

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Fernando Correa Grisi

EMPREENDEDORISMO SOCIAL:

Uma pesquisa exploratória de ações de disseminação no Brasil

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Administração, sob a orientação do Prof. Dr. Arnaldo José de Hoyos Guevara.

SÃO PAULO

2008

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Fernando Correa Grisi

EMPREENDEORISMO SOCIAL:

Uma pesquisa exploratória de ações de disseminação no Brasil

MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

SÃO PAULO

2008

BANCA EXAMINADORA

A U T O R I Z A Ç Ã O

Autorizo, exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese por processos fotocopiadores ou eletrônicos.

São Paulo, março de 2008.

A G R A D E C I M E N T O S

Agradeço especialmente à minha família: ao meu Pai, o maior empreendedor que conheci, à minha Mãe, sua fonte inspiradora, e aos meus irmãos, Eduardo, Daniela e Guilherme.

Agradeço aos professores:

Arnoldo José de Hoyos Guevara, orientador deste trabalho, pela paciência, credibilidade, inspiração e pelo apoio;

Ladislau Dowbor, pela contribuição intelectual e visão sistêmica;

Celso Grisi, pelas oportunidades e orientações de vida;

Vitória Catarina Dib, pelas contribuições;

Alessandro Marco Rossini, pelas “dicas”.

Agradeço à Alice Martos e Ana Flávia, por tornarem meu texto menos caótico;

a todos os meus alunos que contribuíram na pesquisa e incentivaram o meu desenvolvimento profissional;

aos especialistas e estudiosos com quem tive a sorte de conversar sobre empreendedorismo;

ao SEBRAE, pela oportunidade de imersão no mundo do empreendedorismo; e

aos empreendedores no Brasil.

RESUMO

Em um passado recente, as organizações não estavam preparadas, ou capacitadas, para garantir boa distribuição de renda e acesso a mecanismos facilitadores para o desenvolvimento sustentável. Hoje, elas têm o grande desafio de tornar a vida no planeta mais justa. O modelo de desenvolvimento neoliberal entrou em crise e a preocupação social está em buscar modos de fazer negócios que levem a ciclos de desenvolvimento, em que a economia e a responsabilidade social e ambiental sejam importantes, como no caso do Tripé da Sustentabilidade.

Desde a primeira metade do século passado, o empreendedorismo passou a ser foco das atenções de pesquisadores em diversas áreas do conhecimento, mais especificamente na área de administração de empresas. Os empreendedores são cada vez mais reconhecidos como responsáveis por micro, pequenas, médias e grandes organizações, que são responsáveis pelo desenvolvimento local, regional, nacional e global, em particular, devido ao seu potencial de inovação.

O objetivo da pesquisa é apresentar as características de comportamento do empreendedor e a sua capacidade de criação e implementação de novos modelos de negócios. A abordagem do tema envolveu um levantamento de teorias e conceitos sobre empreendedorismo e desenvolvimento social; em seguida, pesquisou-se sobre ações empreendedoras, mais especificamente no âmbito social, que estão favorecendo a disseminação do empreendedorismo no Brasil.

Os dados foram coletados de diferentes fontes como relatórios recentes do GEM e SEBRAE, que ajudaram a estudar projetos e programas como os da Ashoka, da Artemísia e da Secretaria do Trabalho e Empreendedorismo Social do Ceará.

O empreendedorismo no Brasil apresenta vitalidade crescente graças, em particular, a programas de facilitação para o desenvolvimento de novos negócios como os do SEBRAE e não há dúvida de que o potencial de criação de novos negócios por empreendedores é muito importante para o desenvolvimento local sustentável, principalmente quando ele é orientado por programas que promovem responsabilidade social e ambiental. Esta é a chave para o futuro desenvolvimento do nosso país.

A B S T R A C T

In a recent past, the organizations were not prepared, or were not able to accomplish a better distribution of income, neither have conditions to promote sustainable development. Today they have the great challenge to seek social justice and general planetary well-being. The neo-liberal development model is in crises, and there is a social concern regarding new ways to make business that may lead to new cycles of development where not only economics is relevant but also social and environmental responsibility become essential as in the case of the so called triple bottom line.

Since the beginnings of last century entrepreneurship attracted the attention of academic research mostly on the area of Business Administration. Entrepreneurs are recognized as responsible for very small to large organizations, and hence for local to regional to national and even global development, in particular because of its innovating potential.

The purpose of this work is to study behavior characteristics of entrepreneurs as well as its special ability to start and implement new business models. Our approach to this area goes through an analysis on literature concerning ideas and concepts on entrepreneurship and social development; and then seek for experiences, in particular on the social area, that also may be helping to develop an entrepreneurship culture in Brazil

Data come from different sources like GEM and SEBRAE recent reports and help to study projects and programs, like the ones of Ashoka, Artemisia, and The Secretary of Work and Social Entrepreneurship of Ceara. We also consider the Social Entrepreneurship Prize.

Entrepreneurship in Brazil is going well and growing fast, thanks in particular to programs like the ones of SEBRAE for the development of new business, and no doubt the potential for creating and starting new business by entrepreneurs may be extremely important for sustainable local development, particularly when they are supported and oriented by programs that may promote social and environmental responsibility, and this may be a key for the future development of our country.

LISTA DE TABELAS

Tabela 2.1 - Diferenças entre administrador e empreendedor.....	45
Tabela 2.2 - Empreendedorismo social (visão internacional).....	49
Tabela 3.1 - Evolução dos empreendedores iniciais (TEA) - 2001 a 2007.....	79
Tabela 3.2 - Evolução da TEA brasileira em comparação com a média de demais países.....	80
Tabela 3.3 - Proporções de empreendedores por motivação.....	81
Tabela 3.4 - Empreendedores iniciais por setor de atividades no Brasil - 2002 a 2007.....	82
Tabela 3.5 - Recursos segundo estágio dos empreendedores no Brasil - 2007.....	83
Tabela 3.6 - Empreendedores iniciais por gênero no Brasil - 2001 a 2007.....	83
Tabela 3.7 - Empreendedores iniciais por motivação segundo gênero no Brasil - 2001 a 2007.....	84
Tabela 3.8 - Empreendedorismo inicial e por estágio segundo gênero (Brasil - 2007).....	85
Tabela 3.9 - Percepção do ambiente empreendedor por gênero (Brasil – 2003 a 2007).....	85
Tabela 3.10 - Preocupação ambiental por gênero (Brasil - 2007).....	85
Tabela 3.11 - Empreendedores iniciais e estabelecidos por faixa etária no Brasil – 2007.....	87
Tabela 3.12 - Domicílios com computador e com acesso à internet - Brasil 2007 (proporção).....	89
Tabela 3.13 - Acesso aos meios de informação de empreendedores e não- empreendedores (Brasil - 2007).....	89
Tabela 3.14 - Microempresas abertas.....	121
Tabela 3.15 - Microempresas que encerraram atividades.....	121

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
I - ECONOMIA PÓS-CAPITALISTA	16
1.1 Sociedade do Conhecimento	16
1.2 Economia social.....	20
1.3 A evolução do pensamento empreendedor	25
1.4 Inclusão social.....	30
II - EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO SOCIAL	39
2.1 Conceitos de empreendedorismo.....	40
2.2 Tipos de empreendedorismo	46
2.3 Capital social e empreendedorismo social local.....	52
2.4 Desenvolvimento local, redes de inovação e sustentabilidade.....	57
III - EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL	71
3.1 Global Entrepreneurship Monitor.....	71
3.2 Agências para o desenvolvimento local.....	89
3.3 Empreendedorismo social no Brasil.....	101
CONSIDERAÇÕES FINAIS	122
BIBLIOGRAFIA	130
ANEXOS	142

“... a inovação é o motor da competitividade e do desenvolvimento das nações. Inovar em produtos e serviços, inovar em processos, inovar em tecnologias de gestão e em modelos de negócios é a palavra de ordem para estabelecerem diferenciais competitivos que permitam enfrentar o avanço da concorrência nos mercados nacional e internacional. A criatividade e a iniciativa empreendedora dependem de um complexo padrão de relações institucionais que intervém no processo de descobertas científicas, nas atividades inovadoras e nas suas aplicações, resultando em transformações econômicas e sociais.”

Global Report Monitor 2006

INTRODUÇÃO

Há mais de um século, crises e mudanças que estão relacionadas aos setores econômico e social, ao progresso técnico e aos sistemas educacionais, estão levando a novas formas de trabalho e de organização do trabalho. O modelo de desenvolvimento criado com foco somente na busca incessante pelo lucro “a todo custo” acabou criando um cenário que favorece os mais fortes e mais poderosos. O modelo de desenvolvimento neoliberal, concentrador de renda, favorece os mais poderosos, não se preocupa com a inclusão social e problemas de sustentabilidade ambiental. A busca por novos modelos de negócios está acontecendo a partir deste contexto social que é um complexo de crise econômica, social e ambiental.

Nesse panorama, a instabilidade do setor econômico mundial apresenta simultaneamente excelentes oportunidades e grandes armadilhas. Por um lado, o mercado, cada vez mais competitivo, vem exigindo das organizações capacidade de identificação de oportunidades de negócios, desenvolvimento de estratégias com rapidez na sua implementação. O governo brasileiro facilitou, por exemplo, trâmites legais para a operacionalização de micro e pequenas empresas, implantando processos de desburocratização de abertura de empresas e de pagamento de impostos. O que de certa forma acelera o crescimento econômico do país não permite que micro e pequenas empresas cresçam, pois ficam presas a valores limitados de produção para o não-pagamento de taxas de impostos mais altas.

Por outro lado, medidas sociais tomadas para limitar as consequências catastróficas do desemprego, conforme Claude Levy-Leboyer (1994), conduziram à desvalorização do trabalho e à desmotivação no trabalho, causada pela crise econômica, desenvolvimento insuficiente da educação, multiplicação das atividades culturais e de lazer. Principalmente no caso dos jovens, é difícil a obtenção ou manutenção do emprego, fazendo com que seja perdida a credibilidade no esforço do trabalho, tornando o cidadão passivo diante de um futuro profissional incerto, levando-o em muitos casos a buscar sua identidade no exercício de atividades não-profissionais.

Os problemas que a crise da motivação levanta não devem ser subestimados nem confundidos com a crise econômica, mesmo que a falta de motivação e o

desequilíbrio econômico estejam, de fato, estreitamente ligados. A saída dessa crise passaria, então, por uma reorganização profunda tanto no plano psicológico como no plano social dos sistemas de trabalho. Nesse sentido, a democratização do ensino e a proteção contra os efeitos materiais e psicológicos do desemprego representam um progresso social indiscutível.

Marvin Cetron e Owen Davies (2008, p. 28-29) são dois futuristas que, com base em dados da pesquisa “Global Entrepreneurship Monitor de 2007”, coordenada pela equipe internacional do “Babson College” e da “London Business School”, comentam sobre as tendências em gestão ocasionadas pelo fenômeno empreendedorismo, para os próximos quinze anos. As tendências apresentadas estão baseadas em fatos como:

- Nos EUA, cerca de 9% dos homens e 6% das mulheres são autônomos. Esses dados estão aumentando em cerca de 2/3 dos países da OECD;
- Trabalhadores por volta dos 30 anos preferem abrir a sua própria empresa e 10% estão tentando ativamente iniciar o seu próprio negócio. Esse fato ocorre três vezes mais que em gerações anteriores;
- A maior parte dos trabalhadores por volta dos 30 anos simplesmente não confiam mais nas grandes instituições. A maioria deles acredita que empregos não podem assegurar um futuro em tempos de rápidas mudanças tecnológicas. Exemplos como os da Silicon Valley transformaram os seus fundadores em bilionários do dia para a noite, levando a mudanças de valores de forma muito dramática;
- As mulheres, cada vez mais, estão abrindo negócios pequenos. A maioria delas estão deixando os empregos tradicionais para estar em casa e, paralelamente, abrir seu próprio negócio. Esse fato é comum, principalmente, quando as mulheres estão iniciando suas famílias. Metade das pequenas empresas privadas abertas, nos EUA, são de mulheres; e,
- Por 14 anos até 2003, até quando os dados estão disponíveis, os pequenos negócios (com menos de 500 empregados) geraram 92% dos novos empregos nos EUA. Por outro lado, os empregos têm desaparecido rápido em empresas pequenas que são mais vulneráveis do que as empresas grandes.

Refletindo sobre as implicações desta nova realidade, Cetron e Davies (ibid., p. 29) concluíram que essa é uma tendência, porque todas as empresas de novos serviços precisam de outras empresas para lidar com atividades fora do seu ramo de negócio; essas tendências são guiadas pelas atitudes e valores da nova geração e pelo rápido desenvolvimento da tecnologia que cria infinitas oportunidades para o desenvolvimento de novos negócios; e especialmente pequenos negócios continuarão a aparecer repentinamente na internet pelo menos pelos próximos 15 anos. A tendência para o empreendedorismo ajudará a diminuir a pobreza em diversos países em desenvolvimento, como já está acontecendo na Índia e na China.

Ao considerar a ação empreendedora em meio às transformações das relações de trabalho no contexto do mundo contemporâneo, torna-se necessário situar as práticas empreendedoras, os sujeitos dessas práticas e suas ações no contexto sócio-cultural e econômico de um mundo globalizado com novas combinações de tempo e espaço (Hall, 2000), que estão conduzindo fenômenos como:

- a) hibridização de culturas convivendo com movimentos sociais que afirmam o local;
- b) emergência de uma pluralidade de identidades construídas sobre marcadores de identidades plurais constituídos de raça, etnia, gênero, classe social, cultura, linguagem e outros determinantes, em interação dinâmica;
- c) necessidade de entender a ação empreendedora como fato cultural, fonte de contato entre diferentes visões de sociedade e diferentes propostas de solução para questões fundamentais e periféricas; e
- d) necessidade de se reconhecerem os valores embutidos nos símbolos culturais, pautados por pensamentos, atitudes, condutas e práticas de significado para o empreendedor que se manifesta na ordem social regionalizada.

Manuel Castells (1999) identifica na sociedade em rede três processos: identidades legitimadoras, promovidas por instituições sociais dominantes, reforçando uma atitude de submissão dos sujeitos; identidade de resistência, configurada em atores em condição social desfavorecida, que apresentam resistências ao projeto dominador, mas ainda não chegam a propor formas positivas de construção identitária; e a identidade de projeto, na qual os atores, com base nos materiais culturais disponíveis, constroem novas identidades, redefinem seu local social e buscam mudanças na estrutura social.

Atualmente, está emergindo uma nova identidade social. A ação empreendedora enquadra-se no terceiro processo identitário apontado acima por Castells, em que os atores identificam na necessidade e na oportunidade a motivação para construir novas identidades. Tal cenário é marcado pelas grandes transformações que têm caracterizado o processo de fragmentação, heterogeneidade e diversidade que os trabalhadores do século XXI enfrentam em plena era da globalização (Antunes, Alves, 2004).

A pesquisa mostra novas maneiras de entender o trabalho e a educação, incentivando a geração de novos modelos de negócios, capazes de criar um sistema sócio-econômico sustentável para garantir melhores oportunidades de emprego, geração de renda e qualidade de vida. A educação empreendedora tem um papel importante no desenvolvimento do empreendedorismo social e inovador e, ao considerar características do comportamento do empreendedor e a educação empreendedora na sua formação, levantamos alguns questionamentos:

- Pensando no crescimento e na lucratividade do negócio, será possível o empreendedor incorporar as abordagens existentes em administração para gerenciar seu negócio com eficiência e eficácia?
- Tendo em vista a responsabilidade sócio-ambiental, será possível o administrador incorporar habilidades e comportamentos do empreendedor para gerenciar mudanças organizacionais?
- Quais são as preocupações e ações do empreendedor social?
- Existem programas de disseminação de empreendedorismo capazes de formar o empreendedor social?
- A competência inovadora pode vir de qualquer área do conhecimento (Schumpeter, 1984). Podem médicos, atletas,

cantores, artistas, educadores, pessoas comuns e outros se tornarem empresários de sucesso?

- Quais são as características do empreendedorismo público?
- O empreendedor, sozinho, é capaz de criar e desenvolver negócios sustentáveis?

De modo geral, a pesquisa procura e identifica ações na sociedade que possam responder a essas questões, para melhor compreender o fenômeno empreendedorismo, suas variáveis e relacionamentos. A pesquisa não procurou formular hipóteses, mas explicar o fenômeno do empreendedorismo social para que possivelmente em um futuro próximo, possam surgir hipóteses sobre a influência positiva do empreendedorismo social para o desenvolvimento sustentável. Procuramos explorar o assunto partindo do empreendedor e suas características de comportamento, passando por conceitos de desenvolvimento social, para entender o fenômeno empreendedorismo e as ações de disseminação do empreendedorismo social no Brasil.

O primeiro capítulo, “Economia Pós-capitalista”, realiza uma reflexão sobre a passagem da sociedade industrial para a sociedade pós-industrial e as suas características, fazendo referência à emergência de uma sociedade do conhecimento e ao desafio econômico da nova sociedade que será a produtividade do trabalho com conhecimento e do trabalhador do conhecimento; comenta sobre uma nova tecnologia emergente, a “administração empreendedora”; sobre a necessidade de uma nova ciência econômica que vai de encontro às problemáticas atuais e que respondem à realidade histórica atual; sobre diferentes perspectivas para a compreensão do empreendedorismo até chegar à idéia de empreendedorismo hoje; e realiza uma reflexão sobre a possibilidade de garantir simultaneamente um desenvolvimento econômico gerador de riqueza e de inclusão social.

No segundo capítulo, “Empreendedorismo e Desenvolvimento Social”, é apresentado o empreendedorismo em uma visão sistêmica, analisando as características do comportamento empreendedor, seu papel no processo de criação e

desenvolvimento de novos negócios, que interferem no desenvolvimento local, que por sua vez participa do desenvolvimento regional, nacional e global. O capítulo apresenta também conceitos de desenvolvimento local, redes de inovação, capital social, sustentabilidade e discute o papel do empreendedor social como um catalisador de ações que podem favorecer políticas sociais inovadoras e programas que promovam desenvolvimento com sustentabilidade.

No terceiro capítulo, “Ações de Disseminação do Empreendedorismo no Brasil”, é realizada uma análise do empreendedorismo no contexto brasileiro, referenciando a pesquisa “Global Entrepreneurship Monitor” (GEM). O capítulo mostra dados do levantamento realizado sobre a prática do empreendedorismo no Brasil até o ano de 2007, além de apresentar projetos de Agências Provedoras de Empreendedorismo e Desenvolvimento Local, como a ANPROTEC, EMPRETEC, SEBRAE e o Instituto Cidadania, e resultados de projetos de instituições que estão atuando na disseminação do empreendedorismo social inovador no Brasil, como a Ashoka, Artemísia, Fundação Schwab e o Programa Ceará Empreendedor.

De modo geral, a sustentabilidade e a inovação no mundo dos negócios e na sociedade estão estreitamente ligadas com a capacidade de o empreendedor assegurar o sucesso do negócio no longo prazo e, ao mesmo tempo, contribuir para o desenvolvimento econômico nas regiões onde atua, para a preservação do meio ambiente e uma sociedade estável, considerando a sustentabilidade econômica, social e ambiental. Esse desafio pode ser definido pela expressão em inglês “*Triple Bottom Line*”, ou “tripé da sustentabilidade”. No termo, “*bottom line*” representa a saúde do planeta, sem a qual a atividade econômica e a própria vida se inviabilizam. O tripé se constitui em posturas, objetivos e processos que devem ser adotados para se criar valor econômico, social e ambiental.

I - A ECONOMIA PÓS-CAPITALISTA

1.1 Sociedade do conhecimento

Segundo Peter Drucker (1993), de tempos em tempos a sociedade se reorganiza em termos de valores, estrutura social, política, artes e em suas instituições sociais mais importantes. Atualmente, estamos na passagem para a sociedade pós-capitalista que

“... não será uma ‘sociedade anticapitalista’, nem uma ‘sociedade não-capitalista’; as instituições do capitalismo sobreviverão, embora algumas, como os bancos, possam vir a desempenhar papéis bastante diferentes (...) o centro de gravidade da sociedade pós-capitalista - sua estrutura, sua dinâmica social e econômica, suas classes sociais e seus problemas sociais – é diferente daquele que dominou os últimos duzentos e cinquenta anos e definiu as questões ao redor das quais se cristalizaram partidos políticos, grupos e sistemas de valores sociais e compromissos pessoais e políticos.” (ibid., p. xvi)

As reflexões de autores como Manuel Castells, Alvin Toffler, Daniel Bell sobre a sociedade emergente convergem com as reflexões de Drucker: esta sociedade será diferente da sociedade capitalista industrial, embora ainda conserve muitos aspectos desta sociedade.

As análises de Castells sobre a sociedade em rede mostram

“... os contornos de uma sociedade globalizada e centrada no uso e aplicação da informação e na qual a divisão do trabalho se efetua, não tanto segundo jurisdições territoriais (embora isso também continue a ocorrer), mas sobretudo segundo um padrão complexo de redes interligadas. É nessa

sociedade que vivemos e ela é a que devemos conhecer se quisermos que nossa ação seja ao mesmo tempo relevante e responsável.” (Castells, op. cit., p. iii)

Toffler (1995) diferencia a sociedade industrial da sociedade pós-capitalista da seguinte maneira: a sociedade industrial padronizou estruturas e culturas, especializou homens e máquinas, sincronizou tempos e comportamentos, concentrou homens, capitais e recursos, agigantou fábricas e cidades, centralizou informações e decisões; a sociedade pós-capitalista valorizará novamente o núcleo familiar como célula de convivência civil, reunirá na mesma pessoa o papel do produtor e do consumidor, desestruturará o tempo e o espaço permitindo, mediante a telemática, a conexão de subsistemas cada vez mais descentralizados, desmassificará a cultura recuperando o valor do indivíduo.

De acordo com Castells (1999a), uma nova sociedade surge quando uma transformação estrutural puder ser observada nas relações de produção, de poder e de experiência (referente à questão de gênero). A nova estrutura social da Era da Informação é chamada por Castells de sociedade em rede porque é constituída de redes de produção, poder e experiência que constroem a cultura da virtualidade nos fluxos globais que transcendem o tempo e o espaço. Os conflitos sociais e desafios desta sociedade são distintos dos apresentados pela era industrial. Segundo Castells, a evolução para as formas de gerenciamento e produção em rede não implica o fim do capitalismo, ele tem suas próprias características: é global e está estruturado em uma rede de fluxos financeiros.

Os cinco aspectos que definem a sociedade pós-industrial, segundo Bell, são:

“... 1) passagem da produção de bens para a economia de serviços; 2) a preeminência da classe dos profissionais e dos técnicos; 3) o caráter central do saber teórico, gerador da inovação e das idéias diretivas nas quais a coletividade se inspira; 4) a gestão do desenvolvimento técnico e o controle normativo da tecnologia; 5) a criação de uma nova tecnologia intelectual. (De Masi, 2000, p. 33)

Em uma visão de futuro no curto prazo, Drucker (op. cit.) afirmou que o desafio econômico da nova sociedade será a produtividade do trabalho com conhecimento e do trabalhador do conhecimento. Os principais grupos sociais serão os trabalhadores do conhecimento que são os executivos que sabem como alocar conhecimento para usos produtivos, assim como os capitalistas sabiam como alocar capital. Os trabalhadores do conhecimento possuirão tanto os meios de produção como as ferramentas de produção. Essa é a realidade de hoje, porém o desafio social da sociedade pós-capitalista, pelo menos nos países mais pobres, é oferecer uma educação que prepare os indivíduos para nela atuar eficiente e conscientemente. O sistema educacional deve prover os meios para que eles realizem, contribuam e sejam empregáveis. A sociedade emergente precisa ser estruturada com base em conhecimentos especializados e em pessoas especialistas no que fazem, cuidando para que o conhecimento seja reciclado continuamente.

Castells (op. cit.) explica que o capital financeiro depende do conhecimento e da informação gerados e aperfeiçoados pela tecnologia da informação que movimentam os processos de produção. O capital que seria meramente especulativo é submetido a riscos. A interação entre o investimento em empresas lucrativas e o uso dos lucros acumulados frutifica as redes financeiras globais. O capital financeiro depende da produtividade, da competitividade e da informação adequada sobre investimento e planejamento de longo prazo de cada setor. Castells concluiu que as empresas e a sociedade, de modo geral, estão cada vez mais se organizando em redes.

