de aplicação de seus resultados na produção; b) interesse da comunidade acadêmica em legitimar seu trabalho junto à sociedade que é, em grande medida, a responsável pela manutenção das instituições universitárias.

Trazendo essa discussão teórica para os resultados do NAE-FOZ percebe-se que esta interação tem gerado muito conhecimento. Relato de participantes que afirmam estar utilizando técnicas mais aprimoradas, ferramentas de gestão e até mesmo mudança na maneira de ver e tratar com seus recursos humanos mostra o quanto a academia tem-se aproximado do empresariado.

As maiores contribuições estão evidentes nas consultorias desenvolvidas nestes quase seis anos. Empreendedores informais que formalizaram seus negócios; empresas que apostaram em parcerias e aumentaram sua segmentação de mercado e conseqüentemente seus lucros; empresários que visualizaram a importância do marketing, da identidade visual para evidenciar e fixar sua imagem organizacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos inferir que a interação entre universidade e empresa é uma alternativa estratégica para levar os conceitos e referências do empreendedorismo, e também pode ser considerado como um investimento de menor custo para se alcançar um objetivo almejado.

Também pode-se observar que a criação do NAE-FOZ e o desenvolvimento do Programa Bom Negócio Paraná é uma atitude empreendedora, pois estabelece um olhar diferente na gestão pública e em como a

RAEI

Universidade atende aos seus objetivos. Assim, o empreendedorismo pode servir como aliança estratégica para atendimento aos objetivos da extensão universitária.

Fazendo uma analogia, uma aliança estratégica pode ser comparada a uma sociedade, ou seja, assim como duas ou mais pessoas formam uma sociedade para instituir um negócio, pelo motivo do capital de uma só pessoa não ser suficiente ou uma das pessoas que queiram instituir a sociedade não possui conhecimento ou tecnologia para atuar em um segmento - e em muitos casos vemos uma parte entrar com recursos financeiros e a outra com conhecimentos ou recursos técnicos -, as alianças são semelhantes, pois possuem duas ou mais organizações engajadas em atingir um determinado objetivo.

No caso do NAE-FOZ o empreendedorismo pode ser visto como uma aliança estratégica entre a Universidade e os empreendedores participantes do Programa Bom Negócio Paraná. Assim a Universidade disponibiliza conhecimento, ferramentas e instrumental para que os empresários possam atuar em um segmento. E de outra forma, os empresários também contribuem com suas experiências, vivências e conhecimentos disseminando entre eles e com a própria equipe do NAE-FOZ, pois a contribuição é mútua e a melhoria se torna contínua.

O conhecimento é elemento fundamental na construção do destino da humanidade. Daí sua relevância e a importância da educação, processo mediante o qual o conhecimento se produz, se reproduz, se conserva, se sistematiza, se organiza, se transmite e se universaliza. E esse tipo de situação se caracteriza de modo acentuado na educação universitária. É um lugar priorizado da produção de conhecimento.

A distinção entre o ensino, a pesquisa e a extensão, no trabalho universitário, é apenas uma estratégia operacional, pois na práxis pedagógica não se pode conceber os processos de transmissão da ciência e da socialização de seus produtos, desvinculados de seu processo de geração. Há uma indissociabilidade entre o ensino, pesquisa e extensão, tendo como referência a pesquisa; aprende-se e ensina-se pesquisando; presta-se serviços à comunidade, quando tais serviços nascem e se nutrem da pesquisa.

E neste estudo, particularmente, o papel da extensão no Programa Bom Negócio Paraná tem um objetivo grandioso na forma de valorizar os saberes locais. Saberes esses oriundos da experiência, da expertise, do empirismo, do saber-fazendo de cada um dos participantes dos cursos ofertados pelo NAE. Esses saberes experienciais são valorizados e disseminados entre os participantes, ao mesmo tempo em que ferramentas de gestão, conceitos e estratégias são repassadas para a melhoria do processo e formalização do negócio.

São os saberes e as experiências locais que validam, ressignificam e reconstróem os saberes globalizados. E é desafio da universidade incorporar a ampliação da jornada dentro de uma perspectiva de tempo e espaço, com a criação de novas oportunidades de ensino-aprendizado, que possibilite novas vivências, que explore outros territórios educativos para além do ambiente universitário. A reaproximação entre a universidade e comunidade nos instiga a pensar que é possível e necessária essa troca de conhecimentos e saberes, resguardando todas as dificuldades e limites ainda existentes nessa relação.

REFERÊNCIAS

- BASÍLIO, G. Os saberes locais e o novo currículo do ensino básico. Mestrado em educação/currículo. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica PUC-SP. 2006.
- BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO ESPORTO. Plano Nacional de Extensão Universitária. Documento do Fórum Nacional de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras. Brasília: MEC. 1999.
- DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. São Paulo: Editora Cultura. 1999.
- DORNELAS, J. C. A. Transformado ideias em negócios. Rio de Janeiro: Editora Elsevier. 2005.
- DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Editora Pioneira. 1987.
- ETZKOWITZ, H. Hélice tríplice: universidade-indústria-governo: inovação em movimento. Porto Alegre: EDIPUCRS. 2009.
- GEERTZ, C. Saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes. 1997.
- GULATI, R. Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, v. 19, n. 4, p. 293-317. 1998.
- JAPIASSU, H. Introdução ao pensamento epistemológico. 2. ed. Rio de Janeiro: F. Alves. 1977.
- KANTER, R. M. (1994). The art of alliances. *Harvard Business Review*, July-August.
- MENEZES NETO, P. E. (1983). Universidade: ação e reflexão. Fortaleza: Edições UFC; Imprensa Universitária.
- SEGATTO, A. P. (1996). Análise do processo de cooperação tecnológica universidade-empresa: um estudo exploratório, 98 p., São

RAEI

Paulo: USP.

TARDIF, M. (2002). Saberes docentes e formação profissional. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Vozes.

TRUJILLO FERRARI, A. (1982). Metodologia da pesquisa científica. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil.

TZU, S. (2007). *A arte da guerra*: os treze capítulos originais. São Paulo: Jardim dos Livros.

Recebido em Junho (06), 2019.

Aceite em Julho (07), 2019.