Segundo Drucker (1996), está surgindo uma nova tecnologia que é a 'administração empreendedora'. A administração empreendedora é um tipo de tecnologia intelectual (tecnologia do conhecimento), que pode favorecer o surgimento de tecnologias sociais. Assim como as tecnologias sociais, a ação empreendedora pode acelerar o desenvolvimento das organizações e da sociedade. O conhecimento, a tecnologia intelectual e as tecnologias sociais, de modo geral, estão assumindo, desde a segunda metade do século passado, um papel muito importante na sociedade (Guevara, Dib, 2007), assim como a administração empreendedora. Simultaneamente, no plano social emerge, segundo Bell, "*... a necessidade de ultrapassar, mediante a meritocracia, o tipo de estrutura tradicional das*

democracias ocidentais, a igualdade de oportunidades, a angústia da família cristã, dos grupos de interesse, do egoísmo liberal, o materialismo marxista". (De Masi, 2000, p. 35-36)

De acordo com Drucker (1993, op.cit.), nesta transição é necessária uma teoria econômica que coloque o conhecimento no centro do processo de produção de riqueza, pois somente esta teoria pode explicar o crescimento econômico com base na inovação. A teoria econômica baseada no conhecimento é diferente de qualquer teoria econômica já existente. Há três tipos de aplicação do conhecimento que são base para a economia do conhecimento: o aperfeiçoamento continuado do processo, produto ou serviço; a exploração continuada do conhecimento existente para desenvolver produtos, processos e serviços diferentes; e a inovação, que é base do empreendedorismo. Essas três maneiras de se aplicar o conhecimento para a produção de mudanças na economia e na sociedade precisam ser desenvolvidas em conjunto e simultaneamente.

A economia empreendedora, segundo Drucker (ibid.), apareceu nos Estados Unidos devido às novas aplicações que foram sendo dadas para a administração. A administração, segundo ele, deve ser aplicada: nas empresas existentes e em novos empreendimentos, sejam comerciais ou não; em grandes e pequenos empreendimentos; em empreendimentos não-comerciais como saúde e educação; em atividades que não eram consideradas empresas, como pequenos restaurantes etc. Ou seja, a partir dessa constatação, verificamos que a administração, como meio disciplinar organizado para se ter o melhor proveito para todos, cabe tanto ao setor de produção como de serviços, no setor formal ou informal.

A primeira busca por empreendedores, lembra Drucker (ibid.), ocorreu em 1873, quando o Banco Deutsche anunciou estar procurando pessoas empreendedoras, propondo-se a dar a elas financiamento, desde que se propusessem a uma ação administrativa organizada e disciplinada. A justificativa para essa iniciativa era que a diferença no comportamento da economia estaria na existência do empreendedor.

Na atualidade se fala cada vez mais sobre as competências do empreendedor e do sucesso de empresas que conseguem, por meio da inovação, transformar jovens empreendedores em grandes empresários. Segundo Carl Schramm (2006), a era do capitalismo pós-industrial está sendo superada pela era do capitalismo empreendedor

que surgiu entre 1985 e 1990, com nomes como Bill Gates, Steve Jobs e Michael Dell. Mas, a era do empreendedor individualista parece estar chegando ao fim, se considerarmos que não é mais possível não se preocupar com o impacto social e ambiental das ações das organizações de modo geral. A administração empreendedora, complexa e multifacetada na sua essência, produz mudanças individuais e coletivas, que estão modificando o mundo.

1.2 Economia Social

Os impactos sociais e ambientais do atual processo de desenvolvimento, de acordo com cientistas e estudiosos de áreas afins, exigem mudanças no que entendemos por desenvolvimento e economia.

Segundo Dowbor (2006), está surgindo uma nova ciência econômica que vai de encontro às problemáticas atuais e que respondem à realidade histórica atual. O lucro, na nova visão, é social e a produtividade passa a ser sistêmica. A ciência econômica estaria evoluindo para uma forma de contabilidade integral, e não apenas microeconômica, embora as preocupações básicas da ciência econômica ainda estejam voltadas para a taxa de investimentos, taxa de juros, taxa de inflação, taxa de desemprego, balança de pagamentos; para o nível da dívida e para a conseqüente taxa de crescimento.

A degradação do meio natural e da qualidade de vida, conseqüências do crescimento incontrolado dos grandes centros, de uma ética da competição contida no processo produtivo, do crescente abandono de muitos serviços coletivos, está levando a questionamentos sobre os esquemas excessivamente economicistas da sociedade capitalista e valorizando, cada vez mais, a qualidade de vida e os benefícios de caráter social.

Os estudos da economia que partem de problemas concretos como o da sustentabilidade estão procurando reconstruir a economia centrando-se nas ameaças reais que surgem, nos resultados que queremos, nos valores que os sustentam e nos mecanismos que são necessários para materializá-los (ibid.). Corroborando essa visão, vejamos o que o Relatório Brundtland de 1988, resultado do estudo coordenado por Gro Brundtland, trouxe a respeito:

“A pobreza é uma das principais causas e um dos principais efeitos dos problemas ambientais no mundo. Portanto, é inútil tentar abordar esses problemas sem uma perspectiva mais ampla, que englobe os fatores subjacentes à pobreza mundial e à desigualdade internacional (...) A ecologia e a economia estão cada vez mais entrelaçadas – em âmbito local, regional, nacional e mundial – numa rede inteiriça de causas e efeitos”. (CNUMAD, 1988)

Neste panorama de contradições, temos o modelo de empresa como elemento de um contexto econômico, social e político. Por um lado, a empresa apóia-se em estruturas, instituições, legislação e, por outro lado, no contexto histórico, científico-tecnológico, econômico, cultural, que explica por que o meio está mudando cada vez mais rápido.

Assim como as demais instituições sociais, a empresa exerce poder sobre a sociedade. A empresa capitalista é uma causa importante dos problemas contemporâneos, na medida em que os homens tiveram que consentir em viver em um estado de simbiose sem precedentes com a empresa, que acabou por exercer forte influência na sociedade. A ação da empresa sobre os seus membros modifica os membros, o meio e suas relações com ele, ou seja, não se limita a relações de trabalho ou econômicas. Atualmente, já se entende que os resultados da empresa não resultam apenas da reunião de parceiros associados, mas também da qualidade destes e da natureza de suas relações.

Mas, a sociedade também está exercendo a sua influência sobre a empresa. A dinâmica da empresa não pode desprezar as inter-relações entre as forças do meio (local, regional, nacional e internacional) e as reações da própria empresa. Toda e qualquer organização faz parte de um meio (cultura, sistema econômico, legislação, necessidades locais, recursos locais, desenvolvimento tecnológico etc) que condiciona sua forma, seu processo de tomada de decisões e a maneira como utiliza recursos em seus processos. Para reagir corretamente em face de determinadas situações, uma empresa deve manifestar conscientização da sua responsabilidade em

relação ao meio em que está inserida, considerando que este meio faz parte do ecossistema maior.

Na medida em que o ambiente não revela inteiramente alternativas disponíveis de sobrevivência, ou a empresa não tem capacidade para reunir e processar informações, ou para prever as conseqüências de alternativas, ela precisa criar processos para procurar, aprender e decidir, ou seja, administrar em situações de grande complexidade. O espírito criativo e de inovação é fundamental neste momento. É importante perceber também as relações da organização com outras organizações: governo, bancos, consumidores, comunidades e concorrentes para entender a relação da empresa com o ambiente externo e desenvolver novos sistemas de empresas em redes, facilitando, assim, uma nova forma de desenvolvimento.

A empresa, situada no centro do sistema produtivo e social, não pode colocar-se à margem de uma discussão em profundidade dos novos objetivos da sociedade vigente, que necessita de uma nova forma de pensar a economia. Em plena década de 1920, Mary Parker Follet (Graham, 1997) visualizava a empresa como um serviço para a sociedade, em um momento em que a empresa era vista apenas como instituição econômica. Follet apresenta uma visão integral e interdisciplinar dos problemas, que caracterizam as necessidades da gestão contemporânea: todas as empresas devem ser orientadas para e pelo social, ou seja, o gerenciamento em qualquer organização tem a função de tornar a sociedade mais justa.

Dowbor (op.cit.), referenciando Bertrand Russell, afirma: “*a economia precisa ser democratizada*” (ibid., p. 8). O foco da nova ciência econômica deveria estar na realidade, com toda a sua riqueza e complexidade, vista sobre o pano de fundo de valores básicos de justiça social, viabilidade econômica e, sobretudo, das obras mais recentes de sustentabilidade ambiental e riqueza cultural. Essa visão depende da construção de sistemas mais realistas de avaliação do progresso econômico e social, que vêm para corrigir uma deficiência estrutural da ciência econômica. Apesar de não ser fácil medir qualidade de vida, já se avançou muito neste sentido, indo-se além dos Indicadores de Desenvolvimento Humano (IDH). Jean Gadrey e Florence Jany-Catrice (2006) apresentam uma sistematização bem organizada de novos indicadores de riqueza, diferenciando:

- contabilização da produção (*outputs*), dos resultados efetivos em termos de valores sociais (*outcomes*);
- indicadores econômicos, sociais e ambientais;
- indicadores objetivos (taxa de mortalidade infantil, por exemplo) e subjetivos (satisfação obtida); e
- resultados monetários e não-monetários.

Outras metodologias surgiram, como: Índice de Bem-estar Econômico de Osberg e Sharpe, Índice de Bem-estar Econômico Sustentável (IBED), Indicador de Progresso Real (IPV), Indicador de Poupança Real (*genuine savings*) do Banco Mundial, metodologia adotada pelo *Calvert-Henderson Quality of Life Indicators: a new tool for assessing national trends* (um autêntico balanço das contas nacionais, aplicado nos Estados Unidos, que, em vez de ficar na soma do produto monetário, distribui as contas em doze áreas, incluindo renda, direitos humanos, segurança pública, qualidade do meio ambiente etc.) O Banco Mundial está começando a influenciar contas nacionais em numerosos países. Exemplificando o resultado da aplicação de índices de qualidade de vida no Brasil, Dowbor (op. cit.) menciona que na região de Cascavel (Paraná), a inovação não exigiu grandes cálculos econométricos, mas significou uma mudança política importante. Em experiências como a de Cascavel, a informação é organizada para a população e os dados levantados são os que mais interessam para a qualidade de vida da população (Dowbor, 2004). Hoje em dia, o Movimento Nossa São Paulo cria um objetivo com 130 indicadores de qualidade de vida.

A economia de colaboração, em contraposição à economia da competição, cresce em importância e necessidade, na medida em que as atividades das organizações de modo geral e as de empresas estão se tornando cada vez mais complexas e interativas, em ambientes que operam com tecnologia intelectual gerando capital intelectual e capital social.

Dowbor (ibid.) comenta sobre quatro dinâmicas que estão relacionadas à economia de colaboração:

Economia do conhecimento: conforme comentado no item 1.1, o principal fator de produtividade na sociedade do conhecimento é o conhecimento, o conhecimento compartilhado multiplica-se e favorece uma gestão mais democrática;

Conectividade: por meio da conectividade, estão surgindo ambientes colaborativos abertos, dos quais podem participar todos os setores da sociedade, surgindo parcerias entre empresas, universidades, governo, organizações não-governamentais;

Urbanização: cada cidade com o seu entorno passa a constituir uma unidade de acumulação econômica que será mais ou menos produtiva, como sistema, segundo consiga ou não se organizar em um espaço colaborativo e coerente dentro do seu território e na região onde está situada;

Políticas sociais: deslocamento das atividades econômicas, cada vez mais centradas em políticas sociais, como: saúde, educação, cultura, informação, lazer e outras.

Essas quatro macrotendências geraram condições profundamente renovadas no conjunto do processo de reprodução social (Dowbor, 2003) e possibilitam que a população tenha uma vida de melhor qualidade, trabalhando de maneira mais inteligente e útil, o que constitui hoje bom senso econômico em termos de resultados para o conjunto da sociedade. Segundo Dowbor (2004, op. cit.), o paradigma da colaboração atua principalmente nas organizações não-governamentais que englobam um conjunto de comportamentos que não se definem pelos paradigmas tradicionais da busca do lucro ou da autoridade estatal. A sociedade civil organizada passa a exigir que o Estado preste contas do destino dos recursos e cria um ambiente onde as empresas privadas se vêem obrigadas a respeitar os interesses sociais e ambientais da região onde atuam, gerando riqueza para a região. Nesse sentido, as organizações da sociedade civil são cada vez mais indispensáveis. É esse o caso do projeto Movimento Nossa São Paulo.

Na abordagem de Amartya Sen sobre desenvolvimento com liberdade, falar em economia social significa que é cada vez mais essencial

“... favorecer a criação de condições nas quais as pessoas tenham oportunidades reais de julgar o tipo de vida que gostariam de levar. Fatores econômicos e sociais como educação básica, serviços elementares de saúde e emprego seguro são importantes não apenas por si mesmos, como pelo papel que podem desempenhar ao dar às pessoas a oportunidade de enfrentar o mundo com coragem e liberdade. Essas considerações requerem uma base informacional mais ampla, concentrada particularmente na capacidade de as pessoas escolherem a vida que elas com justiça valorizam...” (Sen, 2000).

1.3 A evolução do pensamento empreendedor

O empreendedorismo, a princípio uma idéia, assim como toda e qualquer criação humana, é praticado segundo a cultura de uma época e lugar, a capacidade de percepção, a mentalidade de um povo e de seus dirigentes, o grau de desenvolvimento econômico e social, interesses e necessidades individuais e coletivas etc. Em suma, o empreendedorismo é realizado de acordo com um sentido, independente de que como ele é chamado.

Como veremos, muitas são as perspectivas para a compreensão de empreendedorismo, que vai se modificando ao longo da história, conforme vai sendo moldado no tempo, até chegar a uma concepção interdisciplinar de empreendedor social. Não pretendemos, com esta pesquisa, abranger todas as maneiras de empreendedorismo na história do mundo, pois isto exige um aprofundamento histórico e filosófico. Procuramos, sim, por pistas que conduzam para o sentido mais complexo que o termo está assumindo nos dias atuais.

A idéia de empreendedorismo pode ser abordada tendo em vista o pensamento platônico, maquiavélico, moderno, futurista, por exemplo. Ou ainda

considerando a economia e a sociologia. O empreendedorismo pensado a partir de cada uma dessas perspectivas leva a concepções mais fragmentadoras ou integradoras da prática empreendedora e depende de comportamentos, posturas, talento, aptidões, uso da razão humana, o que implica estados específicos de evolução da consciência.

Na elaboração da sua teoria sobre uma sociedade justa, Platão (2005) acredita que a educação (*paidéia*) seria o ponto de partida e principal instrumento de seleção e avaliação das aptidões de cada um. Sendo a alma humana (*psikê*) um composto de três partes: o apetite, a coragem e a razão, todos nascem com essa combinação, só que uma delas predomina sobre as demais. Se alguém deixa envolver-se apenas pelas impressões geradas pelas sensações motivadas pelo apetite, termina pertencendo às classes inferiores. Por outro lado, se manifesta um espírito corajoso e resoluto, seguramente irá fazer parte da classe dos guardiões, dos soldados, responsáveis pela segurança da coletividade e pelas guerras. Finalmente, se o indivíduo se deixa guiar pela sabedoria e pela razão, é obvio que apresenta as melhores condições para integrar-se nos setores dirigentes dessa almejada sociedade. Isto nos leva a refletir sobre a forma de empreendedorismo que poderá auxiliar o surgimento de sociedades mais justas. Na sociedade que Platão idealizou existem três classes: a classe dos artífices e comerciantes, cuja virtude é a temperança; a classe dos guerreiros, cuja virtude é a coragem e a classe dos filósofos, cuja virtude é a sabedoria. Se a classe dos filósofos governar, se a classe dos guerreiros se encarregar da defesa e a classe dos artífices e comerciantes (coletividade de trabalhadores) mantiver as duas outras classes, existirá harmonia e equilíbrio e a justiça poderá ser alcançada. Concluimos que, na sociedade ideal de Platão, a prática empreendedora requer temperança, coragem e trabalho.

Segundo Maquiavel (2007), são duas as principais vias pelas quais se adquire um principado – pelo exercício da *virtú* (coragem para fazer o que deve ser feito, o bem ou o mal) ou pelo dom da *fortuna* (honra e glória). Segundo o autor, o carisma da *virtú* é próprio daquele que se conforma à natureza de seu tempo, apreende-lhe o sentido e capacita-se a realizar praticamente a necessidade das circunstâncias, isto é, dos momentos propícios fornecidos pela *fortuna*. Entretanto, ele adverte que aqueles que se tornaram príncipes pela fortuna têm muita dificuldade para se manter no

poder. Algumas figuras maquiavélicas – Moisés, Ciro e Rômulo – criaram grandes e duradouras instituições, devido a *virtú*. Já a decadência de Cesare Borgia foi decorrente da fortuna que o abandonou. Por intermédio de uma história comparada, Maquiavel conclui que apenas por meio da *virtú* um príncipe pode vencer a instabilidade da fortuna e assim conservar seu estado. Pensando o empreendedorismo, por meio dos princípios filosóficos de Maquiavel, em uma época em que os desígnios deterministas de Deus começavam a ser questionados, empreendedor é o que se empenha na sua realização sem pensar nas conseqüências do empreendimento.

De acordo com o pensamento pragmático de William James (2002), o sentido de tudo está na utilidade, no efeito prático que qualquer ato, objeto ou proposição possa ser capaz de gerar. O pragmatismo está muito próximo do cientificismo. Uma pessoa pragmática vive pela lógica de que as idéias e atos de qualquer pessoa somente são verdadeiros se servem à solução imediata de seus problemas. A verdade é o que é útil em dado momento, sem conseqüências. Dentro desta perspectiva, o empreendedor é quem almeja uma situação confortável e não se preocupa com os princípios de certo e errado: ele está em conformidade com o dizer popular: "*Os fins justificam os meios*".

Na visão de John Dewey (2005), o instrumentalismo, que é uma releitura da visão pragmática, considera verdadeiro aquilo que mais contribui para o bem-estar da humanidade em geral, tomando como referência o mais longo prazo possível. Assim como o instrumentalismo de Dewey, o princípio de bem-estar máximo da doutrina utilitarista de John Stuart Mill (2005) parece relevante para o empreendedorismo nos dias atuais. Dewey e Mill avaliam uma ação em função de suas conseqüências. "*Agir sempre de forma a produzir a maior quantidade de bem-estar*". A questão que nós colocamos aqui é: bem-estar de quem?

Quando abordamos o empreendedorismo do ponto de vista social, percebemos que ele supera a conotação militar de coordenação dos franceses no século XVI (*entrepreneur*), o sentido de intermediação comercial nas viagens de Marco Pólo ao Extremo Oriente, de aventureiros desbravadores, a abordagem meramente econômica de gerenciamento de projetos de produção, de acordos entre governo e empreendedor para fornecimento de serviço ou produto, a idéia de risco de

Alfred Marshall, de proprietário capitalista que se interpõe entre o trabalhador e o consumidor, como em Adam Smith, e a necessária inovação tecnológica de Andrew Carnegie (Cruz, 2005).

O empreendedorismo social, simultaneamente, considera e extrapola idéias mais contemporâneas sobre empreendedorismo como replicação, auto-renovação e colaboração. O empreendedorismo replicador cria e gere negócios similares aos existentes para oferecer bens e serviços de que o mercado precisa (Cerri, 2007). Segundo Anderson (2007), o empreendedorismo auto-renovável está embutido, por exemplo, nas cinco dimensões da visão empreendedora da *Pop Star* Madonna: visão, conhecer os clientes e o mercado, melhorar competências e atacar os pontos fracos, implementação coerente e auto-renovação contínua. Como exemplo de empreendedorismo colaborativo, Deutschman (2007) menciona a *Wikipedia*, enciclopédia on-line aberta e gratuita, criada por Jimmy Wales e para quem esse serviço sustenta a cultura da maior colaboração em massa na internet.

O capitalismo moderno fundamentou-se na insana idéia de que ‘ter’ representa abundância e é fonte de toda forma de riqueza. No entanto, na definição básica de capitalismo, não existe nada que comprove esta idéia: “capitalismo é um sistema econômico em que a economia é controlada pelo setor público e privado”. No capitalismo investe-se capital para gerar mais capital e buscar interesses. A questão é: quais são os interesses? Existem os interesses individualistas, egoístas e inconseqüentes, bem como os interesses coletivos, solidários e responsáveis. Os interesses das ações empreendedoras podem estar direcionados para o objetivo de obter vantagens restritas individuais, ou vantagens para o bem-estar social. Os limites e o resultado da ação empreendedora dependem do foco de visão de todos os que estão envolvidos na ação: governo, empreendedor, sociedade civil e setores sociais.

No início do século XX, o economista Joseph Schumpeter partiu do pressuposto de que o capitalismo era a força econômica e social mais influente do século XX. Schumpeter reviu o conceito de capitalismo, empreendedorismo e inovação (McCraw, 2007). Os “insights” de Schumpeter, considerado profeta do empreendedorismo, ainda hoje ajudam a compreender como a força do capitalismo, da inovação e do empreendedorismo estão transformando o mundo. Na visão de Schumpeter, é difícil empreender sem ter por base uma visão sociológica sistêmica.

O capitalismo, para Schumpeter (1949), desenvolveu-se em razão de sempre estimular o surgimento dos empreendedores, isto é, de capitalistas ou inventores extremamente criativos - os inovadores - responsáveis por todas as ondas de prosperidade que o sistema conhecia. Eram eles os heróis da modernidade. O progresso dependia de uma vanguarda de empreendedores que quase sempre surgiam em grupos. As idéias de Schumpeter sobre ciclos econômicos e desenvolvimento econômico estão relacionadas com a teoria de sistemas dinâmicos não-lineares.

A teoria do ciclo econômico é fundamental para a ciência econômica contemporânea. A razão, segundo Schumpeter (1982), para que a economia saia de um estado de equilíbrio e entre em um processo de expansão é o surgimento de uma inovação, do ponto de vista econômico, que altere consideravelmente as condições prévias de equilíbrio. A introdução de uma inovação no sistema econômico é chamada por Schumpeter de “ato empreendedor”, que é realizado pelo empresário para a obtenção de um lucro. O lucro extraordinário é o lucro acima da média exigida pelo mercado para que haja novos investimentos e transferências de capitais entre diferentes setores.

Segundo Schumpeter (1984), toda inovação implica uma ‘destruição criadora’. O novo não nasce do velho, mas, sim, brota ao seu lado e o supera. O agente da inovação não é mais o proprietário, o capitalista, mas, alguém que vai elaborar projetos transformadores do futuro. Acontece uma ruptura entre o papel do capitalista e o do empreendedor. A destruição criadora leva ao surgimento de novos negócios sustentáveis com foco nas oportunidades e na solução dos problemas gerados pelo modelo atual de desenvolvimento.

Segundo Hazel Henderson (1996), futurista e ambientalista americana, é necessário buscar um novo modelo de desenvolvimento com novas concepções de governo, política e trabalho. Henderson critica idéias predominantes na economia de mercado que valoriza indicadores econômicos, alerta que o PIB não serve para medir riqueza e qualidade de vida, defende a contabilização dos gastos com educação e saúde como investimentos, e não como despesas, e defende o estímulo às pequenas empresas. Essas mudanças contribuem para a implementação de empreendimentos sociais mais sustentáveis e diminuição da pobreza. Um exemplo é o movimento iniciado pelo economista Muhammad Yunus (Yunus, Jolis, 2000) em Bangladesh,

um dos países mais pobres da Ásia, que está mudando o destino de milhões de pessoas no mundo inteiro. A estratégia do microcrédito implantada por Yunus foi uma iniciativa sem precedentes para atender populações desfavorecidas.

Na visão de Dowbor (2006, op. cit., p. 45-46), o resgate do potencial econômico da gestão local não envolve apenas eficiência de gestão, mas requer dar mais controle sobre a economia para as pessoas, para que elas possam resgatar o controle sobre as suas próprias vidas. *“Uma economia que passa a pertencer ao cidadão abre mais espaço para uma cidadania política real.”* (id.) Segundo Dowbor (ibid., p. 45), *“... ao associarmos desenvolvimento local com o conceito de cultura do desenvolvimento [um novo modelo de desenvolvimento] estamos apontando para uma reconciliação entre a democracia política e a democracia econômica. O possível outro mundo vai exigir também uma outra ciência econômica, que incorpore estas dimensões.”*

1.4 Inclusão social

“... diferenças de oportunidades de vida entre nacionalidades, etnias, gêneros e grupos sociais (...) podem também levar à perda de potencial humano e, portanto, à perda de oportunidades de desenvolvimento...” (Banco Mundial, 2007, p. 1-2)

O crescimento dos problemas sociais que gerou o paradigma da exclusão social vem exigindo dos atores políticos e sociais uma atitude inovadora voltada para o desenvolvimento sustentável das comunidades em geral e, sobretudo, das comunidades de baixa renda. No entanto, os temas de inclusão social, combate à desigualdade e à pobreza não condizem com o atual modelo de desenvolvimento e são tratados como temas de segundo plano. Neste contexto, em que as inovações tendem a atenuar problemas sociais, refletimos sobre a possibilidade de garantir simultaneamente um desenvolvimento econômico gerador de riqueza e de inclusão social. Referenciamos, para tanto, o Relatório sobre o Desenvolvimento Mundial 2006:

“Quando os direitos pessoais e de propriedade são aplicados apenas de forma seletiva, quando as alocações orçamentárias beneficiam principalmente os politicamente influentes e quando a distribuição de serviços públicos favorece os ricos, talentos dos grupos de renda média e baixa não são explorados. A sociedade como um todo tem, então, mais chances de ser menos eficiente e de perder oportunidades de inovação e investimento.” (Banco Mundial, 2007, p. 2)

O desenvolvimento para a inclusão social trabalha a necessidade de favorecer a construção e o intercâmbio de conhecimentos na sociedade em rede, o que, conforme mencionamos anteriormente, é crescente. Há a necessidade de conhecimento suficiente e de qualidade que permitam o diagnóstico, a concepção e a implementação de ações que possibilitem o alcance e a manutenção da qualidade de vida integral do ser humano na comunidade, fortalecimento da democracia e da cidadania, melhoria da qualidade de vida e dos índices de desenvolvimento humano.

O desenvolvimento para a inclusão social está focado na inter-relação dos atores sociais (sociedade civil, governo, empresas, sistemas de financiamento, instituições de educação e fomento) para desenvolver o coletivo, cada um contribuindo com suas competências e habilidades em busca do bem comum, da qualidade de vida dos seres humanos e do desenvolvimento planejado de uma comunidade.

No entanto, alguns cuidados devem ser tomados, pois as ações devem ser coordenadas e gerenciadas pela própria comunidade, pois é ela quem melhor pode administrar recursos, motivar pessoas e gerenciar o conhecimento para monitorar melhor as ações em busca de um desenvolvimento sustentável. Segundo o Relatório do Banco Mundial (ibid., p. 19), *“... Ao assegurar que instituições reforcem direitos pessoais, políticos e de propriedade para todos, incluindo os atualmente excluídos, os países poderão contar com um número maior de investidores e inovadores e ser muito mais eficazes na prestação de serviços para todos os cidadãos.”*

O potencial de criação e inovação dos indivíduos deve ser estimulado e direcionado para o desenvolvimento de novas técnicas de gestão, para um novo modelo de desenvolvimento, com mais ênfase na inclusão social, melhor distribuição da renda com princípios de sustentabilidade ambiental. Tais mudanças estão alinhadas a um conjunto de mecanismos facilitadores do desenvolvimento como: governo, educação e microcrédito. Essas mudanças implicam gestão social.

Segundo Fischer (2003), a gestão é uma permanente construção de sentidos e significados que deve ser uma expressão qualificada da criatividade humana, utilizando instrumentos de ação pública adequados. A gestão social é o

“... ato relacional capaz de dirigir e regular processos por meio da mobilização ampla de atores na tomada de decisão (agir comunicativo) que resulte em parcerias intra e interorganizacionais, valorizando as estruturas descentralizadas e participativas, tendo como norte o equilíbrio entre a racionalidade em relação a fins e em relação a valores, alcançar enfim um bem coletivamente planejado, viável e sustentável a médio e longo prazo. O que se exige do gestor, então é que ele tenha visão de conjunto, ajude na transformação sócio-cultural, mas também simbólico-valorativa, e que se mantenha vigilante ante os mecanismos de auto-regulação” (ibid.)

A tarefa do governo é garantir os direitos fundamentais à população: definição de uma base legal, manutenção da estabilidade econômica, investimento em serviços básicos e infra-estrutura, amparo aos vulneráveis, proteção ao meio-ambiente (Dupas, 1999). O Estado contemporâneo, para garantir o crescimento econômico auto-sustentado, precisa assumir novos papéis, atuando como facilitador e regulador e não mais como provedor (Banco Mundial, 1997).

Ao estabelecer a relação do governo com a inclusão social, percebemos que

“... um novo ciclo de desenvolvimento auto-sustentado e politicamente suportado exigirá uma profunda reflexão sobre a natureza das novas relações entre o Estado, a sociedade civil e o setor privado, bem como a disposição dessas sociedades em eleger prioridades que poderão, por vezes, entrar em conflito com o primado absoluto que se tende a atribuir ao mercado.” (Dupas, op. cit., p. 87)

Segundo A. Giddens (1996), os diferentes tipos de *welfare state* não conseguiram resolver o problema da pobreza. A única forma de combater a pobreza seria por meio de providência positiva, baseada nos interesses comuns da política de vida e da política gerativa. Vejamos a seguir o que isto significa:

Providência positiva: enfatiza medidas de política de vida direcionadas à ligação da autonomia com as responsabilidades pessoais e coletivas.

Política de vida: no passado, a maneira pela qual a coletividade deveria viver era determinada pela natureza ou pela tradição, porém, atualmente está sujeita a decisões humanas.

Política gerativa: busca permitir aos indivíduos e aos grupos fazerem as coisas acontecer e não simplesmente esperar que elas aconteçam; opera fornecendo condições materiais e estruturas organizacionais para as decisões de políticas de vida tomadas por indivíduos e grupos na ordem social mais ampla.

Para Giddens (ibid.), o Estado deveria impulsionar a manutenção ou criação de redes de interação social para dar condições de mobilização do desenvolvimento psíquico e apoio de grupos de diversos tipos. Uma vez que não existe esperança de maior igualdade social, o Estado deveria preocupar-se em facilitar a busca da felicidade de seus cidadãos e não só o seu nível de prosperidade material. As tarefas

da vida deveriam envolver prazer no emprego de capacidades e habilidades que a pobreza debilita.

Governo, educação e microcrédito podem impulsionar o que é chamado de empreendimento solidário, na forma de cooperativa, empresa de auto-gestão, rede e outras formas de associação para produção e/ou aquisição de produtos e serviços. Para L. Razeto (1998), a solidariedade deve operar nas diversas fases do processo econômico, ou seja, na produção, distribuição e consumo. A este processo o autor chamou de economia de solidariedade. A intenção não é sobreviver dentro do sistema ou arranjar ocupação para os que já não têm lugar em uma economia automatizada, mas gerar novas relações produtivas que abarquem os excluídos do sistema.

A economia de solidariedade vai de encontro ao que José L. Coraggio (2000) chamou de economia popular, que se dirige para a satisfação de necessidades (materiais, de sociabilidade, culturais e simbólicas), tendo por base as unidades domésticas e a necessária construção de um projeto que vise à acumulação do capital humano, à reprodução ampliada da vida, não apenas dos membros de uma unidade doméstica em particular, mas de todos.

Paul Singer (2000) visualiza uma economia cujo referencial é o trabalho solidário. O autor focaliza cooperativas e empresas de autogestão apontando para o que seria um modo de produção cooperativo, que convive e pode conviver com o modo de produção capitalista. Levanta, como referência no Brasil, o Fórum de Economia Solidária, em São Paulo, e as Incubadoras de Cooperativas do Rio de Janeiro, Ceará e Fortaleza.

Segundo Armando M. Lisboa (1999), o desafio da economia solidária é a possibilidade de construção de uma nova sociedade, no longo prazo, porém, no aqui e agora. A solidariedade na economia é base para um desenvolvimento que, partindo do local, requer a construção e fortalecimento de empreendimentos em escalas diferenciadas, do micro ao macro, do local ao global.

No entanto, muitos são os problemas no cotidiano das organizações, tais como: carência de capital de giro; acesso ao crédito; *design*; controle de qualidade; comercialização e tecnologia; e ambigüidade da propriedade dos meios de produção; além dos problemas decorrentes de barreiras legais, da carência de entidades de

apoio e de padrões gerenciais adequados. A precária rede de articulação das diferentes experiências dificulta o intercâmbio das experiências e o amadurecimento pela reflexão comum dos êxitos e dificuldades, levando a um acentuado ritmo de natalidade-mortalidade das atividades (ibid.). Instituições como o SEBRAE, por exemplo, são cada vez mais importantes na medida em que atuam como um mecanismo que possibilita troca de experiências entre micro e pequenos empresários, servindo de elemento catalisador para o surgimento de pequenos empreendimentos financiados pelo microcrédito.

Yunus (Yunus, Jolis, 2000) apresentou uma série de novos desafios para combater a pobreza mundial e deixou claro que, acima de tudo, ninguém deve ficar de fora do sistema financeiro. Segundo Yunus, uma segunda etapa do mundo do microcrédito exige maior concentração nos mais pobres, porque a pobreza ameaça a paz mundial. Segundo Yunus, cada país em desenvolvimento deverá se comprometer para que metade de sua população que vive em condição de pobreza tenha acesso ao microcrédito.

“Já afirmei muitas vezes que o dinheiro gasto em infindáveis burocracias seria muito mais bem aproveitado se fosse dado como crédito às pessoas mais necessitadas de nosso país. Por exemplo, pôr nas mãos dos 10 milhões de famílias mais pobres de Bangladesh, como crédito, a soma de 100 dólares exigiria 1 bilhão de dólares à vista. As famílias beneficiárias poderiam investir esse dinheiro em empreendimentos que aumentariam sua renda. Se 90% desse dinheiro fosse recuperado, teríamos criado um fundo rotatório de 900 milhões de dólares, a ser reciclado como empréstimo sucessivas vezes.” (ibid. p. 32)

Em 2005, Ano Internacional do Microcrédito, chamou-se atenção para a importância da microfinança como elemento fundamental para a execução dos propósitos expressos pela ONU na Declaração do Milênio e nas Metas de Desenvolvimento do Milênio, no início deste século. As microfinanças foram

consideradas mais do que um mero instrumento gerador de rendimentos: ferramenta fundamental para apoiar o desenvolvimento dos mais pobres no mundo do trabalho, em especial as mulheres.

Mário Prestes Monzoni Neto (2006) destaca os impactos positivos dos programas de microfinanças: fortalecimento das mulheres, melhoria da renda dos menos privilegiados, alívio da pobreza mediante a criação de emprego e renda, participação e liderança das ONGs na intermediação dos recursos e uso de mecanismos regidos pelas forças do mercado.

Segundo Joseph Stiglitz (Braun, 2007), o acesso ao crédito pelas pequenas e médias empresas é um problema no mundo todo, inclusive nos Estados Unidos, onde há um órgão governamental que facilita o crédito para as pequenas empresas e um banco de importações e exportações que financia os exportadores. O acesso à tecnologia “internet” facilitou o contato das pequenas e médias empresas com fornecedores em qualquer parte do mundo, possibilitando a sua competição no mercado mundial. Stiglitz (id.) também enfatiza a importância das ações cooperativas.

Muitos programas de micro-finanças têm sido implementados com sucesso em países como Índia, Bangladesh, Mongólia, Bolívia, Nicarágua e México. Esses programas auxiliam clientes antes excluídos dos sistemas financeiros formais. A grande maioria dos casos de sucesso é de empréstimos para financiamento de atividades produtivas, em geral em zonas rurais, para populações em extrema pobreza e, principalmente, para mulheres. A experiência brasileira, diferentemente, tem um caráter primordialmente urbano e atende a público de pobreza moderada, sem viés de gênero.

O microcrédito é uma atividade do setor de microfinanças que tem importante papel junto às políticas públicas de redução da miséria e geração de renda. Segundo Nichter (2002), microcrédito é a concessão de empréstimos de relativamente pequeno valor, para atividade produtiva, no contexto das micro-finanças.

Para Francisco Marcelo Barone et al (2002),

“... microcrédito é a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e

microempresas sem acesso formal ao sistema financeiro tradicional, principalmente por não terem como oferecer garantias reais. É um crédito destinado à produção (capital de giro e investimento) e é concedido com o uso de metodologia específica”.

No Brasil, freqüentemente o conceito de microcrédito é confundido com o conceito de crédito popular. Essa confusão deve-se ao fato de que bancos públicos federais de grande porte, principalmente o Banco Popular, do Banco do Brasil, classificam créditos de pequena monta voltados teoricamente à população de baixa renda como microcrédito. No entanto, esses produtos não têm metodologias adequadas que garantam que os recursos sejam usados para fins produtivos.

O microcrédito produtivo orientado é o crédito concedido para o atendimento de necessidades financeiras de pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte, utilizando metodologia baseada no relacionamento direto com os empreendedores no local onde é executada a atividade econômica (Monzoni Neto, op. cit.).

Segundo dados compilados por Monzoni Neto (ibid.), o Brasil é o país na América Latina em que o microcrédito tem a menor penetração, sendo que apenas 2% de clientes potenciais são atendidos. Esta situação, porém, pode mudar por meio da desburocratização e de maior participação de órgãos facilitadores como o “Poupa Tempo” em São Paulo, que agiliza a emissão de documentos, e o “Banco do Povo” que disponibiliza crédito em agências lotéricas e supermercados.

O Kiva (palavra que significa "ação conjunta" no idioma suaíli, falado em nações africanas como Quênia e Tanzânia), por exemplo, é o primeiro site de relacionamentos para crédito de pequenos negócios (www.kiva.org). Foi criado em 2005 por um casal de americanos, após uma pesquisa sobre o impacto de doações para abrir ou ampliar pequenos negócios na África. O Kiva possibilita que empreendedores de baixa renda encontrem pessoas ao redor do mundo que estejam dispostas a ajudá-los on-line, sem intermediários. Diferente de uma instituição bancária repleta de restrições, a grande vantagem do Kiva sobre as instituições de

microcrédito tradicionais é ter uma rede ampla que multiplica as chances de os pequenos empresários conseguirem empréstimo financeiro.

Em suma, desenvolvimento com inclusão social implica um sistema que esteja voltado para a descoberta de talentos, o acesso à educação, à capacitação técnica e à organização das microfinanças para apoiar a população de baixa renda em seus empreendimentos.

II – EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

Bo (2005) conta sua trajetória como um dos mais jovens milionários da história que, aos 27 anos, tornou-se um multimilionário da internet:

“A sorte bate à porta dos empreendedores que criam empresas essencialmente inovadoras, moralmente convincentes e filosoficamente positivas. Quando pessoas talentosas e inspiradas são atraídas para uma empresa essencialmente inovadora, moralmente convincentes e filosoficamente positivas, elas dão o máximo de si. E quando pessoas talentosas e inspiradas dão o máximo de si, o resultado é a serendipidade – faculdade de fazer descobertas oportunas por acaso, produzir muitas coisas inesperadas numa empresa. Os bons empreendedores não têm, por si sós, sorte ou talento. Eles são talentosos o suficiente para perceber quando estão tendo sorte. É uma diferença sutil, mas muito importante. Você nasce empreendedor, não se torna empreendedor. Você é um empreendedor. Aqueles que decidem ser empreendedores estão tomando a primeira de muitas decisões profissionais erradas”.

Bo (ibid., p. 17) apresenta um teste simples, transcrito a seguir, que ajuda a avaliar a capacidade empreendedora nas pessoas.

Quando você olha para uma nuvem, qual das seguintes informações descreve melhor o que você pensa?

A – Puxa, aquela nuvem daria um quadro e tanto.

B – Deixa-me ver: como eu descreveria aquela nuvem para outra pessoa?

C – Que pergunta idiota! Eu nunca olho para as nuvens.

D – Bom, talvez eu pudesse fabricar um produto químico inofensivo ao meio ambiente.

E – Puxa, eu queria saber como as nuvens se formam.

Se sua resposta for A, boa sorte em sua carreira como pintor ou *designer* gráfico, arquiteto, decorador ou maquiador. Se você escolheu B, boa sorte como escritor ou professor – estamos precisando de mais gente como você, mas não como você abrindo empresas. Se você respondeu C, boa sorte em seu treinamento básico, você não tem tempo para ficar olhando para as nuvens. Se escolheu D, provavelmente é um empreendedor. Se a resposta foi E, ainda há esperanças em ser um empreendedor, pode não ter o espírito empreendedor, mas provavelmente tem jeito para administrar um negócio; mas não abra um negócio, provavelmente não vai dar certo, não porque não tenha talento, mas porque é talentoso demais.

Apesar de a conceituação de empreendedorismo ser uma tarefa complexa, devido à amplitude de enfoques dados pelos autores que estudam o tema, de modo geral, a partir do teste apresentado acima, deduz-se que o empreendedor apresenta características próprias de percepção, comportamento e atuação. O item a seguir explora teorias e conceitos sobre o empreendedorismo para um melhor entendimento do papel do empreendedor.

2.1 Conceitos de empreendedorismo

Segundo McClelland (1971), existe uma correlação positiva entre a necessidade de realização e a atividade empresarial. Há uma forte sugestão de que os homens com elevados motivos de realização encontrarão um caminho para a realização econômica, sempre que a estrutura social e as oportunidades lhes facultarem variações suficientemente amplas, ou seja, essencialmente, e em termos médios, as pessoas obtêm, de algum modo, aquilo que querem.

Hisrich e Peters (1996) apresentam o empreendedorismo como um processo dinâmico de criar riqueza, através de indivíduos que assumem riscos em termos de patrimônio, tempo e comprometimento com a carreira e, ainda, que provêm valor ao produto. O produto pode ser novo ou não. Um processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes, e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Schumpeter (1949) apresenta o empreendedor como aquele que quebra a ordem corrente e inova, criando mercado com uma oportunidade identificada. O

empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas oportunidades melhoram quando seu conhecimento aumenta.

Hisrich e Peters (op. cit.) enfatizam quatro aspectos básicos, não importando a área ou o setor de atuação do empreendedorismo:

1. O processo de criação de algo novo e de valor, tanto para o empreendedor como para o público;
2. A dedicação de tempo e esforço necessários à consecução dos objetivos pretendidos;
3. Os riscos incorridos que, dependendo do campo da atuação, podem ser financeiros, psicológicos ou sociais; e
4. A recompensa de ser empreendedor. Essas recompensas relacionam-se com a independência, seguida de satisfação pessoal. Para os que buscam lucro, a recompensa econômica também é considerada. Para alguns, o dinheiro torna-se um indicador de sucesso.

Segundo Moore (1986), quando o talento empreendedor é somado à tecnologia, ao acesso ao capital, ao conhecimento e à habilidade de administrar, a empresa cresce. Moore acredita que são influenciadores do processo empreendedor:

1. Os fatores pessoais, com a realização pessoal, o fato de assumir riscos, seus valores, sua educação e suas experiências;
2. Os fatores sociológicos, ou seja, a rede de contatos, equipes, influência da família, modelos de sucesso; e
3. Os fatores organizacionais: equipe, estratégia, cultura, produtos e ambientes, oportunidades, criatividade, competição, recursos, incubadoras, políticas públicas, fornecedores, investidores.

O talento pode ser redirecionado para a criação de empresas com um enfoque mais social e coletivo, capaz de gerar riqueza não somente para uma única pessoa - o empreendedor - mas também para toda a comunidade ao redor, com a preocupação de inclusão social, melhor distribuição de renda, sustentabilidade, com impactos ambientais e de qualidade de vida.

Cada fase do processo de criação de uma empresa tem seus desafios e aprendizados. É aí que entra o estilo de gestão empreendedora na prática, que deve reconhecer suas limitações e saber, antes de qualquer coisa, onde um modelo construtivo de aprendizagem deve atuar. O grande segredo de um bom empreendedor é liderar, motivar e comprometer pessoas em busca do novo, de inovação para atingir e aproveitar uma oportunidade de negócio. O empreendedor possui uma visão privilegiada, capaz de identificar novas oportunidades de negócio, reinventar produtos e processos, transformar negócios, culturas e metodologias.

Filion (1993) propõe que a visão e as relações do empreendedor se constituam em elementos essenciais para a proposição de um modelo referencial, um padrão, que permita uma definição mais clara do empreendedor, diferenciando-o dos demais atores do gerenciamento empresarial. Identificou, ainda, três categorias de visão:

1. A visão emergente, que representa as idéias prévias de produtos e/ou serviços da escolha na qual irá se concentrar para o desenvolvimento da visão central.
2. A visão central, para os empreendedores visionários, que é uma continuidade das visões emergentes. A visão central não envolve somente produtos, mas também mercados e consumidores, isto é, todo o cenário:
 - ✓ A visão central exterior focaliza o lugar (mercado) que o empreendedor deseja para seus produtos;
 - ✓ A visão central interior aponta para o tipo de organização necessária para capacitá-lo a alcançar as metas.
3. A visão complementar dá origem à ação, que demanda o estabelecimento de novas relações que, por sua vez, influenciam novas decisões.

A visão empreendedora depende de alguns fatores:

“A família, sistema básico de relações de um empreendedor, certamente moldará os tipos de visão inicial que possa ter. Depois, as relações que ele estabelece, com a finalidade de desenvolver suas visões complementares, serão de

importância fundamental para o desenvolvimento de sua visão central. Por outro lado, quanto mais articulada for sua visão, tanto mais importante será o papel por ela desempenhado na escolha dos critérios para o estabelecimento de um sistema de relações.” (ibid., p.59)

O empreendedor também apresenta algumas características próprias:

“O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócio. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor (...) um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, uma imagem, projetada do futuro, do lugar que o empreendedor deseja que seu produto venha a ocupar no mercado (...) Em suma, visão refere-se aonde o empreendedor deseja conduzir seu empreendimento” (ibid., p.52)

Com o uso da visão sistêmica, passa a ser possível ampliar o foco de atuação empreendedora, medindo os impactos da organização na comunidade, e identificando os mecanismos reguladores e facilitadores de um novo ciclo de desenvolvimento.

O empreendedor é um administrador, mas com diferenças consideráveis em relação aos gerentes ou executivos de organizações tradicionais, pois os empreendedores são mais visionários que os gerentes. O processo de criação, identificação de oportunidades e inovação é empreendedorismo, diferente do processo de gestão do negócio, que é administração.

Filion (1999) comenta que “*o gerente é voltado para a organização de recursos, enquanto o empreendedor é voltado para a definição de contextos*”.

O empreendedor de sucesso leva consigo uma característica singular: o fato de conhecer como poucos o negócio em que atua, o que implica tempo e experiência. Talvez esse seja um dos motivos de falência de empresas criadas por jovens entusiasmados, mas sem o devido preparo.

Outro fator que diferencia o empreendedor de sucesso do administrador comum é o constante planejamento a partir de uma visão de futuro. Esse, talvez, seja o grande paradoxo a ser analisado, já que o ato de planejar é considerado uma das funções básicas do administrador.

O empreendedor é aquele que assume as funções, os papéis e as atividades do administrador de forma complementar, a ponto de saber utilizá-los no momento adequado para atingir seus objetivos. Nesse caso, o empreendedor estaria sendo um administrador completo, incorporando as várias abordagens existentes sem se restringir a apenas uma delas, interagindo com seu ambiente para tomar as melhores decisões.

As diferenças entre os domínios empreendedor e administrador podem ser comparadas em cinco dimensões distintas de negócio: orientação estratégica, análise de oportunidades, comprometimento dos recursos, controle de recursos e estrutura gerencial. A tabela 2.1 sintetiza as principais diferenças entre o administrador e o empreendedor.

Os empreendedores e administradores precisam andar juntos, um ajudando a identificar oportunidades e inovar para garantir a sobrevivência do negócio ao longo dos anos (empreendedor) e o outro ajudando na organização, no controle e na coordenação de atividades para administrar recursos (administrador).

Mintzberg (1982, apud Ribeiro, 1993) caracteriza os empreendedores de sucesso como visionários, indivíduos que sabem tomar decisões, fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, dedicados, trabalhadores exemplares, encontrando energia para continuar, mesmo quando encontram obstáculos pela frente, são incansáveis e loucos pelo trabalho, otimistas e apaixonados pelo que fazem, independentes, constroem o próprio destino, são líderes e formadores de equipes, são bem relacionados e ficam ricos. Ficar rico

não é seu principal objetivo: acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios. São organizados, planejam, possuem conhecimento; sedentos pelo saber, aprendem continuamente, pois sabem que quanto maior o domínio sobre um ramo de negócio, maior é sua oportunidade de êxito. Esse conhecimento pode vir da experiência prática, de informações obtidas em publicações especializadas, em cursos, ou mesmo de conselhos de pessoas que montaram empreendimentos semelhantes.

Tabela 2.1 – Diferenças entre administrador e empreendedor

TEMAS	ADMINISTRADOR	EMPREENDEDOR
Motivação Pessoal	Promoção e outras recompensas tradicionais da corporação, como secretária, status, poder etc.	Independência, oportunidade para criar algo novo, ganhar dinheiro.
Referência de tempo	Curto prazo, gerenciando orçamentos semanais, mensais, com horizonte de planejamento anual.	Sobreviver e atingir cinco a dez anos de crescimento do negócio.
Atividade	Delega e supervisiona.	Envolve-se diretamente.
Status	Preocupa-se com “status” e como é visto na empresa.	Não se preocupa.
Como vê o risco	Com cautela.	Assume riscos calculados.
Falhas e erros	Tenta evitar erros e surpresas.	Aprende com erros e falhas.
Decisões	Geralmente concorda com superiores.	Segue seus sonhos para tomar decisões.
A quem serve	Aos outros (superiores).	A si próprio e seus clientes.
Histórico Familiar	Membros da família trabalharam em grandes empresas.	Membros da família possuem pequenas empresas ou já criaram algum negócio
Relacionamento com outras pessoas	A hierarquia é a base de relacionamento.	As transações e acordos são a base do relacionamento.

Fonte: Adaptado de Hisrich, 1986.

A visão do empreendedor, como um agente individualista (ibid.), precisa ser renovada com a capacidade de perceber oportunidades de negócios, reinventar

produtos e processos, seguindo os princípios de inclusão social. Esta é a visão do empreendedorismo explorada nos próximos itens.

2.2 Tipos de empreendedorismo

A pesquisa realizada identificou três campos de ação do empreendedor: empreendedorismo corporativo, empreendedorismo social e empreendedorismo educacional.

O Empreendedor Corporativo (*Intrapreneur*) utiliza habilidades para se destacar e desenvolver organizações privadas. O intra-empendedorismo não tem sido objeto de teorização no mesmo nível de profundidade que outras teorias organizacionais, pois, qualitativamente, parece não haver distinção entre o comportamento manifestado do empreendedor e o do intra-empendedor.

“A atividade empreendedora não se restringe ao proprietário de empresas ou ao capitalista, mas a todos que realizam novas combinações de recursos do ambiente econômico, distinguindo-os dos dirigentes de empresas, que têm como objetivo operar um negócio estabelecido e manter o fluxo circular da economia operante”. (Schumpeter, 1984, p.55)

O Empreendedor Corporativo é, portanto, um administrador, mas com diferenças consideráveis em relação aos gerentes ou executivos de organizações tradicionais, pois os empreendedores são mais visionários que os gerentes.

Para que o empreendedor possa utilizar suas competências, é necessária uma forte estrutura organizacional, descentralizada, que permita ao intra-empendedor desenvolver suas habilidades. Chamamos de “empreendedor de mercado”, ou capitalista, a atuação voltada ao crescimento de organizações com foco na competitividade e maximização do lucro. A capacidade de inovação do empreendedor, aliada à pesquisa e ao desenvolvimento de novas tecnologias, pode garantir o sucesso de um empreendimento.

O Empreendedor Social utiliza habilidades para ajudar no desenvolvimento de comunidades. Na sociedade atual, predominam os interesses econômicos e individuais em detrimento dos interesses sociais e coletivos. Entretanto, quando se fala de espaço local, espera-se que os fatores ambientais sejam os motivadores fundamentais, uma vez que os interesses mais amplos da comunidade devem ser os pilares sustentadores e motivadores desse processo.

O empreendedorismo social apresenta um novo olhar sobre o empreendedorismo. O empreendedor social busca utilizar suas habilidades em benefício da sociedade, criando um ambiente saudável.

Dolabela (1999) conceitua o empreendedor como aquele que sonha e busca transformar o sonho em realidade. Utilizando este conceito, pode-se dizer que o empreendedor social é aquele que se envolve com a comunidade e, juntamente com ela, sonha com melhorias locais e ajuda os atores da comunidade a buscarem a realização desse sonho.

Alguns aspectos são fundamentais para se atingir o desenvolvimento local sustentável: o indivíduo – seus aspectos psicológicos, sua cultura e suas capacidades, bem como suas atitudes e ações; a comunidade – a cultura local, seus potenciais e seus talentos em busca de oportunidades para geração de emprego e renda. É também necessário avaliar os impactos: individuais – desenvolvimento e qualidade de vida; comunitários – capacidade para gerar novos negócios e aumento da qualidade dos produtos e serviços para gerar emprego e renda.

Existe uma tênue diferença entre os empreendedores sociais e os empreendedores privados, especialmente nos seus objetivos e formas de atuação.

“O empreendedorismo privado é de natureza individual, centrado na produção de bens e serviços para o mercado. Seu foco é o mercado, onde busca o lucro e satisfaz as necessidades de seus clientes. O empreendedor social é coletivo, pois envolve todos os membros da comunidade num esforço comum de participação, integração e desenvolvimento. Produz bens e serviços para a comunidade de modo que esta possa solucionar demandas e carências

sociais. Seu foco é a busca de soluções para os problemas sociais mediante a ideação e teste de novos modelos adequados de atenção às necessidades da comunidade. Sua medida de desempenho é o impacto social de suas atuações.” (Melo Neto e Froes, 2002, p.11 - 12)

Melo Neto e Froes (ibid.) afirmam que o empreendedorismo social é um paradigma emergente de um novo modelo de desenvolvimento: um desenvolvimento humano, social e sustentável. Muda-se o foco do negócio existente nas empresas, sobretudo nas grandes transnacionais e nas grandes instituições financeiras, o seu principal êxito de atuação, para o negócio do social, que tem o seu principal foco na sociedade civil e na parceria envolvendo a comunidade, o governo e o setor privado.

Ainda segundo Melo Neto e Froes (ibid.), uma comunidade sustentável pode ser viabilizada através do fomento de ações empreendedoras de cunho social e de novas estratégias de inserção social e de sustentabilidade. Uma comunidade mais forte é terreno fértil para a criação, o gerenciamento e desenvolvimento de empreendimentos. Portanto, ações de empoderamento proporcionam uma base econômica capaz de assegurar o surgimento de novos empreendimentos, bem como sua sustentabilidade.

Segundo Bill Drayton, fundador da Ashoka: *“Empreendedores sociais não se contentam só em dar o peixe, ou ensinar como pescar. Eles não vão descansar até que tenham revolucionado a indústria pesqueira.”* Dados da Ashoka mostram que existem, hoje, cerca de vinte e sete mil organizações lideradas por empreendedores sociais com alcance internacional.

Os empreendedores sociais são cidadãos que oferecem serviços e provocam mudanças na forma como as pessoas vivem. Além disso, a produtividade do que se chama de setor cidadão está aumentando e a oferta de empregos cresce três vezes mais que no resto da economia. Isso está acontecendo no mundo todo. Em Bangladesh, o número de funcionários do BRAC, a maior ONG do país, voltada para a redução da pobreza, é quatro vezes superior ao do maior empregador empresarial. Na Alemanha, o setor cidadão empregava, em 2000, o dobro de pessoas do setor público e o triplo do setor privado.

Os empreendedores sociais estão acostumados a trabalhar com estruturas de custos muito simples. Além disso, têm acesso a parcelas da população para as quais as empresas estão despertando agora, como a base da pirâmide de renda.

A atuação do empreendedor social está muito ligada a organizações sem fins lucrativos, mas também pode estar relacionada a empresas preocupadas com o desenvolvimento social sustentável. A tabela 2.2 apresenta conceitos de empreendedorismo social de grandes organizações internacionais que têm influenciado a disseminação e a prática do conceito.

Tabela 2.2 – Empreendedorismo social (visão internacional)

Instituição / País	Conceito
School Social Entrepreneurship - SSE, UK - Reino Unido	O empreendedor social é alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de ganhar dinheiro. Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais, públicos, voluntários e comunitários. Empreendedores sociais nunca dizem: não pode ser feito.
Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE, Canadá	Um empreendedor social vem de qualquer setor, com as características de empresários tradicionais de visão, criatividade e determinação, e empregam e focalizam na inovação social. Indivíduos que combinam seu pragmatismo com habilidades profissionais, perspicácias.
Found Schwab -. patrocina o Prêmio Empreendedor Social, Suíça	São agentes de articulação da sociedade por meio de: proposta de criação de idéias úteis para resolver problemas sociais, combinando práticas e conhecimentos de inovação, criando assim novos procedimentos e serviços; criação de parcerias e formas/meios de auto-sustentabilidade dos projetos; transformação das comunidades graças às associações estratégicas; utilização de enfoques baseados no mercado para resolver os problemas sociais; identificação de novos mercados e oportunidades para financiar uma missão social.
The Institute Social Entrepreneurs - ISE, EUA	Empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado sem perder de vista sua missão (social) e são orientados por um propósito: empreender programas que funcionem e estejam disponíveis às pessoas (o empreendedorismo social é base nas competências de uma organização), tornando-as menos dependentes do governo e da caridade.
Ashoka, EUA	Os empreendedores sociais são indivíduos visionários, que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade. São inovadores sociais que deixarão sua marca na história.
Erwing Marion, Kauffman Foundation, EUA	Empreendimentos sem fins lucrativos representam o reconhecimento de oportunidade de cumprimento de uma missão para criar e sustentar um valor social, sem se ater exclusivamente aos recursos.

Fonte: Elaborado a partir de Oliveira, 2004.

Segundo Oliveira (2004), o empreendedor social apresenta o seguinte perfil: sabe aproveitar as oportunidades, tem competência gerencial, é pragmático e

responsável, sabe trabalhar de modo empresarial para resolver problemas sociais, tem visão clara e iniciativa, é equilibrado, participativo, sabe trabalhar em equipe, sabe negociar, pensa e age estrategicamente, é perceptivo e atento aos detalhes, é ágil, criativo, crítico, flexível, focado, habilidoso, inovador, inteligente, objetivo, visionário, tem senso de responsabilidade e de solidariedade, é sensível aos problemas sociais; persistente, consciente, competente, sabe usar forças latentes e regenerar forças pouco usadas, corre riscos calculados, integra vários atores em torno dos mesmos objetivos, sabe interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade, sabe improvisar, é líder, inconformado e indignado com a injustiça e desigualdade, determinado, engajado, comprometido e leal, ético, profissional, transparente e apaixonado pelo que faz no campo social.

Oliveira (ibid.) apresenta uma pauta para o desenvolvimento do empreendedorismo social:

- 1-Inclusão do empreendedorismo social na formação profissional universitária e no ensino médio, a exemplo do que está ocorrendo com o empreendedorismo empresarial;
- 2- Implementação e adoção do empreendedorismo social no campo da gestão social pública, nos níveis federal, estadual e municipal;
- 3- Implementação e adoção do empreendedorismo social nos Conselhos de Direito das categorias profissionais;
- 4- Criação de mais espaços de apoio, incentivo a pesquisas e disseminação dos fundamentos e das estratégias do empreendedorismo social no Brasil, como uma política nacional de estímulo à inovação e novas tecnologias sociais empreendedoras; e
- 5- Potencialização das ações das faculdades e universidades por intermédio de projetos de extensão na perspectiva do empreendedorismo social.

A quantidade de cursos de graduação e formação específica em administração de empresas vem crescendo cada vez mais e precisamos ficar atentos aos resultados alcançados no final desse processo educacional. A profissão de administrador de empresas é uma das mais procuradas por alunos que sonham em administrar grandes empresas, receber altos salários e alcançar o “status” de executivo de sucesso.

Gerenciar negócios é cada vez mais difícil. As organizações sempre procuraram superexecutivos, capazes de garantir a sobrevivência das empresas ao longo do tempo e criar a tão sonhada vantagem competitiva.

O Empreendedor Educacional utiliza habilidades para despertar a capacidade empreendedora das pessoas, por meio de programas de aprendizagem em que o fazer, o vivenciar circunstâncias profissionais desafiadoras e o avaliar da capacidade do gestor possam ser trabalhados de forma integral, multi e interdisciplinar. Em outras palavras, são necessários programas por meio dos quais os alunos possam fortalecer e aprimorar as atitudes e a maneira com que eles lidam com a pressão e as suas percepções para enfrentar seus medos e resolver problemas.

A liderança para aprender por descoberta envolve o modo de agir em busca de um objetivo, o comprometimento com o resultado e o carisma para atrair pessoas para trabalhar muito para atingir o resultado esperado. Nos pequenos negócios, é preciso aprender por descoberta e é preciso liderança para cuidar da evolução, adaptação e manutenção do processo de aprendizagem do próprio empreendedor, das pessoas e da organização. Nas grandes organizações, essa aprendizagem precisa ser realizada em um ambiente adequado e flexível e a estrutura da organização deve permitir e facilitar a mudança.

O momento atual é propício para a implementação desse modelo de aprendizagem e da capacitação empreendedora. O contexto atual é delicado: o desemprego é enorme, o nível de capacitação dos profissionais em administração deixa muito a desejar e a quantidade de postos de trabalho nas grandes organizações tende a diminuir, além do grave problema de subutilização e qualificação da mão-de-obra. O aluno necessita de condições para tomar a decisão de empreender e tentar revelar potenciais talentos, mas para isso necessita de formação adequada.

Podemos resumir em três, as principais razões para a educação empreendedora:

1. Responder ao desemprego: em uma economia movida pelas empresas e pelo Estado, nada mais natural do que formar empregados. Acontece, porém, que o mercado de trabalho se encontra esgotado e, a partir daí, seu eixo foi deslocado das grandes organizações para os pequenos negócios. Assim, a

sociedade vê a necessidade de formar empreendedores, pessoas com uma nova atitude diante do trabalho e com uma nova visão de mundo;

2. Estimular o desenvolvimento econômico: o grau de empreendedorismo de uma cidade leva ao seu desenvolvimento econômico. A atividade empreendedora faz com que trabalho e prazer caminhem juntos, e aloca recursos para os indivíduos e para a própria sociedade, atuando como fator de inovação tecnológica e crescimento econômico; e

3. Criar novos modelos de desenvolvimento social e sustentável: apenas o crescimento econômico, por si só, não é capaz de atender às expectativas da sociedade por um mundo mais justo, que garanta maior e melhor distribuição da riqueza e que se preocupe com a sustentabilidade.

Segundo Drucker (1996), o sucesso do empreendedor não é um evento econômico, mas resultado de mudanças: de valores, percepções, atitudes, educação, cultura, psicologia, cujo efeito, sim, é de ordem econômica.

2.3 Capital social e empreendedorismo social local

O empreendedorismo social deve ser estimulado e disseminado como solução viável para potencializar ações de desenvolvimento social e sustentável, com forte foco na inclusão social. Atuando localmente, junto com a comunidade, o empreendedor social pode ajudar na identificação de talentos, formação de parcerias e potencializar programas sociais em atuação no local. Agregar valor para uma comunidade é, sem dúvida, o principal papel de um empreendedor social.

Dees (1998) coloca o empreendedor social como o responsável pela mudança no setor social por adaptação de uma missão que sustenta o valor social (não apenas valor privado). Portanto, o empreendedor social tem o papel de agente de mudança no setor social por:

- Adotar a missão de gerar e manter valor social;
- Reconhecer e buscar implacavelmente novas oportunidades para servir a sua missão;
- Engajar-se num processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo;

- Agir de modo arrojado sem se limitar pelos recursos disponíveis; e,
- Exibir um elevado senso de transparência para com seus parceiros e público e pelos resultados gerados.

Melo Neto e Froes (2002) mostram que as características apresentadas pelos empreendedores sociais denotam algumas diferenças em relação aos empreendedores tradicionais. A primeira delas, a ideológica, guia-os em sua missão social. O crescimento dos problemas sociais que gerou o paradigma da exclusão social de hoje, no Brasil, vem exigindo de todos os atores políticos e sociais uma nova atitude, uma atitude de mudança, inovadora em sua natureza e essência, voltada para o desenvolvimento sustentável das comunidades em geral e, sobretudo, das comunidades de baixa renda.

No empreendedorismo social, a economia está a serviço da comunidade; o foco do empreendedor social não está no registro de marcas e patentes, mas na divulgação e multiplicação de suas idéias, razão do impacto nacional de projetos, tais como: soro caseiro, bolsa-escola, médicos de família, universidade solidária, combate à mortalidade infantil, inclusão digital, entre outros. Essas ações de empoderamento proporcionam uma base econômica capaz de assegurar o surgimento de novos empreendimentos, bem como sua sustentabilidade e o sucesso dos programas sociais.

O papel do empreendedor social deve ser o de catalisar os dois níveis de desenvolvimento: humano e comunitário, em busca do desenvolvimento alinhado com os pressupostos de sustentabilidade. Para as empresas privadas, uma forma de financiar o seu crescimento é o lucro; e para as do terceiro setor, é a obtenção de superávits, porém, ambas existem para atender às necessidades da sociedade. As atividades desenvolvidas pelos empreendedores sociais, por sua própria natureza, estão concentradas no setor de prestação de serviços.

Melo Neto e Froes (ibid.) apresentam a base social que garante a solidariedade, que viabiliza o surgimento de empreendimentos cooperativos em um processo de transformação da sociedade e que se caracteriza pela presença dos seguintes elementos:

- 1- Aumento do nível de conhecimento da comunidade local com relação aos recursos existentes, capacidade e competências disponíveis em seu meio;
- 2- Maior consciência da comunidade com relação ao seu próprio desenvolvimento;
- 3- Mudança de valores das pessoas que são sensibilizadas, encorajadas e fortalecidas em sua auto-estima;
- 4- Participação dos membros da comunidade em ações empreendedoras locais;
- 5- Sentimento de conexão das pessoas com sua cidade, terra e cultura;
- 6- Estímulo ao surgimento de novas idéias que incluem alternativas sustentáveis para o desenvolvimento;
- 7- Transformação da população em proprietária e operadora dos empreendimentos sociais locais;
- 8- Inclusão social da comunidade; e
- 9- Melhoria da qualidade de vida dos habitantes.

A Tecnologia Social, em particular, visa à solução de demandas sociais concretas, vividas e identificadas pela população, e formas democráticas de tomada de decisão, a partir de estratégias especialmente dirigidas à mobilização e à participação da população; envolve participação, apropriação e aprendizagem por parte da população e de outros atores envolvidos; planejamento, aplicação ou sistematização de conhecimento de forma organizada; produção de novos conhecimentos a partir da prática; visa à sustentabilidade econômica, social e ambiental; gera aprendizagens que servem de referências para novas experiências. Gera, permanentemente, condições favoráveis que dão origem às soluções, de forma a aperfeiçoá-las e multiplicá-las.

Putnam (1993), fundamentado na lógica da ação coletiva e no conceito de capital social, explica a experiência italiana a partir da noção de comunidade cívica que se caracteriza: *“por cidadãos atuantes e imbuídos de espírito público, por relações políticas igualitárias, por uma estrutura social firmada na confiança e na colaboração.”* As regiões italianas dotadas de maior taxa de civismo são também

aquelas onde nasceu, originariamente, o maior número de distritos industriais. O capital social de uma comunidade é caracterizado, mais especificamente, pelo fato de se constituir um bem público que facilita a cooperação espontânea, multiplicando-se em diferentes formas e manifestações como as ‘regras de reciprocidade’, as ‘redes de relações sociais’, os ‘sistemas de participação’ e a ‘confiança’; para haver estabilidade política, boa governança e mesmo desenvolvimento econômico. O capital social pode ser tanto ou até mais importante do que o capital físico.

O uso do termo “capital” por Bourdieu (1980) varia entre o realista e o metafórico (como uma metáfora geral para expressar a vantagem de poder ou social), assinalando sua intenção de tratar de recursos diferenciais de poder e de vincular uma análise sobre o cultural com outra sobre o econômico. No centro de sua análise, está o suposto de que a estrutura social é constituída de campos de luta pelo poder. Logo, o conflito é inerente ao conceito de capital social que, como todas as demais formas de capital, é distribuído de forma desigual. Bourdieu usou o termo pela primeira vez, no início da década de 1980, para referir-se às vantagens e oportunidades de se pertencer a certas comunidades. Capital social foi definido pelo autor como:

“... o agregado de recursos reais ou potenciais que estão ligados à participação em uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de mútua familiaridade e reconhecimento (...) que provê para cada um de seus membros o suporte do capital de propriedade coletiva”
(Bourdieu, *ibid.*, p. 51)

Coleman (1990) definiu capital social, no contexto educacional, como o conjunto de recursos intrínsecos nas relações familiares e na organização social comunitária úteis para o desenvolvimento cognitivo ou social de uma criança ou de um jovem. Mas foi além: buscou refinar o conceito e inseri-lo no contexto de uma estrutura teórica mais ampla, estabelecendo, dentro de uma perspectiva neo-funcionalista, um vínculo causal claro entre capital social e acesso a recursos. Como outras formas de capital, assinala Coleman, o capital social é produtivo, possibilitando o alcance de certos fins que não seriam possíveis na sua ausência.

O capital social é definido por sua função (ibid.). Não é uma entidade singular, mas uma variedade de diferentes entidades, com dois elementos em comum: são todos consistentes com alguns aspectos das estruturas sociais e facilitam certas ações dos atores – sejam pessoas ou empresas – no âmbito da estrutura. Definiu ainda capital social como os recursos sócio-estruturais que constituem um ativo de capital para o indivíduo e facilitam certas ações de indivíduos que estão dentro dessa estrutura. Em seu conceito de capital social, incluem-se associações horizontais e verticais, estas sendo caracterizadas por relações hierárquicas e uma desigual distribuição de poder entre os membros, inclusive entre empresas e outras organizações.

Coleman (ibid.) especifica três formas de capital social. A primeira lida com o nível de confiança e a real extensão das obrigações existentes em um ambiente social. O capital social é elevado onde pessoas confiam umas nas outras e onde essa confiança é exercida pela aceitação mútua de obrigações. A segunda forma diz respeito a canais de trocas de informações e idéias. Na terceira forma, normas e sanções constituem capital social que encorajam os indivíduos a trabalharem por um bem comum, abandonando interesses próprios imediatos.

Putnam (op. cit.) define capital social como baseado em traços da vida social – redes, normas e confiança – que facilitam a ação e a cooperação na busca de objetivos comuns. Preocupou-se também em assinalar a diferença entre capital social exclusivo e inclusivo (*bonding* e *bridging*), argumentando que pode haver compensações, ou tensões, entre essas duas formas de capital social. Putnam deixou também de considerar exclusivamente os efeitos positivos do capital social como facilitador da coordenação e da cooperação em benefício do conjunto dos membros de uma comunidade, passando a reconhecer que o capital social pode ter também conseqüências negativas, tanto externamente – para a sociedade em geral – como internamente – para os membros da comunidade (a exemplo da Máfia no sul da Itália).

A estrutura produtiva e o componente sócio-cultural vinculado ao território determinam as condições para empreendedorismo, desenvolvimento local e, particularmente, a capacidade de inovação e aprendizado (Barqueiro, 1999). O empreendedorismo é, dessa forma, cada vez mais associado à problemática do

desenvolvimento local. Até porque: “*as empresas não competem isoladamente, mas o fazem juntamente com o entorno produtivo e institucional de que fazem parte*” (ibid., p.17).

Pelo menos três dimensões caracterizam o desenvolvimento endógeno, conforme assinalado por Barquero (ibid., p.32):

“... uma econômica, caracterizada por um sistema específico de produção que permite aos empresários locais usar, eficientemente, os fatores produtivos e alcançar os níveis de produtividade que lhes permitem ser competitivos nos mercados; outra sócio-cultural, em que os atores econômicos e sociais se integram com as instituições locais formando um sistema denso de relações que incorporam os valores da sociedade no processo de desenvolvimento; e outra política que se instrumentaliza mediante as iniciativas locais e que permite criar um entorno local que estimula a produção e favorece o desenvolvimento sustentável.”.

2.4 Desenvolvimento local, redes de inovação e sustentabilidade

Amaral Filho (2000), ao discutir a endogeneização das estratégias de desenvolvimento regional e local, considera que o potencial de liderança do empreendedor pode ser utilizado na criação de redes com diferentes tipos de empresa voltadas às competências e necessidades estruturais locais e para a sustentabilidade sócio-econômica e ambiental:

“... do ponto de vista espacial ou regional o conceito de desenvolvimento endógeno pode ser entendido como um processo de crescimento econômico implicando em uma contínua ampliação da capacidade de agregação de valor sobre a produção bem como da capacidade de absorção da região, cujo desdobramento é a retenção do excedente

econômico gerado na economia local e/ou a atração de excedentes provenientes de outras regiões. Este processo tem como resultado a ampliação do emprego, do produto e da renda do local ou da região mais ou menos definido dentro do modelo específico de desenvolvimento regional. (ibid., p.2)

Comentando a atual posição privilegiada ocupada pela economia regional no âmbito da ciência econômica, a partir de uma análise das ‘novas teorias de crescimento endógeno’ e das recentes conotações dadas aos fatores locais, Amaral Filho (2000, op. cit., p. 5) salienta que o aspecto novo deste debate:

“... traz à luz um novo paradigma de desenvolvimento regional endógeno, na refutação do indeterminismo [ou do excesso de determinismo imprimido tanto pelas ações do intervencionismo centralizado quanto pelas forças totalmente livres do mercado] do processo de desenvolvimento regional ou local, isto podendo ser visto através do papel da ‘história’ como também através das ‘antecipações’ e das ‘ações dos protagonistas locais’ (...) que atuam na ampliação da base de decisões autônomas por parte dos atores locais, de tal forma que coloca nas mãos destes o destino da economia local ou regional.”

Observa-se a importância da educação empreendedora, que pode ajudar na busca por talentos empreendedores nos atores locais e selecioná-los como facilitadores do desenvolvimento.

A ótica do desenvolvimento local orienta-se de forma sistêmica, holística e evolutiva, a partir das interconexões de resultados entre as dimensões econômica, sócio-cultural e ambiental, a saber (Zapata, 2000):

1. Resultados econômicos, com adequados níveis de eficiência através da capacidade de usar e articular fatores produtivos endógenos para gerar oportunidades de trabalho e renda, fortalecendo as cadeias produtivas locais e integrando redes de pequenos negócios;
2. Maior equidade social, que se contrapõe ao acelerado processo de “apartheid social”, através da maior participação do cidadão e cidadã nas estruturas do poder, tendo como referência história, valores e cultura do território;
3. Novas institucionalidades que, através da expressão política e maior representação dos segmentos sociais, permitam a construção de políticas territoriais negociadas entre os agentes governamentais, do mercado e da sociedade, gerando um entorno inovador favorável às transformações da economia local e ao resgate da cidadania; e
4. Compreensão do meio ambiente como ativo de desenvolvimento, considerando o princípio da sustentabilidade em qualquer opção transformadora.

A sociologia do desenvolvimento, centrada no desenvolvimento endógeno de um território, é apreendida como:

“... um processo de mudanças que se aplica a uma sociedade humana determinada e que diz respeito mais às relações entre os homens do que à produção pela qual eles respondem às suas necessidades, procurando o melhor ajustamento possível entre os seus projetos individuais e as relações sociais que os enquadram” (Teisserenc, 1994, p. 178).

Nos anos setenta, um grupo inicialmente restrito de economistas italianos como Beccatini (1987), Brusco (1997), Bagnasco (1977), Fuá (1983), começaram a estudar e a teorizar sobre a emergência de um modelo de crescimento, especialmente

nos setores tradicionais da indústria manufatureira, que não se enquadrava no todo às idéias correntes da época que acentuavam as fases de desenvolvimento econômico.

Esse desenvolvimento caracterizava-se pela distribuição territorial de pequenas e micro empresas, configurando uma particular forma de organização produtiva estreitamente ligada à comunidade local e que apresentava, em certas circunstâncias, um dinamismo surpreendente, tendo como base uma forte identidade associada a poucos elementos, entre eles:

- A especialização em um setor manufatureiro;
- A cooperação/competição simultânea entre as empresas;
- O alto grau de empreendedorismo; e
- A complementaridade entre vida social e vida econômica.

Para Signorini (2000), a prevalência de micro e pequenas empresas e a forte especialização em setores manufatureiros tradicionais colocam a Itália em uma posição próxima àquela dos países em desenvolvimento com uma produção caracterizada pela baixa intensidade de capital e, em muitos casos, de baixo conteúdo tecnológico, não obstante a estrutura salarial típica dos países mais avançados. Não é fácil, segundo o autor, explicar com termos estritamente econômicos o porquê de a Itália ser assim tão diferente dos outros países economicamente mais avançados. Como bem coloca o autor, a leitura em chave econômica destas versões, conecta-se com a discussão dos mecanismos que sobrecarregam acentuadamente os problemas de controles, de cima para baixo, típicos das grandes organizações burocráticas. De forma geral, o autor ainda mostra que a suposição da predominância de atitudes individualistas, conjugadas a laços familiares mais intensos, pode representar um fator de estímulo para o espírito empreendedor, seja pelas vias da relutância dos indivíduos a aceitarem as regras do jogo das organizações burocráticas, seja porque a família, enquanto rede de segurança, constitui um mecanismo implícito de garantia e confiança, capaz de atenuar os riscos ínsitos na atividade empreendedora.

Algumas versões, como a apresentada por Tullio Altan (1989) e a do próprio Putnam (1993), remetem-nos a uma tentativa de compreensão da intricada teia de relações que forma o universo italiano, para fora dos moldes das normas impessoais e abstratas que marcaram as sociedades que vivem de acordo com os princípios

liberais da cultura anglo-saxônica. Segundo Fukuyama (1996), princípios pelos quais as pessoas buscam seus próprios objetivos e resistem ao cooperativismo em grandes comunidades. O Brasil, em particular o estado de São Paulo, sofreu os efeitos desta cultura no início do seu desenvolvimento industrial.

Estas discussões revelam outros elementos, como a existência de um clima social favorável ao empreendedorismo caracterizado por uma maior flexibilidade interna e externa, com freqüentes passagens da condição de trabalhador dependente para aquela de empreendedor ou autônomo, impulsionando, conseqüentemente, o nascimento de novas empresas que, segundo as estatísticas, apresentam esperanças de vida mais elevada do que aquelas originadas fora do distrito (Solinas, 1996; Brusco, Paba, 1997)

Destacamos, então, que a capacidade de inovação do empreendedor deve ser usada para facilitar novos negócios em favor do desenvolvimento da própria comunidade local. O empreendedor deve se preocupar principalmente com as pessoas e saber como capacitá-las para atuarem na própria comunidade.

Dees (2001 apud Hartigan, Martin, 2003) amplia o conceito de inovação, aplicando-o ao contexto das organizações sem fins lucrativos (*non-profits*), com base em seis elementos-chave:

- Inovação é ação, não apenas idéia;
- Inovação envolve mudança (radical ou incremental);
- Inovação deve ser vista como um aperfeiçoamento;
- Inovação pode assumir diversas formas: na maneira como as coisas são feitas, na natureza das coisas a serem feitas, na composição dos grupos que irão atuar etc.;
- Inovação é orientada a objetivos; e
- Inovação é um conceito atrelado aos objetivos do empreendimento.

As inovações, portanto, podem surgir sob a forma de novos produtos ou serviços, novas estratégias, novos mercados, novas fontes de recursos, novos modelos organizacionais, novos contratos, novas estruturas ou fontes de financiamento para novos negócios e projetos.

Markovitch (1997) ressalta que a criação de redes de cooperação e de programas sociais no âmbito de empresas e universidades é indicador de maturidade política e cultural. Entretanto, se a mobilização de recursos para novas combinações encontra, no chamado *setor social*, um campo fértil para novos empreendimentos, por outro lado, são especialmente complexos os desafios gerenciais que se apresentam às iniciativas com fins sociais, conforme assinala o autor:

“Clara definição da missão, revisão permanente das estratégias, flexibilidade das estruturas e aperfeiçoamento contínuo das competências são necessários para a mobilização de recursos locais. Salvo honrosas exceções, essas entidades carecem das qualificações profissionais que viabilizariam um salto qualitativo em busca de um novo patamar institucional.” (ibid., p.126)

De acordo com Swaminathan e Wade (2001), movimentos sociais são muito similares a processos de surgimento de novas organizações em relação à dependência de recursos, entre os quais: pessoas, conhecimento ou experiência, capital, informação e legitimidade. Obter acesso a esse amplo conjunto de recursos, realizar novas combinações de sucesso e ainda obter resultados de longo prazo são desafios complementares e simultâneos, que têm influenciado diretamente o sucesso ou fracasso das inovações em gerência e desenvolvimento de projetos com fins sociais. Para fazer frente a estes desafios, muitas iniciativas nesta área parecem ter encontrado na formação de redes uma resposta a estes desafios. As redes, quando bem equilibradas, em termos de tamanho, coesão, densidade, diversidade e reputação, permitem acesso à informação, conhecimento e legitimidade, recursos essenciais ao sucesso dos empreendimentos sociais.

Albagli e Maciel (2002) contribuem para apoiar a relação entre redes e empreendedorismo. De acordo com as autoras, cada vez mais se reconhece a importância de processos interativos e cooperativos de aprendizado, como ambientes propícios à geração de inovação, inclusive na área social. De acordo com essa visão:

“...o complexo de instituições, costumes e relações de confiança locais conducentes à cooperação assumem um papel crítico para o empreendedorismo, assim como as relações – pessoais e sociais – que constituem os principais veículos ou canais por meio dos quais o aprendizado e a inovação têm lugar.” (ibid., p. 4)

Portanto, e do ponto de vista dos empreendimentos sociais, a questão dos mecanismos de governança de redes assume importância significativa, principalmente face à diversidade de interesses envolvidos e à complexidade das soluções demandadas (Hartigan, Martin, op. cit.).

“Da mesma forma que se identificam os principais recursos e processos, podem ser também apontados os formatos dominantes na atual fase. Assim (...) vem se considerando a formação de redes como o formato organizacional mais adequado para promover o aprendizado intensivo para a geração de conhecimento e inovações.” (Lemos, 1999, p. 135)

Türk (2002) destaca a importância da qualidade na agregação dos conhecimentos dos atores em rede, para que a compreensão e a intervenção nos processos de exclusão social não ocorram como uma “colcha de retalhos”, mas, como um processo amplo e abrangente de construção de novas modalidades de intervenção. Neste processo, não cabe a onipotência que impede a visibilidade do outro, tampouco a falta de iniciativa que impede a ação e bloqueia a criatividade.

De acordo com Castells (1999), funções e processos dominantes na atual era da informação estão cada vez mais organizados em torno de redes. De acordo com o autor, somos uma sociedade em que o poder dos fluxos é mais importante que os fluxos do poder. Neste tipo de estrutura social, a dinâmica altamente evolutiva facilita todos os tipos de processos de inovação. As redes possibilitam, por exemplo, que empresas e trabalhadores sejam suficientemente flexíveis sem que percam o foco

estratégico necessário à produtividade. A cultura intrínseca à rede é aquela em que desconstrução e reconstrução caminham juntas e continuamente.

As redes interorganizacionais são mecanismos importantes para a otimização dos recursos organizacionais, para o aumento da capacidade tecnológica na geração de inovações e para absorção de *know-how* e *know-who*. Compreender os mecanismos de gerenciamento das atividades estratégicas e operacionais, envolvidos em estruturas complexas, é um importante passo rumo a uma compreensão mais ampla das implicações teóricas e práticas da interação entre as suas variáveis (Van Aken, Weggeman, 2000).

A recente incorporação de teorias de gestão de conhecimento na análise de estruturas organizacionais complexas tem incentivado o desenvolvimento de novas abordagens em estudos de gestão de redes. Van Aken e Weggeman (ibid.) discutem fatores que influenciam a produtividade na geração de produtos e processos inovadores no contexto das redes informais colaborativas de aprendizagem, propõem uma combinação da teoria organizacional de redes com a teoria de gestão do conhecimento e analisam algumas das principais dificuldades de coordenação encontradas em tais estruturas.

Inicialmente, os autores ampliam o conceito de gestão de redes (*network management*), desmembrando-o em aspectos estratégicos e operacionais. As atividades estratégicas são chamadas genericamente de governança de redes (*network governance*), sendo aquelas diretamente relacionadas à propriedade de recursos e à distribuição de poder (funcionamento da rede, seleção dos participantes e regras de permanência, definição do papel dos participantes, definição dos mecanismos de controle e objetivos de performance). O outro nível, gestão operacional de rede (*network operational management*), está relacionado à coordenação das atividades operacionais entre os parceiros da rede (desenvolvimento de projetos, gestão da lealdade, resolução de conflitos de interesses e de poder). (Van Aken et al., 1998 apud Van Aken, Weggeman, ibid.).

O contexto ambiental de emergência das redes de inovação, em especial das redes informais, é caracterizado por elevados graus de incerteza e aumento da demanda por especialidades e competências, um espaço onde as trocas tecnológicas baseadas em colaboração e confiança são fatores-chave operacionalizados através

das trocas interpessoais internas ou externas (Tushman Scalan, 1981; Katz, Tushman, 1981, apud Van Aken, Weggeman, *ibid.*). Neste contexto, considera-se como rede de inovação “*uma rede de organizações engajadas no desenvolvimento de inovações de produtos ou processos*” (Van Aken, Weggeman, *ibid.*, p. 140).

As teorias mais recentes sobre o surgimento dos arranjos interorganizacionais encontram apoio no reconhecimento da importância do conhecimento como recurso fundamental na concretização dos objetivos individuais, organizacionais, intra e interorganizacionais. De modo geral, a formação de redes, em seus diversos níveis e aplicações, tem sido considerada, na prática e na teoria, um mecanismo de flexibilização das relações entre as pessoas, capaz de potencializar o compartilhamento de informação entre organizações e indivíduos e de contribuir para a geração de conhecimento e inovação tecnológica (Austin, 2001).

Segundo o Banco Nacional do Desenvolvimento Social (Zapata., 2000), o governo local, mais do que um agente realizador do desenvolvimento, deve funcionar como articulador e facilitador das ações de desenvolvimento local. Essas ações não podem ocorrer como monopólio do poder público. Pelo contrário, sua eficácia será maior justamente quando o poder público for apenas um dos múltiplos agentes envolvidos no projeto de desenvolvimento local incorporado pela sociedade.

O BNDES (*ibid.*) mostra que a necessidade de favorecer a construção e o intercâmbio de dados, informações e conhecimentos que permitam o diagnóstico, a concepção e a implementação de ações que se reflitam na melhoria do meio ambiente, possibilita o alcance e a manutenção da qualidade de vida integral do ser humano em suas comunidades, propiciando um desenvolvimento sustentável para a sociedade em sua microunidade.

SACHS (2002) identifica cinco dimensões simultâneas de sustentabilidade que todo planejamento de desenvolvimento precisa levar em conta:

- 1- A sustentabilidade social, que se entende como criação de um processo de desenvolvimento sustentado por outro crescimento e subsidiado por uma outra visão do que seja uma sociedade boa. A meta é construir uma visão de uma civilização com maior equidade na distribuição de renda e de bens, de modo a reduzir o abismo entre os padrões de vida dos ricos e dos pobres;

2- A sustentabilidade econômica, que é possível através da alocação e do gerenciamento mais eficiente dos recursos e de um fluxo constante de investimentos públicos e privados. A eficiência econômica deve ser avaliada em termos macrossociais, e não apenas com critério de rentabilidade empresarial de caráter microeconômico;

3- A sustentabilidade ecológica, que precisa ser melhorada, intensificando o uso potencial de recursos dos diversos ecossistemas, com o mínimo de danos aos sistemas de sustentação da vida; limitando o consumo de combustíveis fósseis e de outros recursos e produtos que são facilmente esgotáveis ou danosos ao meio ambiente, substituindo-os por produtos renováveis e/ou abundantes, usados de forma não agressiva ao meio ambiente; reduzindo o volume de resíduos e de poluição, através da conservação da energia e de recursos de reciclagem; promovendo a limitação no consumo de matérias-primas por parte dos países ricos e dos indivíduos de todo o planeta; intensificando a pesquisa para obtenção de tecnologias de baixo teor de resíduos e eficientes no uso de recursos para o desenvolvimento geral; definindo normas para uma adequada proteção ambiental, desenhando a máquina institucional e selecionando o composto de instrumentos econômicos, legais e administrativos necessários para seu cumprimento; e

4- A sustentabilidade espacial, que deve ser dirigida para a obtenção de uma configuração rural-urbana mais equilibrada e melhor distribuída dos assentamentos urbanos e das atividades econômicas, reduzindo a concentração excessiva nas áreas metropolitanas; freando a destruição de ecossistemas frágeis, porém de vital importância; promovendo a agricultura e exploração agrícola de florestas através de técnicas modernas, regenerativas, por pequenos agricultores; explorando o potencial na industrialização descentralizada, acoplada à nova geração de tecnologia, com referência espacial às indústrias de biomassa e seu papel na criação de oportunidades de emprego não-agrícola nas áreas rurais. Uma nova forma de civilização baseada no uso sustentável de recursos renováveis não é

apenas possível, mas essencial para criar uma rede de reservas naturais e de biosfera, para proteger a biodiversidade.

5- A sustentabilidade cultural, incluindo a procura de raízes endógenas de processos de modernização e de sistemas agrícolas integrados, processos que busquem mudanças dentro da comunidade cultural e que traduzam o conceito normativo de eco-desenvolvimento em um conjunto de soluções específicas para o local, o ecossistema, a cultura e a área.

Uma das características fortes do empreendedor é o aproveitamento de oportunidades. Essa competência pode ser utilizada, por exemplo: na reciclagem do lixo; na criação de novas tecnologias em equipamentos, ajudando as empresas a venderem produtos e serviços que poluam menos o meio ambiente; na criação de energias renováveis e em outros aspectos organizacionais que ajudem a preservação da natureza.

O empreendedorismo pode desenvolver boas oportunidades de trabalho no interior dos estados, o que acabaria levando de volta para a zona rural muitas das pessoas desempregadas e que vivem nos grandes centros em condições precárias. O ecoturismo é um bom exemplo de negócio que se preocupa com a natureza. O empreendedorismo cultural pode ser um bom caminho para garantir a sustentabilidade, ainda mais se considerarmos que o Brasil é um país que atrai milhares de turistas pela sua riqueza cultural.

O potencial empreendedor garante que as empresas tenham uma melhor produtividade. E no que diz respeito à produtividade social, Dowbor (2003) considera que:

“... assim como a empresa pode calcular a evolução da sua produtividade, medindo, por exemplo, quantos bens e serviços consegue produzir com uma unidade determinada de gastos financeiros, de mão-de-obra ou matéria-prima, também pode-se calcular a produtividade social de uma cidade, um país. Um país que deixa mais de cem milhões de hectares de terra agrícola sem produzir, por não permitir

acesso à terra, originando, por sua vez, enormes gastos de segurança, de saúde e outros, combina de forma errada os seus fatores de produção, ou subutiliza-os, elevando os custos de todos os produtos.” (ibid., p.95-96)

Estabelecendo relações entre o conceito econômico e de sustentabilidade, Dowbor (ibid., 97-98) comenta:

“... a reprodução social se contrapõe, de certa maneira, à reprodução do capital, tradicional conceito que visa essencialmente o processo de crescimento econômico centrado nas atividades produtivas. Nesse sentido, a reprodução social é mais ampla e define um processo que envolve tanto a produção como os serviços sociais e as diversas atividades de gestão do desenvolvimento como: planejamento, segurança e outros.

Ao insistir no conceito de reprodução social, buscamos romper a absurda dicotomia que se fez entre a economia, que se preocupa com a produção de riquezas, e o social, que acompanha com atraso o processo, tentando através de políticas de compensação, reduzir as contradições geradas, a miséria, o abandono, a exclusão.”

Segundo Dowbor (ibid.), no momento não há mais espaço para a produção que leva em consideração os impactos sociais da economia e não integra os processos corretivos na sua área, como não há mais espaço para políticas sociais que tentam ignorar os custos e as implicações econômicas. O desenvolvimento econômico e as políticas sociais necessitam levar em consideração a sustentabilidade dos processos e a sua viabilidade ambiental no longo prazo.

Os desafios da nova economia como o aquecimento global, a desigualdade social, desperdício da capacidade de trabalho e de recursos financeiros, a subutilização de fatores ligados à tecnologia devem ser pensados de maneira bem

mais ampla, dando-se a devida importância para a organização de processos decisórios participativos. O enfrentar desses desafios depende de elaboração de propostas políticas pró-ativas e da intervenção organizada dos diversos segmentos sociais (Dowbor, 2007, passim).

Em suma,

“A agenda do trabalho decente visa enfrentar numerosos desafios que surgem da globalização, inclusive a perda de emprego, a distribuição inequívoca dos benefícios, e a desorganização (disruption) que foi causada na vida de tantas pessoas. Responder a estes desafios exigirá a participação de atores em todos os níveis”. (ONU, 2005, p. 58)

Segundo Dowbor (ibid., p. 18), os avanços dependem muito mais de formas de organização do que propriamente de grandes investimentos e ele ressalta a importância de se adotarem medidas que permitam acompanhar o progresso real da sociedade e do planeta, além de que as transformações precisam acontecer no setor público e privado (ibid., p. 20).

“... Em termos práticos, temos de evoluir para a avaliação da produtividade sistêmica do território, em cada município ou por microregiões. Esta outra contabilidade incompleta, que permite que a empresa contabilize os seus lucros, mas se desresponsabilize dos custos ambientais e sociais gerados pela mesma atividade, também precisa ser ultrapassada, e a visão sistêmica por território permite uma avaliação racional.” (id.)

A qualidade da ação empreendedora fundamentada em uma visão sistêmica pode promover fortalecimento da cidadania e o surgimento de uma liderança sustentada por valores humanos coletivos, permitindo que cada cidadão se torne um

ator efetivo da sua realidade. No Brasil, por exemplo, o programa “Bolsa-Família” tem ajudado milhares de pessoas a sair da miséria, mas vem impedindo o crescimento e o desenvolvimento de novos negócios, pois as pessoas preferem não garantir um emprego com carteira assinada para garantir o acesso ao programa. Em outro foco, o exemplo de Yunus em Bangladesh mostra que é possível um desenvolvimento voltado a proporcionar o acesso de milhões de brasileiros, que estão na faixa de pobreza, ao crédito, aos programas de capacitação e à educação empreendedora, para fomentar novos negócios.

Em resumo, as ações mais eficazes para garantir o desenvolvimento social são:

- Focar o local;
- Dar o peixe;
- Ensinar a pescar;
- Encontrar os melhores pescadores e educá-los, transformando-os em facilitadores;
- Ensinar a cuidar do rio e desenvolver negócios sustentáveis com respeito ao meio ambiente;
- Acompanhar as ações e monitorar o desenvolvimento para garantir a sustentabilidade dos novos negócios; e
- Estabelecer parcerias e mecanismos governamentais facilitadores.

III – EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

Iniciaremos as reflexões sobre o empreendedorismo no contexto brasileiro, referenciando a pesquisa “Global Entrepreneurship Monitor” (GEM). O estudo é considerado uma avaliação importante do papel do empreendedorismo como propulsor do crescimento econômico. O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), que coordena a equipe do Projeto GEM Brasil, desenvolve um relevante trabalho para a sociedade, formando uma rede de informações que conta com as equipes de Coordenação Internacional da “London Business School” e do “Babson College”. O capítulo comenta o objetivo e funcionamento do GEM, dados do levantamento realizado sobre a prática do empreendedorismo no Brasil até 2007, além de apresentar projetos de Agências Provedoras de Empreendedorismo e Desenvolvimento Local, como: a ANPROTEC, EMPRETEC, SEBRAE e o Instituto Cidadania, e resultados de projetos de instituições que estão atuando na disseminação do empreendedorismo social inovador no Brasil, como a Ashoka, Artemísia, Fundação Schwab, e o Programa Ceará Empreendedor.

3.1 Global Entrepreneurship Monitor

O “Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) surgiu em 1997 com participação de Alemanha, Canadá, Dinamarca, EUA, Finlândia, França, Israel, Itália, Japão e Reino Unido. A cada ano foi ocorrendo a adesão voluntária de novos países com culturas diversas. Hoje, representa um esforço consorciado de pesquisa sobre um tema que tem crescido em interesse e importância para as economias regionais e para os governos preocupados em desenvolverem políticas públicas capazes de fomentar a iniciativa, e o empenho de milhões de indivíduos que optam de forma crescente pelo caminho do empreendedorismo. Esses indivíduos criam uma atividade empreendedora que tem o potencial e a missão de suprir suas necessidades de sobrevivência e agregar valor à economia e à sociedade, inovando, gerando empregos e o desenvolvimento das nações (Kruger Passos et al, 2008, p. 7).

O GEM apresenta-se como instrumento de análise comparativa para a definição de políticas públicas e de orientação àqueles que buscam incrementar

atividade empreendedora. O acesso às experiências e possibilidades analisadas por uma rede internacional de pesquisadores sobre esse tema aumenta as possibilidades de compreensão da natureza do empreendedorismo e das condições que o favorecem. (ibid., p. 8).

Os dados analisados no GEM são coletados de modo a facilitar comparações entre os países a respeito da atividade empreendedora nacional, estimar o papel da atividade empreendedora no crescimento econômico, determinar as condições responsáveis pelas diferenças entre os países em relação ao nível de empreendedorismo e facilitar a elaboração de políticas que possam ser eficazes no incremento dos negócios. As principais formas de coleta de dados utilizadas na busca por informações sobre a atividade empreendedora nacional são (Schlemm et al, 2007, p. 27):

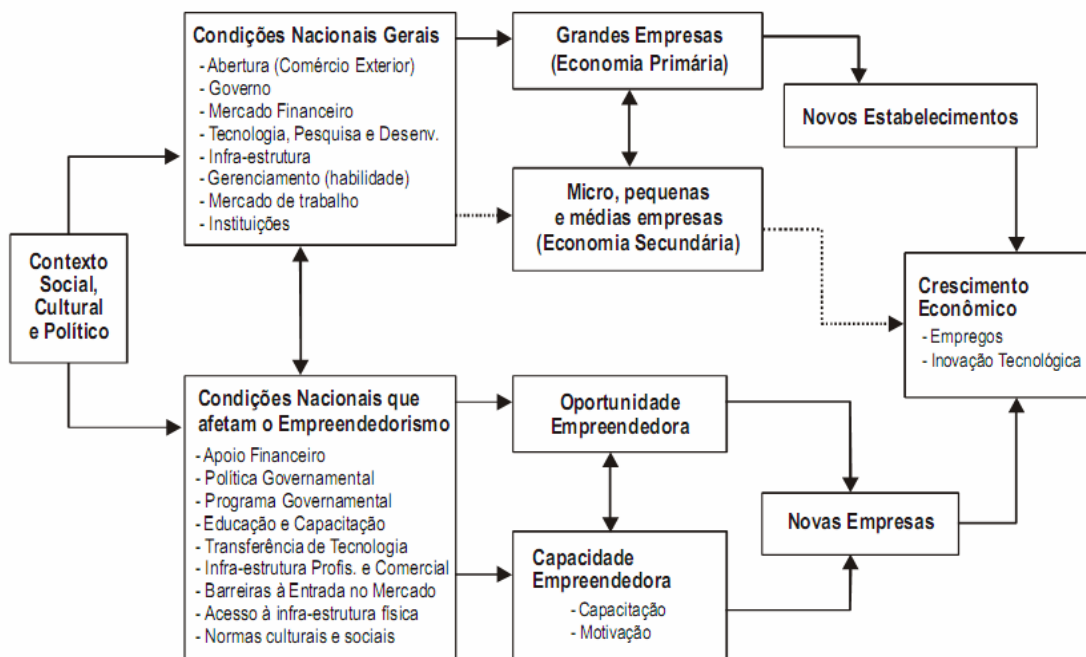
1. Entrevistas com a população adulta;
2. Pesquisa com especialistas nacionais mediante entrevistas; e
3. Aplicação de questionários e agrupamento de medidas provenientes de fontes de dados secundários de vários países.

O modelo GEM analisa o empreendedorismo em modelo sistêmico (ver figura 3.1) e parte do pressuposto de que todas as empresas, independentemente de porte ou idade, são afetadas por condições nacionais gerais, as quais exercem um papel determinante no sucesso ou fracasso de todos os empreendimentos (ibid., p. 29).

O modelo GEM identifica e distingue um conjunto de condições que afeta diretamente a atividade empreendedora, pela sua influência nos fatores que conduzem a novos empreendimentos e no crescimento de pequenas empresas. O GEM denomina essas condições de *Entrepreneurial Framework Conditions* - EFC, traduzidas para o português como condições nacionais que afetam o empreendedorismo. Essas condições determinam a capacidade de um país encorajar empresas nascentes e, quando combinadas com a habilidade e motivação daqueles que desejam iniciar algum novo negócio, influenciam o processo empreendedor. Quando bem sucedida essa combinação, ela conduz à geração de muitos novos negócios e, conseqüentemente, à inovação e competição no mercado, tendo como

resultado final uma influência positiva no crescimento econômico nacional (ibid., p. 29-30).

Figura 3.1 – Modelo Conceitual GEM



Fonte: Schlemm et al, 2007, p. 29.

As condições nacionais que afetam o empreendedorismo são (ibid., p.30-32):

1. **Apoio Financeiro:** Avalia a disponibilidade de recursos financeiros (investimentos, capital de giro etc.) para a criação de negócios ou sua sobrevivência, incluindo doações e subsídios. Essa dimensão também examina os tipos e a qualidade do apoio financeiro – formas de participação, capital inicial e de giro; o entendimento da comunidade financeira sobre empreendedorismo (conhecimento e habilidade para avaliar oportunidades, planos de negócios e necessidades de capital de negócios de pequena escala, disposição para lidar com empreendedores e postura diante do risco);
2. **Políticas Governamentais:** Avalia até que ponto as políticas governamentais regionais e nacionais, refletidas ou aplicadas em termos de tributos e regulamentações, são neutras ou encorajam ou não o surgimento de novos empreendimentos;

3. Programas Governamentais: Avalia a presença de programas diretos para auxiliar novos negócios, em todos os níveis de governo – nacional, regional e municipal. Essa dimensão também examina a acessibilidade e a qualidade dos programas governamentais; disponibilidade e qualidade dos recursos humanos de órgãos governamentais, bem como a habilidade destes em administrar programas especificamente voltados ao empreendedor; a efetividade dos programas;
4. Educação e Capacitação: Avalia até que ponto a capacitação para a criação ou gerenciamento de novos negócios é incorporada aos sistemas educacionais formais e de treinamento em todos os níveis (ensino fundamental, médio, superior e profissionalizante e cursos de pós-graduação, além de cursos especificamente voltados a empreendedorismo/negócios). Essa dimensão também examina a qualidade, relevância e profundidade da educação e dos treinamentos voltados à criação ou ao gerenciamento de novos negócios; a filosofia do sistema educacional direcionada à inovação e criatividade; a competência dos professores para o ensino do empreendedorismo; experiência dos gerentes e empreendedores em lidar com trabalhadores;
5. Transferência de Tecnologia (Pesquisa e Desenvolvimento): Avalia até que ponto a pesquisa e o desenvolvimento levam a novas oportunidades empresariais e se estas estão disponíveis ou não para novas empresas. Essa dimensão também avalia as implicações das obrigações jurídicas e legislação de patentes; capacidade dos pesquisadores em lidar com contrapartidas industriais e vice-versa; nível de inovação dos países; orientação nacional relativa à pesquisa e desenvolvimento; reconhecimento e promoção, pelo governo, de indústrias e instituições educacionais, importância da pesquisa aplicada; disponibilidade e qualidade da infra-estrutura de apoio para empreendimentos de alta tecnologia;
6. Infra-estrutura Comercial e Profissional: Avalia a disponibilidade, o custo e a qualidade dos serviços de contabilidade, comerciais ou outros serviços de ordem legal e tributária, bem como de instituições que permitam ou promovam a criação de novos negócios ou a sobrevivência de negócios em crescimento. Também examina a acessibilidade à informação de variadas

fontes como internet, revistas, jornais e periódicos sobre economia nacional e internacional, processos de *start-up*, como escrever um plano de negócios e de demandas de mercado;

7. Acesso ao Mercado/Abertura e Barreiras: Avalia até que ponto os acordos comerciais são inflexíveis e imutáveis, impedindo que novas empresas possam competir e substituir fornecedores, prestadores de serviço e consultores existentes. Essa dimensão também examina a falta de transparência do mercado (informação assimétrica; a falta de acesso a informações de mercado para alguns compradores e vendedores); políticas governamentais para criar abertura de mercado (licitações públicas, redução de barreiras comerciais – tabelamentos, cotas etc.); a estrutura do mercado (facilidade de entrada; dominação por parte de algumas empresas; vantagens para propaganda; competição de preços etc.); e a extensão com que as empresas competem em igualdade de condições;
8. Acesso à Infra-estrutura Física: Avalia a acessibilidade e a qualidade dos recursos físicos incluindo: telefonia, correio, internet; energia, água, esgoto e outros serviços de utilidade pública; transporte terrestre, aéreo e marítimo; áreas e espaços; custo para aquisição ou aluguel de terrenos, propriedades ou espaços para escritório. Considera também a acessibilidade e a qualidade da matéria-prima e de recursos naturais como florestas, solo e clima favoráveis ao desenvolvimento de empreendimentos; e
9. Normas Culturais e Sociais: Avalia até que ponto normas culturais e sociais encorajam ou não ações individuais, que possam levar a novas maneiras de conduzir negócios ou atividades econômicas que, por sua vez, levam a uma maior dispersão em ganhos e riquezas. Essa dimensão também examina as atitudes gerais da comunidade em relação ao empreendedorismo; atitudes diante do fracasso, do risco, da criação de riqueza e sua influência no desenvolvimento do empreendedorismo; efeitos das normas sociais no comportamento empreendedor; valorização do empreendedor; influência dos comportamentos e atitudes determinados pela cultura e sociedade, no que se refere à posição da mulher na sociedade, a comunidades regionais ou grupos minoritários, tais como grupos étnicos e religiosos.

A seguir, levantamos algumas preocupações que colocam em evidência a importância do quesito Educação e Capacitação. Na percepção dos pesquisados pelo GEM, o ensino nas escolas primárias e secundárias não fornece conhecimento adequado sobre os princípios econômicos de mercado. Não há preocupação suficiente com o empreendedorismo e a criação de novas empresas, como também não se encoraja a criatividade, a auto-suficiência e a iniciativa pessoal (ibid., p. 137). A educação de nível superior, a educação continuada e de aperfeiçoamento, também não são o bastante para incentivar o empreendedorismo. Apesar de existirem, como no caso do Brasil, cursos de nível superior que atribuem atenção ao estudo do empreendedorismo, ainda não há uma boa e adequada preparação para os jovens lidarem com empresas em fase de *start-up* e em crescimento.

O GEM 2006 destacou que o papel da universidade na sua relação com o setor produtivo vai além do ensino e da formação. A cooperação entre empresas, universidades e centros de pesquisa pode variar desde a oferta de recursos humanos até a organização de estruturas mais complexas, tal como a formação de centros de pesquisa para o desenvolvimento tecnológico cooperativo, incubadoras e parques tecnológicos (id.). O ensino do empreendedorismo deve estar inserido em um ecossistema favorável, em que: equipes multidisciplinares de profissionais possam trabalhar para selecionar potenciais talentos, organizações de fomento ao crédito possam ajudar no investimento dos melhores projetos e comunidades possam se favorecer da geração de idéias e novos negócios.

A avaliação desfavorável dos especialistas brasileiros sobre Educação e Capacitação para o empreendedorismo foi compartilhada por especialistas dos demais países do GEM. As maiores críticas são direcionadas à contribuição dos ensinos fundamental e médio, com exceção feita a participantes como Cingapura, onde a avaliação foi positiva. Cingapura passou por mudanças na sua política educacional e alterou os currículos escolares em todos os níveis, com a finalidade de formar jovens menos resistentes ao risco e mais empreendedores. Porém, os efeitos desse tipo de mudança somente são sentidos no longo prazo. No nível educacional superior é maior o número de países com percepção mais positiva sobre essa condição. Dentre eles, destacam-se EUA, Cingapura, Argentina, Colômbia, Islândia, México, Bélgica, Emirados Árabes e Indonésia (ibid., p. 139)

Em relação às condições limitantes ao empreendedorismo no Brasil, cerca de 70% dos especialistas concentraram-se em (ibid., p. 175):

1. Políticas Governamentais (26,7%);
2. Apoio Financeiro (23,8%); e
3. Educação e Capacitação (17,1%).

Cerca de 60% das menções feitas pelos especialistas consideram quatro condições como mais favoráveis para as atividades empreendedoras no Brasil (id.):

1. Clima Econômico (19,2%);
2. Programas Governamentais (15,4%);
3. Normas Culturais e Sociais (12,5%); e
4. Capacidade Empreendedora (12,5%).

As principais recomendações dos especialistas mostram necessidades de incentivos assim distribuídos (ibid., p. 200):

1. Políticas Governamentais (36,2%);
2. Educação e Capacitação (19%);
3. Programas Governamentais (14,3%); e
4. Apoio Financeiro (13,3%).

As políticas públicas de apoio às micro e pequenas empresas devem ser baseadas na filosofia de trabalho do fenômeno em questão - empreendedorismo -, independente do nome que se queira dar à política, sejam Pólos Industriais, “Clusters”, Distritos Industriais, Sistemas Locais de Produção ou Arranjos Produtivos Locais. Entre os fatores importantes em uma política de apoio às micro e pequenas empresas inseridas em Arranjos Produtivos Locais e Sistemas Locais de Produção, destacam-se (ibid., p. 206):

1. A política deve conter ações de curto prazo, para dar resultados animadores aos atores locais;
2. Também devem conter ações de médio e longo prazo, com indicadores capazes de mensurar os resultados;

3. A política deve aglutinar os esforços de variadas instituições, a exemplo do SEBRAE, Governos Estadual, Federal e Municipal, federações e associações representativas dos empregadores e empregados, universidades, centros de pesquisa;
4. Apesar de as instituições supracitadas serem importantes no processo, sua intervenção deve ser norteadada pela identificação das demandas dos atores locais, que devem desde o início sentir-se o objeto e o executor da política;
5. As ações das instituições externas devem ser estruturantes, não se devem executar ações que sejam diretoras para um grupo de empresas, mas sim para o conjunto das empresas, a exemplo de centros de *design*, centros de tecnologia, cursos técnicos, escolas e outros; e
6. A participação efetiva dos atores locais é decisiva para o sucesso e a sustentabilidade dos negócios.

Empreendedorismo no Brasil em 2007

Os resultados do Relatório GEM 2007 confirmam a vocação empreendedora do povo brasileiro, apresentando uma taxa de atividade empreendedora de 12,7% em que praticamente 13 em cada cem brasileiros adultos estão envolvidos com alguma atividade empreendedora. Embora o Brasil esteja entre os dez mais empreendedores, dos 7,5 milhões de empreendedores brasileiros, 41,6% não o fazem voluntariamente, mas por necessidade. Mesmo considerando-se a função social que esse contingente exerce, não se faz empreendedorismo como acontece com o empreendedor que explora novas oportunidades, utiliza tecnologias de ponta e busca nos mercados internacionais as condições necessárias ao crescimento sustentável e a geração da efetiva riqueza nacional (Kruger Passos et al, op. cit., p. 7-8).

A taxa de 12.7% de empreendedorismo inicial no Brasil é representativa quando comparada com outros países que desempenham importante papel no cenário mundial. A análise da tabela 3.1 mostra que, ao longo do tempo, o Brasil, a China e o Peru apresentaram taxas sempre superiores a 10, mantendo sua posição entre os mais dinâmicos do mundo em termos de atividade empreendedora (ibid., p. 10).

Outra comparação relevante é com os países integrantes do Grupo das Sete Nações mais Ricas do Mundo (G7). Cabe ressaltar que a amostra não contempla informações sobre o Canadá e a Alemanha, que não participaram da pesquisa. Esse grupo de países apresenta TEA média de 5,53; os Estados Unidos o país mais empreendedor dentre eles, apresenta uma TEA de 9,61 e a França o menos empreendedor, apresenta uma taxa de 3,17. Portanto, para cada cidadão habitante do grupo de países mais desenvolvidos desempenhando alguma atividade empreendedora, existem mais de dois brasileiros realizando atividade de mesma natureza (ibid., p. 26).

Tabela 3.1 – Evolução dos empreendedores iniciais (TEA) - 2001 a 2007

Grupo de Países / Países	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Brasil	14,2	15,53	12,9	13,55	11,32	11,65	12,72
Membros do G7							
Reino Unido	7,8	5,37	6,36	6,19	6,22	5,77	5,53
Estados Unidos	11,61	10,51	11,94	11,33	12,44	10,03	9,61
Itália	10,16	5,9	3,19	4,32	4,94	3,47	5,01
Japão	5,19	1,81	2,76	1,48	2,2	2,9	4,34
França	7,37	3,2	1,63	6,03	5,35	4,39	3,17
BRIC							
Rússia	6,93	2,52	-	-	-	4,86	2,67
China	-	12,34	11,59	-	13,72	16,19	16,43
Hong Kong	-	3,44	3,23	2,97	-	-	9,95
Índia	11,55	17,88	-	-	-	10,42	8,53
Sul-Americanos							
Uruguai	-	-	-	-	-	12,56	12,21
Venezuela	-	-	27,31	-	25,00	-	20,16
Argentina	11,11	14,15	19,7	12,84	9,49	10,24	14,4
Chile	-	15,68	16,87	-	11,15	9,19	13,43
Colômbia	-	-	-	-	-	22,48	22,72
Peru	-	-	-	40,34	-	40,15	25,89

Fonte: Kruger Passos et al, 2008, p. 26

Outra comparação interessante se dá em relação aos vizinhos brasileiros na América do Sul, que participaram da pesquisa. O Brasil é o penúltimo colocado dentre os integrantes sul-americanos da pesquisa, ficando à frente apenas do Uruguai, que apresentou TEA de 12,21. Chama a atenção que Venezuela, Colômbia e Peru apresentaram taxas bastante elevadas: 20,16, 22,72 e 25,89, respectivamente. Os fatores que contribuem para explicar taxas tão elevadas talvez residam na menor complexidade da economia desses países, o que pode estimular uma maior atividade

empreendedora por necessidade, em razão da escassez de postos formais de trabalho (ibid., p. 27).

Os países que compõem o BRIC têm apresentado elevado crescimento econômico no período histórico recente, com ressalva ao desempenho brasileiro. Esses países apresentam semelhanças dadas suas proporções territoriais e, por representarem grandes mercados potenciais. Rússia, Índia e China apresentaram crescimento da renda *per capita* superior a 6% nos últimos quatro anos, com destaque para a China que, em 2006, atingiu um crescimento de 10% (ibid., p. 28). O Brasil, entretanto, não acompanha tal desempenho, apresentando crescimento médio de cerca de 2,8% no mesmo período.

Porém, ao se observar o mesmo grupo em relação ao desempenho empreendedor, a relação modifica-se: o Brasil apresenta a segunda maior TEA entre os integrantes do BRIC na pesquisa (id.). Como em anos anteriores, demonstrou a grande capacidade empreendedora de sua população ao atingir uma TEA de 12,72. Esse valor o posiciona na 9ª colocação entre os 42 países que participaram da pesquisa de 2007. O valor da TEA para 2007 é muito semelhante à média dos últimos sete anos de participação do Brasil, que é de 12,83. Ao se comparar esse valor à média da TEA para os países que participaram de todas as coletas de 2001 a 2007, pode-se observar que a taxa média brasileira permanece sistematicamente acima da média mundial. Ou seja, a população brasileira é em média 87,61% mais empreendedora do que o grupo de países que participaram de todas as edições da Pesquisa GEM de 2001 a 2007 (ibid., p. 32) A tabela 3.2 mostra essa evolução.

Tabela 3.2 – Evolução da TEA brasileira em comparação com a média de demais países

Países	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2001-2007
Países Participantes	8,65	6,49	6,98	6,47	6,39	6,07	6,82	6,84
Brasil	14,2	13,53	12,9	13,48	11,32	11,65	12,72	12,83

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 32.

Outro fator de fundamental importância para compreender a evolução da realidade empreendedora do Brasil é a motivação para a ação empreendedora. A tabela 3.3 evidencia primeiramente que, após o choque abrupto em 2001, sobre a economia mundial, inclusive a brasileira, a atividade empreendedora cresceu por necessidade em proporção à atividade empreendedora total. A partir dessa ruptura, as

oportunidades de negócio restabeleceram-se paulatinamente no Brasil. A atividade empreendedora por oportunidade diminuiu de 59,97% em 2001 para 42,75% em 2002. A partir de 2003, a atividade retoma o crescimento até atingir em 2007 o valor de 56,84% da população total empreendedora no Brasil (ibid., p. 34).

O empreendedor genuinamente motivado por oportunidade é aquele que a persegue com o intuito de obter independência ou aumento de renda pessoal. A partir desse filtro analítico, seria de 39% a proporção de empreendedores por oportunidade no Brasil em 2007. A diferença em relação aos 56,8% de empreendedores por oportunidade, mencionada antes, refere-se ao contingente de empreendedores que indicam razões de busca pelas oportunidades diferentes das citadas (ibid., p. 35).

Tabela 3.3 - Proporções de empreendedores por motivação

ANO	Empreendedorismo por Oportunidade	Empreendedorismo por Necessidade
2001	59,97%	40,03%
2002	42,75%	57,03%
2003	55%	45%
2004	56%	44%
2005	57%	43%
2006	55%	45%
2007	56,84%	43,16%

Fonte: elaborada a partir de Kruger Passos, 2008, p. 35.

A pesquisa mostra que houve um aumento da participação dos empreendimentos iniciais relacionados ao setor de serviços, sendo que a maioria desses negócios está relacionada ao comércio varejista de artigos em geral, à venda por catálogos e aos pedidos por correio, utilizando tecnologia informática e telecomunicação (ibid., p. 38-39). Os resultados da pesquisa mostram que os empreendimentos no Brasil, independentemente do seu estágio de permanência no mercado, ao longo do período 2001-2007, concentram-se nas atividades de comércio varejista e na indústria de transformação (ver tabela 3.4). As atividades relacionadas a esse setor são variadas, predominando aquelas relacionadas à produção de alimentos e confecção de roupas (ibid., p. 39).

Tabela 3.4 - Empreendedores iniciais por setor de atividades no Brasil - 2002 a 2007

Setor de Atividades	Empreendedores Iniciais						
	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2002 a 2007
	Proporção (%)						
Setor Extrativista	2,0	2,5	2,7	1,7	2,1	3,1	2,2
Setor de Transformação	29,9	47,3	18,6	33,9	33,8	31,8	32,6
Serviços orientados às empresas	13,5	9,9	11,8	6,7	6,7	9,2	9,0
Serviços orientados aos consumidores	54,5	40,4	66,8	57,5	57,5	55,9	56,1

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 37.

Ao serem analisadas as condições nacionais de estímulo aos empreendimentos de alto crescimento, observou-se que, ao longo do período de 2005 a 2007, praticamente não foram implementadas políticas e programas nacionais nessa direção. Apenas em 2007, constatou-se uma avaliação positiva do apoio ao empreendedorismo (ibid., p. 48).

Em 2007, a pesquisa GEM reafirmou a constatação identificada em anos anteriores de que o empreendedorismo brasileiro se faz, fundamentalmente, a partir de recursos próprios dos empreendedores (autofinanciamento), com apoio substancial de parentes (62%) e os montantes utilizados para abertura dos negócios em geral são muitos baixos. Dos empreendedores em estágio inicial, 35% afirmam ser menor do que R\$ 2.000,00 a quantia necessária para abertura de seu negócio (ver tabela 3.5). É importante salientar que pouco mais de um terço destes afirmam não necessitar de recurso algum para iniciar o empreendimento, o que denota a simplicidade na concepção dos empreendimentos e a dificuldade do empreendedor em valorizar os recursos necessários à operação da atividade (ibid., p. 57).

No Brasil, em 2007, quando se tratou de um empreendimento conduzido por um empreendedor motivado por oportunidade, o empreendimento requereu em média, R\$ 13.000,00, valor 2,3 vezes superior ao requerido para os empreendimentos motivados por necessidade (ibid., p. 58).

Tabela 3.5 – Recursos segundo estágio dos empreendedores no Brasil - 2007

RECURSOS TOTAIS Necessários para iniciar um novo negócio (R\$)	ESTÁGIO			
	Nascente	Nova	TEA	Estabelecidos
	Proporção (%)			
Nada	13	23	20	34
Menos de R\$ 2.000,00	17	44	35	29
De R\$ 2.000,00 a R\$ 10.000,00	36	21	26	18
De R\$ 10.000 a R\$ 20.000,00	17	6	9	7
De R\$ 20.000 a R\$ 30.000,00	4	2	3	4
Mais de R\$ 30.000,00	14	4	7	8

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 57.

A pesquisa apresenta como tendência emergente o trabalho da dona-de-casa com filhos, que busca na informalidade compatibilizar o trabalho doméstico com atividades que complementem a renda familiar, e a tendência do jovem que hoje assume um novo perfil no mercado de trabalho, criando e recriando sua condição de trabalho, como intra-empendedor em uma organização, como empreendedor em uma microempresa, como terceirizado, ou mesmo desenvolvendo uma atividade empreendedora como autônomo (ibid., p. 69).

Em 2007, as mulheres representaram 52% dos empreendedores no Brasil, invertendo uma tendência histórica quando considerado o período 2001-2007. Pode-se observar com mais clareza essa inversão quando se destaca o ano de 2001, quando os homens empreendedores representavam 71% contra 29% das mulheres (ver tabela 3.6) (ibid., p. 75).

Tabela 3.6 - Empreendedores iniciais por gênero no Brasil - 2001 a 2007

Gênero	2007	2006	2006	2004	2003	2002	2001	2001-2007
	Proporção (%)							
Homem	47,6	56,2	50,0	56,6	53,2	57,4	70,9	56,3
Mulher	52,4	43,8	50,0	43,4	46,8	42,4	29,1	43,7

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 75.

A necessidade é o fator de motivação para a mulher iniciar o empreendimento. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, essa proporção aumenta para 63% para as mulheres (tabela 3.7). Esses dados confirmam a tendência apresentada pelos dados da PNAD, que indicam que as mulheres buscam alternativa de empreendimentos para complementar a renda familiar, ou ainda porque nos últimos anos elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família (ibid., p. 75-76).

Tabela 3.7 – Empreendedores iniciais por motivação segundo gênero no Brasil - 2001 a 2007

Gênero	TEA		MOTIVAÇÃO			
			Oportunidade		Necessidade	
	Proporção (%)					
	2001 - 2007	2007	2001-2007	2007	2001-2007	2007
Homem	56	48	60	54	52	38
Mulher	44	52	40	46	48	63

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 75.

Em relação aos anos anteriores, a mulher empreende mais por oportunidade. Contudo, considerando a evolução no período 2001-2007, observa-se um crescimento constante da participação da mulher empreendedora tanto por oportunidade como por necessidade (ibid., p. 76).

Quando se faz o comparativo da ação empreendedora de 2007 em relação ao estágio do negócio, um outro aspecto da situação confirma a tese da entrada gradativa da mulher no mercado de trabalho: a mulher supera a participação do homem nos empreendimentos de estágio nascente (53%) e nos empreendimentos novos (52%). A mulher empreendedora é minoria nos empreendimentos estabelecidos (38% contra 62%) (ver tabela 3.8). O que se observa é que, com a entrada mais recente da mulher na atividade empreendedora, os novos empreendimentos ainda não tiveram tempo para consolidar-se no mercado (ibid., p. 78-79).

No mesmo período, a mulher empreendedora apresenta uma melhor percepção do ambiente empreendedor, embora ainda inferior à percepção masculina. Ela identifica mais claramente a percepção da ação empreendedora como opção de carreira e o “status” associado à ação empreendedora, e tem mais informações fornecidas pela mídia de casos de sucesso da ação empreendedora (ver tabela 3.9) (ibid., p. 80).

Tabela 3.8 – Empreendedorismo inicial e por estágio segundo gênero (Brasil - 2007)

GÊNERO	TEA		Nascentes		Novos		Estabelecidos	
	Taxa (%)	Proporção (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Proporção (%)	Taxa (%)	Proporção (%)
Homem	12,7	47,6	4,1	47,0	8,1	48,0	12,2	62,0
Mulher	12,7	52,4	4,2	53,0	8,2	52,0	7,0	38,0

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 76.

Tabela 3.9 – Percepção do ambiente empreendedor por gênero (Brasil - 2003 a 2007)

AFIRMAÇÕES	GÊNERO	
	Homem	Mulher
	Proporção (%)	
No Brasil a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira	77,3	76,8
Consideram que no Brasil aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm <i>status</i> e respeito perante a sociedade	77,6	74,1
Consideram que no Brasil se vêem frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	72,7	73,1

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 80.

Mulheres e homens, quando indagados sobre a sua preocupação com relação aos aspectos ambientais (tabela 3.10), afirmaram concordar totalmente quanto à opção de compra junto a empresas que se preocupam com questões ambientais. Ou seja, tanto mulheres como homens têm consciência associada à preocupação ambiental (ibid., p. 81).

Tabela 3.10 – Preocupação ambiental por gênero (Brasil - 2007)

Ao comprar, você dá preferência para empresas que se preocupam com questões ambientais	GÊNERO		Total
	Homem	Mulher	
	Proporção (%)		
Concordo totalmente	63,9	63,8	63,9
Concordo parcialmente	18,6	20,2	19,4
Nem concordo nem discordo	9,1	8,1	8,6
Discordo totalmente	3,0	3,7	3,3
Discordo parcialmente	5,4	4,3	4,8

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 81.

Em síntese, as informações analisadas sobre a inserção da mulher tanto no mercado de trabalho como na ação empreendedora demonstram a consolidação do

papel da mulher na atividade econômica contemporânea, superando a participação do homem em termos da ação de empreender. No entanto, apesar de ter superado os homens em termos de escolaridade e de ação empreendedora, restam-lhe ainda disparidades na percepção sobre o empreendimento e quanto à remuneração obtida em relação aos homens (ibid., p. 81).

A pesquisa destaca a ação empreendedora jovem. No atual contexto das transformações do modelo contemporâneo de produção, o empreendimento pode ser uma oportunidade efetiva para o jovem se inserir no mercado de trabalho. No entanto, observa-se que as condições culturais, de educação formal, política e institucional não favorecem ou estimulam o jovem a iniciar um empreendimento independente ou manter seu empreendimento como uma trajetória ocupacional efetiva (id.).

Ao mesmo tempo em que as famílias estimulam os filhos a procurarem emprego formal por ser mais estável e envolver menos riscos, o sistema educacional é direcionado para a formação do jovem para um trabalho baseado nas relações de dependência e a situação socioeconômica do Brasil, com baixas taxas de crescimento, não gera oportunidades de negócios ou empregos suficientes para a população economicamente ativa. O jovem menos experiente, então, continua em situação de desemprego, em empregos precários ou em empregos temporários. Essa situação reduz a possibilidade de constituição de trajetórias ocupacionais e de vida vinculadas à atividade empreendedora que lhe possibilite ascensão social (ibid., p. 82).

Alguns dados recentes da PNAD-IBGE têm evidenciado essas condições. A taxa de desemprego do jovem de 15 a 24 anos subiu de 11,4% em 1995 para 19,4% em 2005, taxa bem superior à taxa média de desemprego das demais faixas de idade (menos de 15 anos e mais de 24 anos). Segundo M. Porchmann (2007, apud ibid., p. 82), os dados da PNAD-IBGE demonstram que de cada 100 jovens que entram no mercado de trabalho somente 45 encontram algum tipo de ocupação. Quando analisada pelo enfoque de gênero, essa situação é ainda mais precária: entre 100 jovens mulheres, somente 40 encontram algum tipo de ocupação.

Apesar do aumento do nível de escolaridade do jovem brasileiro e da maior facilidade do jovem de envolvimento com as tecnologias de informação e

comunicação, a baixa taxa de criação de emprego e o sistema nacional de ensino de baixa qualidade geram grande dificuldade de ascensão social por meio do emprego formal e, conseqüentemente, reproduz um quadro geral de desânimo juvenil. O empreendedorismo é uma saída para a situação de trabalho do jovem brasileiro, para 19,5% da população de empreendedores em estágio inicial, enquanto que para os empreendedores estabelecidos essa proporção cai significativamente (4,7%) (ver tabela 3.11) (ibid., p. 83).

Tabela 3.11 - Empreendedores iniciais e estabelecidos por faixa etária no Brasil - 2007

Faixa Etária (anos)	Empreendedores Iniciais (TEA) (Proporção%)					Estabelecidos (%)
	Motivação		Estágio			
	Oportunidade	Necessidade	Nascente	Novas	Total	
18 a 24	14,5	25,0	19,3	19,6	19,5	4,7
25 a 34	36,2	26,0	27,7	33,1	31,3	22,1
35 a 44	28,3	26,0	26,5	27,0	26,8	34,2
45 a 54	15,9	18,3	21,7	15,3	17,5	22,1
55 a 64	5,1	4,8	4,8	4,9	4,9	16,8

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 83.

Os jovens empreendedores na América Latina e no Brasil têm tido condições pouco favoráveis para iniciarem empresas dinâmicas e vinculadas às novas oportunidades de mercado em comparação com outros países, desenvolvidos ou emergentes. Eles encontram dificuldade em termos de suporte institucional, acesso às redes de produção estabelecidas, financiamento do capital de risco, infra-estrutura adequada e trabalhadores treinados para empreendimentos inovadores. Os jovens empreendedores por oportunidade formam um grupo relativamente pequeno (9%). Eles têm habilidade para identificar boas oportunidades de negócio e começar uma atividade empreendedora sustentável. Geralmente, um jovem empreendedor por oportunidade começa a pensar no seu empreendimento no final do segundo grau e a maioria cria sua empresa entre esse período e o final dos estudos universitários (id.)

O empreendedorismo emergente colocado para o jovem brasileiro é voltado basicamente para a necessidade e para a sobrevivência. Segundo os dados do GEM 2007, somente 14% dos empreendedores por oportunidade são jovens, para uma proporção de 25% dos empreendedores por necessidade (tabela 3.11). Ou seja, o jovem esta empreendendo mais por necessidade; é um jovem que busca entrar no

mercado de trabalho, com necessidade de garantir sua sobrevivência, ser reconhecido, conhecer e construir sua identidade (ibid., p. 84).

A tabela 3.11 mostra que cerca de 20% dos empreendimentos novos e nascentes são de empreendedores na faixa de 18 a 24 anos. No entanto, somente 5% dos empreendedores dessa faixa são representantes de empresas estabelecidas. Essa informação demonstra claramente que o jovem inicia um novo negócio na tentativa de resolver sua necessidade de emprego, entrada no mercado de trabalho, experiência profissional e acesso à renda. O empreendimento para gerar auto-emprego normalmente tem dificuldade de se manter no mercado e se tornar um empreendimento sustentável. Na perspectiva do Brasil e dos países da América Latina, esse funil é muito mais estreito, pelas próprias condições socioeconômicas, culturais e de formação do jovem empreendedor (ibid., p.85)

A tendência geral da população jovem é ter uma representatividade maior nos empreendimentos nascentes e novos em 2007, enquanto nas empresas estabelecidas os empreendedores com idades mais avançadas são os que têm maior representatividade (ibid., p. 84-85).

O GEM 2007 apresenta que, de um modo geral, há uma valorização social do empreendedor. Homens e mulheres, empreendedores e não empreendedores, em um percentual em torno de 75%, no período considerado de 2003-2007, independentemente de faixa etária, escolaridade e renda, valorizam socialmente o empreendedor. Eles acreditam que o empreendedorismo é uma opção de carreira, atribuindo-lhe “status” e reconhecimento pela mídia, ou seja, o empreendedor brasileiro tem uma representação social positiva (ibid., p. 92).

Observa-se pela pesquisa que, no que tange à utilização de tecnologias de informação (tabela 3.12) e hábitos culturais (tabela 3.13), o empreendedor não se diferencia significativamente do não-empendedor. Existem algumas especificidades quando se compara o empreendedor por necessidade do empreendedor por oportunidade. O empreendedor por oportunidade tem mais acesso a computadores e internet ADSL e também se diferencia um pouco no que se refere aos meios de informação, utilizando mais o jornal impresso do que o empreendedor por necessidade (ibid., p. 94).

Tabela 3.12 – Domicílios com computador e com acesso à internet - Brasil 2007 (proporção)

	EMPREENDEDORES INICIAIS	EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS	NÃO-EMPREENDEDORES	TT
Domicílio tem computador				
Sim	35	31	29	30
Não	65	69	71	70
Acesso à internet no domicílio				
Sim	78	88	82	78
Não	22	12	18	22
Tipo de Conexão				
Conexão discada	34	43	38	46
ADSL	63	51	57	52
Outros	3	6	5	2

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 95.

Tabela 3.13 – Acesso aos meios de informação de empreendedores e não-empreendedores (Brasil - 2007)

Meios de Informação	EMPREENDEDORES INICIAIS	EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS	NÃO-EMPREENDEDORES	TT
Televisão	91	90	90	92
Rádio	37	42	39	38
Jornal impresso	28	27	28	24
Revistas	14	8	12	10
Internet	23	20	22	19
Outro	2	1	2	2
Nenhum	0	0	0	0

Fonte: Kruger Passos, 2008, p. 95.

3.2 Agências para o desenvolvimento local

ANPROTEC¹

A Associação Nacional das Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC) nasceu em 30 de outubro de 1987, como resultado de um seminário organizado no Rio de Janeiro pelas entidades que já atuavam ou tinham interesse na área do empreendedorismo e inovação. A associação foi uma das primeiras entidades do gênero no mundo, sendo criada apenas dois anos depois da congênere norte-americana “National Business Incubation Association” (NBIA), e três anos depois da “International Association of Science Parks” (IASP).

O objetivo da ANPROTEC é despertar a atenção de lideranças comunitárias, de empreendedores e, principalmente, dos prefeitos municipais, para a importância de se pensar em um novo tipo de cidade e construí-la: uma cidade que acredita na

¹ Informação sobre a ANPROTEC pode ser obtida no site: <http://www.anprotec.org.br>.

força das pessoas para empreender e inovar, e em que as pequenas empresas e os negócios inovadores podem criar novos caminhos para o desenvolvimento da região e para a promoção da qualidade de vida e igualdade social; uma cidade que se integra cada vez mais com o campo, gerando um novo tipo de município, em que a zona rural e a área urbana se complementam e beneficiam; e que, mesmo sendo pequena, consegue planejar o seu futuro, valorizando o potencial local e aproveitando as oportunidades do mercado global.

Apesar do pioneirismo, os fundadores propuseram uma designação que apontava os grandes desafios a serem perseguidos pela entidade ANPROTEC, Associação Nacional das Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. Desde então, esta designação sofreu apenas uma alteração, em 1999, quando o termo “Tecnologias Avançadas” foi substituído por “Inovadores”.

A ANPROTEC é a entidade que reúne alguns dos projetos que estão conseguindo transformar empreendedorismo e inovação em geração de emprego, renda, competitividade e desenvolvimento sustentável. Um dos seus principais atores é o governo. A “Agenda das Cidades Empreendedoras e Inovadoras” é um programa que vem, através de forte iniciativa de governo, com políticas públicas de incentivo aos pequenos negócios e com integração entre empresas, governo e sociedade civil, realizar projetos de incentivo ao empreendedorismo por inovação.

Muitas cidades brasileiras estão provando que é possível encontrar novos caminhos para construir um processo de desenvolvimento sustentável para a região. Os exemplos são os mais diversos, desde cidades com menos de 5 mil habitantes que estão, verdadeiramente, recriando-se, até cidades com cerca de 30 mil habitantes que estão se redescobrando; de cidades de médio porte que estão fomentando novas frentes de desenvolvimento até cidades maiores, que estão integrando e tornando mais competitivos os diversos segmentos da economia local. Os casos de cidades que estão crescendo e promovendo distribuição de renda pela força do empreendedorismo e da inovação atingem os mais diferentes setores.

A maioria das micro e pequenas empresas não sobrevivem mais do que três anos, gerando uma perda, na economia, de mais de R\$ 6 bilhões por ano. Projetos empreendedores e inovadores estão mudando pequenas e médias cidades em todo território brasileiro. As pessoas que vivem na cidade ou no campo sempre esperam

do governo obras que venham a promover qualidade de vida e bem-estar para toda a população. Estradas, escolas, hospitais, praças, saneamento básico e moradia são alguns dos exemplos de obras que ajudam a melhorar a vida das pessoas, porque promovem a melhoria dos serviços públicos ou da infra-estrutura da região. Mas, também existem obras que podem ajudar as pessoas pela geração de emprego e renda. São as obras associadas ao empreendedorismo e à inovação, voltadas para a criação e consolidação de negócios inovadores e competitivos. Muitos municípios estão conseguindo promover iniciativas empreendedoras e inovadoras para desenvolver as suas regiões por meio da implementação de:

- Incubadoras de Empresas – Ambientes dotados de infra-estrutura física e todo um conjunto de serviços de suporte voltados para o apoio à criação e ao desenvolvimento de novos empreendimentos nas mais diversas áreas: setores tradicionais, tecnologia, “design”, artesanato etc;
- Parques Tecnológicos – Grandes espaços planejados para abrigar, permanentemente, empresas inovadoras, apoiando seu desenvolvimento e sua competitividade, estimulando a sua integração com entidades de ensino e pesquisa, e contribuindo com a orientação do desenvolvimento urbano de uma região;
- Condomínios Empresariais – Espaços empresariais preparados para receber empresas dentro de um sistema cooperativo de rateio de custos, e busca de soluções para competitividade;
- Parques Agroindustriais – Grandes áreas localizadas em torno de regiões urbanas ou em áreas rurais, voltadas para receber equipamentos, empreendimentos e infra-estruturas estratégicas para o desenvolvimento de agronegócios;
- Arranjos Produtivos Locais (APLs) - Iniciativas organizadas, envolvendo empresas de um mesmo setor ou cadeia produtiva, localizadas numa determinada localidade, que buscam se diferenciar do mercado por meio de ações coletivas inovadoras;
- Hotel de projetos – Programas implantados em instituições de ensino ou pesquisa com o objetivo de estimular e apoiar o surgimento de novos projetos de empreendimentos;

- Escolas de Empreendedores – Programas especialmente desenvolvidos para promover a cultura empreendedora em instituições, organizações e mesmo em cidades, bem como, estimular a criação de novos projetos, idéias e empresas; e
- Pólos de Desenvolvimento – Programas formalmente estabelecidos para promover o planejamento, o desenvolvimento e a implantação de projetos de “cidades tecnológicas” ou “cidades inovadoras” focadas num determinado setor.

A taxa de sobrevivência média das empresas geradas nas incubadoras de empresas é 82%, e observa-se que tanto a incubadora, o parque ou os demais mecanismos de promoção de empreendimentos inovadores acabam, normalmente, assumindo três funções paralelas, mas extremamente importantes:

1. Vitrine – uma incubadora ou um parque acabam se tornando uma grande vitrina do empreendedorismo e da inovação numa cidade. Isso acaba sendo fundamental para disseminar a cultura de desenvolvimento na região, atrair investimentos e vender outros projetos estratégicos;
2. Laboratório – a implantação de um projeto dessa natureza oferece à cidade a oportunidade para testar e experimentar estratégias, caminhos e soluções para o seu desenvolvimento;
3. Plataforma – finalmente, um dos grandes resultados da implantação de uma incubadora, parque ou pólo tecnológico é a montagem de uma verdadeira plataforma para a estruturação e o lançamento de outros projetos estratégicos para o desenvolvimento da cidade e da região.

As Incubadoras de Empresas começaram a surgir no Brasil, no final da década de 80. Hoje, são mais de 250 em todo o Brasil. Existem incubadoras em cidades com 20 mil habitantes e em metrópoles com mais de 10 milhões. Em todos esses casos, as incubadoras estão fazendo germinar e crescer novos empreendimentos nos mais diferentes setores da economia. As incubadoras de empresas são mecanismos extremamente simples e objetivos para promover o empreendedorismo e

a inovação numa cidade. Algumas comparações freqüentemente adotadas ajudam a entender melhor o conceito de incubadora:

1. Shopping de Empresas – A incubadora é um endereço privilegiado, onde novas empresas podem instalar-se e desenvolver-se, contando com serviços especializados e podendo atingir um público diferenciado. Em algumas cidades, as incubadoras estão sendo utilizadas também para divulgar produtos e serviços de outras empresas da região.
2. Laboratório de Empresas – a incubadora é um ambiente adequado para experimentar novos conceitos, testar novas idéias e lançar novos produtos. Pode ser uma nova tecnologia ou um novo jeito de fazer um produto antigo. Pode ser uma nova forma de resolver um problema já conhecido ou uma idéia para aproveitar uma oportunidade ainda não percebida pelo mercado.
3. Escolas de Empresas – a incubadora é uma escola, um lugar onde jovens empreendedores se transformam em empresários; onde os empregados aprendem um novo ofício; onde a cidade aprende a reconhecer a importância do empreendedorismo.
4. Microambiente favorável - a incubadora cria um ambiente favorável ao surgimento de novas idéias e, principalmente, ao desenvolvimento sustentado dos novos empreendimentos. Uma empresa, em uma incubadora, cresce mais rápido e sobrevive mais tempo.

A criação de novos negócios e o fortalecimento dos negócios existentes proporcionam a geração e manutenção dos empregos, melhor distribuição da renda e a geração de impostos que permitirão investimentos em áreas prioritárias para a região. Dessa forma, é possível promover um processo realmente sério de desenvolvimento sustentado, com os seguintes passos:

1. Estimular e apoiar a criação de novas empresas;
2. Preparar as pessoas para atuar em novos segmentos de mercado;
3. Propor novas formas de aproveitar o potencial e a vocação da região para criação de novos produtos e serviços;

4. Descobrir meios de manter os jovens e as pessoas criativas e talentosas na cidade de origem, evitando a fuga para grandes centros;
5. Envolver a comunidade para discutir caminhos de fortalecimento econômico da região;
6. Criar um ambiente favorável ao surgimento de idéias criativas que possam gerar novos negócios, promovendo o desenvolvimento da região.

No relatório “Aventura do Possível” (2007), em comemoração aos 20 anos de atuação da instituição, a ANPROTEC divulgou dados importantes sobre os conceitos com que trabalha:

- Mais de 40% das universidades federais do país contam com uma incubadora;
- 88% das incubadoras priorizam o desenvolvimento econômico regional;
- 97% das incubadoras priorizam o incentivo ao empreendedorismo;
- Mais de 7.000 participantes nas 17 edições do Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas;
- 33% dos finalistas do Prêmio de Inovação Tecnológica da FINEP, nos últimos três anos, nas categorias “produto”, “processo” e “pequena empresa”, nasceram das incubadoras;
- 64% dos municípios com menos de um milhão e mais de 300 mil habitantes possuem uma incubadora ou parque tecnológico;
- 45 publicações lançadas na área de incubadoras, parques e empreendedorismo inovador;
- 84% das incubadoras priorizam a geração de empregos;
- 60 cursos e 50 encontros envolvendo mais de 10 mil participantes;
- 72% das incubadoras priorizam o desenvolvimento tecnológico;
- 20% dos municípios com mais de 50 mil e menos de 300 mil habitantes possuem uma incubadora ou parque tecnológico;
- 40% dos finalistas de Prêmio de Inovação Tecnológica da FINEP, nos últimos três anos, nas categorias “Instituição de Ciência e Tecnologia” e “Instituição Social”, possuem uma incubadora de empresas;

- 100% dos municípios brasileiros com mais de 1 milhão de habitantes possuem uma incubadora ou parque tecnológico;
- 300 mil horas/homem de treinamento;
- Tempo médio de incubação é de quatro anos;
- Tamanho médio de equipe das incubadoras é de cinco pessoas;
- Existem cerca de 400 incubadoras no Brasil;
- 25 unidades da Federação possuem incubadoras;
- 10 parques tecnológicos em operação;
- Cerca de 1500 empresas graduadas;
- Empresas de Incubadoras e parques geram cerca de 33 mil postos de trabalho direto;
- 16 das 20 melhores universidades públicas do país contam com incubadoras de empresas e 11 estão vinculadas a projetos de parques tecnológicos;
- Mais de 40 projetos de parques em desenvolvimento;
- Taxa de mortalidade das empresas incubadas abaixo de 20%;
- Mais de 6300 empresas vinculadas a incubadoras;
- 2800 empresas incubadas e mais de 2000 empresas associadas;
- Empresas nos parques tecnológicos são cerca de 150;
- Faturamento estimado das empresas graduadas em incubadoras é de R\$1,6 bilhões;
- Recursos públicos aplicados nas incubadoras e parques tecnológicos ao longo de 20 anos é de aproximadamente R\$ 150 milhões (cerca de 35% do custo do movimento em 20 anos);
- Custo de implantação e operação aproximado das incubadoras e parques tecnológicos ao longo de 20 anos é de R\$ 430 milhões;
- Estimativa de impostos gerados anualmente é de R\$ 400 milhões;
- Faturamento médio das empresas incubadas é de R\$ 400 milhões;
- Percentual do custo assumido pelas entidades gestoras ou empresas incubadas é de 65%; e,

- Custo médio para geração de uma empresa inovadora é de R\$ 70 mil/empresa.

Projeto Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento Local²

Em 2005 e 2006, o Instituto Cidadania convocou e coordenou um amplo programa de discussões, seminários, entrevistas, estudos, pesquisas e produção de textos com vistas a propor ao Brasil uma inovadora Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento Local. Foram realizadas nove reuniões plenárias, três seminários e duas oficinas temáticas, reunindo especialistas reconhecidos nacionalmente e representantes de importantes organismos e instituições que se dedicam ao tema no Brasil, compondo uma rede pluralista e suprapartidária.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com seu alcance nacional e capilaridade, foi um importante interlocutor nesse programa, dividindo com o Instituto Cidadania a responsabilidade por alguns eventos conjuntos, sem repasse de qualquer recurso financeiro.

O projeto mostra que parcerias entre os diversos atores pode ser um modo inteligente para o desenvolvimento. A “Fundação Banco do Brasil” patrocinou a mais extensa pesquisa já realizada no país, junto aos agentes efetivos – ou potenciais – do desenvolvimento local, entre gerentes de banco e organismos de microcrédito, membros de ONGs ligadas ao tema, sócios de cooperativas e militantes da chamada economia solidária, especialistas, estudiosos, prefeitos e outros gestores públicos. Adotando metodologia tipificada como quali-quantitativa, essa pesquisa recolheu contribuições de 5.637 brasileiros das 27 unidades da Federação, que responderam a um questionário composto de oito temas, com três questões cada.

O Instituto Pólis responsabilizou-se por um programa de entrevistas qualitativas com 25 especialistas do Brasil e 34 de países sul-americanos (Chile, El Salvador, Uruguai, Peru, Argentina, Equador e México), igualmente destinadas a colher o mais vasto leque de diagnósticos e propostas concretas, que pudessem ser

² Informação sobre o projeto pode ser obtida no relatório Projeto Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento Local 2005-2006; documento de conclusão; versão inicial para discussão, complementação e ajustes. São Paulo: Instituto Cidadania, 2006. Disponível em: <<http://ipso.org.br/06Dlfinal.pdf>>.

extraídos de incontáveis iniciativas já em curso na região, com resultados marcantes e promissores.

As plenárias mensais reuniram, em média, 50 especialistas de vários estados, representando entidades conceituadas como: ASA, CEPAM, ECOSOL, Expo-Brasil Desenvolvimento Local, FASE, GTA, IBAM, ILDES, Instituto Ethos, IPSO, ISER, Pastoral da Criança, RTS, UNISOL, bem como gestores de nove ministérios e duas secretarias estaduais, oito empresas estatais (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste, Banco do Estado de Santa Catarina, Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social, RADIOBRÁS, ELETROBRÁS e PETROBRAS), além de organismos da ONU (PNUD, OIT e BIRD), universidades de vários estados e estudiosos do tema.

O programa de estudos concluiu que os entraves ao desenvolvimento local e as propostas correspondentes para superá-los podem ser agrupados em oito eixos distintos, ainda que freqüentemente sinérgicos ou superpostos:

- 1 – Financiamento e comercialização;
- 2 – Tecnologia;
- 3 – Desenvolvimento institucional;
- 4 – Informação;
- 5 – Comunicação;
- 6 – Educação e capacitação;
- 7 – Trabalho, emprego e renda; e
- 8 – Sustentabilidade ambiental.

Os oito eixos acima apresentados integraram 89 sugestões concretas e viáveis, reunidas ao longo do desenvolvimento do projeto, e constituem uma proposta portadora de forte consistência. Representam uma visão abrangente de um conjunto de ações naturalmente interdependentes que têm, como denominador comum, justificar e estimular um esforço articulado de apoio à inclusão produtiva na base da sociedade. Trata-se de uma Proposta de Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento Local e não de uma política federal, pois ela envolve forte articulação com estados e municípios, entidades locais e regionais e diferentes setores de atividade. Não se trata de uma política “de cima”, mas de uma série de

medidas com tendência a reduzir os entraves que hoje dificultam a iniciativa dos próprios agentes locais. É um meio de liberar forças que existem e estão dando provas da sua energia.

O desenvolvimento acelerado da China, por exemplo, tem sido apresentado como obra das grandes empresas ali instaladas. É natural que os grandes nomes e os grandes anunciantes apareçam na mídia, mas não resta dúvida de que tal abordagem é seletiva, ideológica e deforma a realidade. O estudo da produtividade das pequenas unidades rurais da Europa, do peso da pequena e média empresa nos Estados Unidos, do processo de redução de pobreza que ocorre na China e dos esforços de inclusão que são empreendidos na Índia, mostra uma visão mais realista. Por trás das grandes corporações, nos países que estão crescendo e enfrentando seus dramas sociais e ambientais, existe um imenso leque de pequenas iniciativas locais de desenvolvimento. Naturalmente, aparecem pouco por serem pequenas e dispersas, mas oferecem poderosa sustentação ao conjunto. Pensar que só a grande iniciativa resolve os problemas sociais é desconhecer o poder da progressão geométrica. Pequenas iniciativas multiplicam-se e convertem-se em grandes políticas.

EMPRETEC³

O objetivo do projeto EMPRETEC é estimular os participantes a conhecerem e fortalecerem suas características empreendedoras, como estratégia para a condução dos seus negócios, de forma competitiva. O EMPRETEC é voltado para empresários ou pessoas que já tenham definido claramente seu plano para criação de uma empresa.

O EMPRETEC é um programa voltado para empresários e futuros empreendedores cuja execução, no Brasil, está a cargo do SEBRAE em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e com a Agência Brasileira de Cooperação (ABC), do Ministério das Relações Exteriores (MRE). Em operação há mais de quinze anos, o EMPRETEC visa estimular e desenvolver as características individuais do empreendedor, de forma a propiciar sua

³ Informação sobre o projeto EMPRETEC pode ser obtida no site: <http://www.sebrae.com.br>.

competitividade e permanência no mercado, por meio de metodologia vivencial especialmente desenvolvida para este fim.

Durante a década de 1960, constituiu-se, no âmbito do PNUD, um grupo de trabalho cuja finalidade era a busca de maneiras de fortalecer as economias dos países em desenvolvimento. Concluiu-se então, que o melhor caminho para a realização da proposta do grupo era o fomento às pequenas empresas, dado que, nelas, é baixo o custo por empregado gerado.

Para fomentar o nascimento de pequenos negócios, foram implementadas três ações: o acesso ao crédito com juros atraentes, a melhoria da capacitação técnica dos candidatos e a identificação de comportamentos e iniciativas presentes nos empreendedores de sucesso, indo ao encontro das propostas de Joseph A. Schumpeter e Dave C. MacClelland. A primeira das ações obteve resultados menos expressivos, à medida que se verificou um baixo retorno dos capitais. A ação mais bem sucedida foi a última.

A partir desta constatação, a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) decide prospectar experiências bem sucedidas, utilizando uma metodologia apropriada à capacitação de empresários e empreendedores, o Treinamento de Motivação para Realização (TMR), formulado a partir de observações sistemáticas realizadas por McClelland das ações de cerca de 400 casos de empreendedores de sucesso. A observação inicial ampliou-se para 16 países e cerca de 4 mil empreendedores, inclusive para o Brasil, com o isolamento das Características de Comportamento Empreendedor (CCEs).

A ONU promoveu licitação para aquisição da metodologia do desenvolvimento das CCEs. A proposta desenvolvida pela MSI foi vencedora. A proposta partiu do pressuposto de ser possível o desenvolvimento de capacidades empreendedoras em pessoas que têm potencial para tanto. A partir de experiência piloto na Argentina em 1988, a metodologia passou a ser gradativamente aplicada nos países em desenvolvimento.

O EMPRETEC chegou ao Brasil, em 1989, trazido pelo Banco de Estado do Rio Grande do Sul, que licenciou a metodologia aplicando-a na seleção de candidatos a programas de crédito, voltados a projetos de base tecnológica. Em 1993,

a metodologia passou, finalmente, a ser aplicada pelo SEBRAE, que a estendeu para todo o país, atingindo no ano de 2000 todas as unidades da Federação.

O EMPRETEC desenvolve-se por meio de seminários nos quais os participantes, após passarem por um processo de seleção, participam de *workshops* intensivos com dedicação exclusiva, que unem aspectos de conduta empresarial e exercícios práticos para aperfeiçoamento das habilidades do empreendedor voltadas para a criação e a gestão de negócios. Na última avaliação do programa, conclui-se que o EMPRETEC potencializa as características empreendedoras de indivíduos que já as têm, proporcionando-lhes ferramentas que os auxiliam no sucesso de seus negócios.

Programa Jovem Empreendedor⁴

O SEBRAE, junto com o Ministério do Trabalho e Emprego, lançou em 2004 o Programa Jovem Empreendedor, que tem o objetivo de capacitar estudantes do ensino fundamental ou médio, na faixa de 16 a 24 anos, provenientes de famílias com renda “per capita” de até meio salário mínimo. O Projeto Jovem Empreendedor integra o conjunto de políticas do governo federal destinadas ao público jovem, no âmbito do Programa Primeiro Emprego, coordenado pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Associa-se a esse quadro de políticas públicas a constituição da Confederação Nacional dos Jovens Empresários, um fórum de formação de lideranças empresariais que tem como missão representar, aglutinar e informar as entidades de jovens empresários, divulgando práticas que fortaleçam a disseminação de novos e sólidos negócios no país.

As oportunidades para o jovem empreendedor não são condizentes com seu nível maior de escolaridade e informação, ou seja, apesar de sua melhor formação, o jovem submete-se a trabalhos mais precários e com menores salários ou menor renda. Existe uma visão difundida de que o jovem faz parte de um grupo disposto a aceitar piores condições de ocupação em troca de experiência. Portanto, são fundamentais políticas voltadas para utilização de forma mais efetiva das vantagens

⁴ Informação sobre o Programa Jovem Empreendedor pode ser obtida no site: <http://www.sebrae.com.br>.

de formação e informação do jovem brasileiro que possibilitem ao jovem vislumbrar uma trajetória ascendente de projeção ocupacional.

O programa atende ao desafio de políticas voltadas para atender a heterogeneidade e o grande número de jovens, que vão desde a população jovem sem formação, desligada da família e que vive abaixo da linha pobreza, cujas alternativas de sobrevivência muitas vezes são extraídas da marginalidade, até um outro extremo de jovens com elevado nível de formação e informação, provenientes da classe média e alta que não têm perspectiva de trabalho ou de ocupação que lhes permita pelo menos manter o padrão de vida herdado da família. Sua perspectiva é de dependência familiar ou redução no padrão de vida, por falta de oportunidades condizentes com sua formação.

3.3 Empreendedorismo Social no Brasil

Neste item são apresentadas ações de disseminação do empreendedorismo social no Brasil de organizações internacionais como Artemísia, Ashoka e Fundação Schwab e o Programa Ceará Empreendedor. A Ashoka, Artemísia e Fundação Schwab são organizações que estão no Brasil com o intuito de disseminar o lado social do empreendedorismo, preocupado com as sociedades mais carentes, com a inclusão social e a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Por sua vez, o Programa Ceará Empreendedor da Secretaria do Trabalho e Empreendedorismo, no Brasil, comprova que, com uma nova consciência e comprometimento governamental, o desenvolvimento pode chegar em pouco tempo a regiões muito pobres como à do estado do Ceará.

Artemisia⁵

A Artemisia é uma instituição não-governamental, internacional, que está atuando desde 2004 no Brasil, com o objetivo de disseminar o empreendedorismo social, identificando e apoiando jovens empreendedores em comunidades carentes,

⁵ Informação sobre o programa de empreendedorismo social da Artemísia pode ser obtida no site: <http://www.artemisia.org.br/institucional.htm>.

capazes de promover uma nova cultura de negócios com impacto social positivo, geração de renda e oportunidades.

O principal programa da Artemisia Brasil é o “Programa Jovens Empreendedores”, que foi estruturado visando: etapas de seleção, desenvolvimento pessoal e profissional, auto-conhecimento, criatividade e técnicas de gestão. O programa está organizado em três pilares, cada um com uma função no desenvolvimento dos Empreendedores Artemisia e de seus projetos: acompanhamento dos negócios, comunidade e finanças. Os empreendimentos selecionados recebem uma aplicação financeira inicial e apoio em gestão por dois anos.

Um empreendedor Artemisia apresenta as seguintes características: comporta-se de maneira ética e baseada em valores humanos; é capaz de liderar e trabalhar em equipe; tem espírito prático para antecipação e resolução de problemas; busca a sustentabilidade e cria negócios inovadores a partir de uma nova visão de mundo; pensa em escala e tem o objetivo de sempre ampliar sua atuação para atingir um número maior de pessoas.

Em 2004 aconteceu a série de seminários itinerantes "Boas Práticas", realizada entre as cidades de Curitiba e Guarapuava, no Paraná. Esse evento ajudou a Artemisia a identificar os 25 jovens com os quais trabalharia a partir de então. Todos esses jovens tinham em comum um perfil empreendedor e uma boa idéia. A Artemisia ajudou-os a integrar impacto social positivo e visão de negócios em seus projetos. Após este primeiro evento, aconteceram, ainda, uma série de outras capacitações teóricas e práticas, visitas em organizações bem sucedidas, palestras e momentos de reflexão e planejamento. Dessa forma, os Empreendedores Artemisia puderam ter uma visão ampliada das possibilidades para o futuro de seus projetos, além de formar uma rede de colaboração mútua. Em 2006, os planos de negócio elaborados foram avaliados por uma banca, formada por especialistas. Como resultado do processo, vários jovens empreendedores receberam apoio para implementação de suas idéias.

A Expedição Artemisia

O primeiro passo da Expedição Artemisia é o Caminho do Empreendedor. O Caminho do Empreendedor é uma preparação para seguir na Expedição Artemisia. Ao imaginar, traçar, considerar, e começar a trilhar a rota que levará à implementação de cada projeto, os empreendedores têm a oportunidade de se preparar para a grande jornada. Todos são desbravadores, mesmo que estejam em diferentes fases do desenvolvimento de suas idéias. Neste momento, os jovens empreendedores poderão descobrir os caminhos que levarão ao sucesso de seus empreendimentos e começar a percorrê-los. E, como sempre, os caminhos são diferentes. Entre os desbravadores, são convidados dez Empreendedores Artemisia para darem o próximo passo: fazerem parte dos Empreendedores Sem Fronteiras.

No segundo passo, o território é conhecido. Os Empreendedores Artemisia já reconhecem seus próprios limites e a extensão de suas idéias. Entretanto, é preciso concretizar o caminho trilhado. Este é o momento de reforçar a equipe e contar com a ajuda de novos parceiros. Entram em ação, então, os Estagiários Artemisia, estudantes de cursos de administração das melhores faculdades, que serão guias na elaboração de um plano de negócios. O plano de negócios tem o papel de orientar o impacto social e a geração de renda, que garante a sustentabilidade do empreendimento para sua implementação.

O terceiro passo da Expedição Artemisia é a expedição em si. Nesta fase, os Empreendedores Artemisia têm em mãos um instrumento para deixar o porto, captar recursos e seguir na direção traçada. A Artemisia Brasil apoiou a implementação de cinco destes planos de negócios. Uma vez desenhado o plano de negócio, é possível ter um mapa das atividades e dos efeitos de cada projeto. É o momento de concretizar as estratégias, analisar seus impactos, custos e a geração de renda e procurar as parcerias necessárias para colocar em prática a idéia construída. Os cinco projetos apoiados pela Artemisia receberam suporte financeiro e técnico, além de serem multiplicadores da causa do empreendedorismo juvenil.

Projetos sociais, como o da Artemisia, podem ajudar muito no desenvolvimento local, identificando potenciais de mercado, disseminando a visão empreendedora e promovendo projetos com foco em sustentabilidade social e

econômica. A seguir apresentamos, sucintamente, alguns dos projetos de empreendedorismo social inovador da Artemisia, que nos parecem mais relevantes.

Empreendedor ARTEMISIA 2004 - Incubadora Social Gastromotiva. O chefe de cozinha e professor de gastronomia David Hertz trabalhou em diversos restaurantes e bufês, no Brasil, Ásia, Europa e América. Em 2004, criou um projeto de capacitação de jovens de baixa renda em gastronomia na favela do Jaguaré, em São Paulo, que deu origem à Incubadora Social Gastromotiva. Neste empreendimento, reuniu-se geração de renda e impacto social.

Empreendedor ARTEMISIA 2004 - Bombelêla Dance Company. A Bombelêla Dance Company já surgiu com uma proposta diferente: promover a inclusão e a diversidade por meio da dança. O paulistano Mark Van Loo é, professor e fundador da companhia de dança, um dos Jovens Empreendedores da Artemisia Brasil. O empreendimento trabalha em duas vertentes: a Companhia de Dança Bombelêla, que oferece espetáculos de dança em eventos, feiras e convenções e gera trabalho e renda para os jovens artistas; e o Incubadança, projeto que reúne oito grupos de dança e promove a inclusão dos mais diversos públicos em situação de vulnerabilidade social: crianças, jovens, pessoas com deficiência e terceira idade.

Revista Menisquência. A Revista Menisquência é a idéia do Empreendedor Artemisia Luiz Flávio e de sua equipe. Trata-se de uma revista para jovens feita por jovens, comercializada por jovens, que gera trabalho e renda para jovens, que vivem na região da Brasilândia, zona norte de São Paulo. A revista usa da linguagem dos quadrinhos para tratar de temas como comportamento e desemprego, sempre de maneira bem-humorada e crítica. Na capa, avisa que metade do preço pago vai para o vendedor. A revista é uma ferramenta cultural e uma fonte de renda para os jovens da periferia paulistana.

Boutique Solidária. O desafio de Monalisa Stefani foi empreender uma sofisticada loja de presentes, cujos produtos são criados e elaborados por diversas organizações sociais. Em 2005, a jovem empreendedora abriu a Boutique Solidária, no “Shopping”

Estação, em Curitiba. Inspirada nos valores do comércio justo, a Boutique Solidária vende produtos elaborados em diversas regiões do Brasil, por diferentes organizações sociais. As organizações sociais com mais essa opção de comercialização ampliam a capacidade de gerar trabalho e renda nas regiões em que estão inseridas e os consumidores do “shopping” ganham mais uma opção de presentes.

Incentivadores da Consciência Jovem (IJC). Paulo César Dias reuniu um grupo de jovens que tinham um duplo desafio pela frente: pensar no desenvolvimento social da região da Vila São José, em Atibaia, interior de São Paulo, e em uma forma de gerar renda, uma vez que, para qualquer jovem da periferia, as pressões por trabalho são cada vez maiores. Este desafio foi compartilhado com a Artemisia e Paulinho tornou-se um Jovem Empreendedor. Ao aproveitar um conhecimento, que já dominavam, sobre a confecção de embalagens de papel reciclado, os jovens viabilizaram uma forma de trabalho e renda para várias famílias.

Incarteferia. Alan Leão, preocupado com a inclusão de jovens na região do Jardim São Luís, zona sul de São Paulo, reuniu um time de adolescentes para produzir mosaicos e, assim, proporcionar uma maneira de expressão artística e geração de renda. Esses foram os primeiros passos da Incarteferia, que tem como objetivo oferecer uma estrutura para que esses jovens sejam capazes de transformar técnicas artísticas em empreendimentos sustentáveis. O principal produto continua sendo o mosaico, porém em diversificadas técnicas.

Instituto Ecotece. No caso de Ana Cândida, as questões que envolvem os tecidos a motivaram para criar o Instituto Ecotece, cuja missão é “Tecer um mundo melhor”. Por acreditar que as roupas são uma segunda pele, um bem de consumo indispensável e que podem gerar ativos ambientais e sociais, o Instituto Ecotece produz camisetas ecológicas, conectadas com essa missão. Essas camisetas, produzidas com algodão orgânico (ou seja, plantado sem uso de agrotóxicos) têm um forte apelo no “design” e na diferenciação estética e, assim, são produtos eficientes tanto para geração de receita própria quanto para a divulgação do consumo consciente do algodão.

Evamaria. O E.V.A. (etil-vinil-acetato) é um produto derivado do petróleo, cujo descarte industrial pré-consumo é atualmente encaminhado a aterros sanitários de forma não controlada e em proporções alarmantes. Carla Tennenbaum viu neste resíduo um grande potencial enquanto matéria-prima para a atividade artesanal, artística e pedagógica e descobriu processos industriais dentro dos quais o E.V.A. poderia ser incorporado com resultados satisfatórios. Assim, a Evamaria trabalha com a diminuição de um desperdício e de um dano ambiental, ao mesmo tempo em que forma artesãos e artistas para a produção de objetos com um sofisticado “design” e alto valor agregado.

Estúdio Poesia Audiovisual. Cláudio Miranda é músico, tem sua própria banda, CDs gravados e vive no bairro do M’Boi Mirim, zona sul de São Paulo. Ele percebeu que, nesta região periférica da cidade, há muitos outros músicos e bandas, porém, praticamente não há espaços para ensaios nem estúdios para gravações. Surgiu, então, o estúdio Poesia Audiovisual, um espaço profissional para ensaios e gravações, que dispõe de equipamentos e apoio técnico especializado. Os diferenciais deste espaço, além da localização, são os preços mais acessíveis e as facilidades de pagamento. Dessa forma, mais músicos da região têm acesso a uma nova forma de renda e de divulgação de seus trabalhos.

Circo do Balaio. O público da zona leste de São Paulo motivou Leandro Hoehne a formar o Circo do Balaio, cujo princípio fundamental é promover o bem-estar das pessoas. O Circo do Balaio oferece opções diferenciadas de lazer, na forma de apresentações circenses que integram diversas linguagens artísticas. Além disso, promove acesso à cultura e à profissionalização artística, por meio de oficinas formativas nas diversas atividades relacionadas ao mundo do circo.

Ecoficina. Rodrigo Baréa participou da fundação da Ecoficina, em 2000, na cidade de Guarulhos. Desde então, a organização vem trabalhando em três frentes: a produção e comercialização de produtos feitos de materiais reciclados; oficinas de artesanato com materiais reutilizados; e o serviço de coleta de óleo vegetal usado.

Esta última é, atualmente, o principal foco das atividades, o chamado Projeto OVU – Óleo Vegetal Usado. A Ecoficina recolhe cerca de 1700 litros de óleo, por mês, de residências e do comércio da região, e o destina para indústrias diversas. A fim de expandir seus negócios, a Ecoficina pretende trabalhar com jovens agentes ambientais e cooperativas de reciclagem.

Empreendedor ARTEMISIA 2007 - Feira Preta. Adriana Barbosa criou a Feira Preta para estimular o empreendedorismo étnico, um segmento pouco difundido. A Feira Preta Cultural tem como objetivo proporcionar um momento de visibilidade às iniciativas culturais e um espaço de comercialização de produtos segmentados para o público negro, ou produzidos pela população afro-descendente. Reúne, anualmente, uma série de comerciantes, artistas, artesãos, entre outros empreendedores da comunidade negra, em um grande espaço aberto ao público em geral. Além disso, a Feira Preta pretende ampliar sua atuação oferecendo apoio direcionado aos expositores.

Empreendedor ARTEMISIA 2007 - Arquitetas Itinerantes da Comunidade. Kátia Veríssimo e mais uma equipe de arquitetas, ao perceber que o trabalho de arquitetos era praticamente inexistente nas regiões periféricas, decidiram trabalhar pela popularização da profissão. As Arquitetas Itinerantes da Comunidade começaram, então, a trabalhar em regiões afastadas de Campinas, prestando serviços de construção, reforma e ampliação de casas e sedes de organizações comunitárias locais por preços acessíveis. Além disso, as Arquitetas Itinerantes da Comunidade pretendem formar os trabalhadores da construção para atuarem na leitura de plantas e projetos. O grupo promove a melhoria na qualidade de vida das pessoas, com mais conforto, segurança e salubridade das habitações, evitando desperdícios energéticos e financeiros.

Empreendedor ARTEMISIA 2007 - RAP Voz da Periferia. Marcelo Rocha (DJ Bola) é o líder do grupo de RAP Voz da Periferia. Ele lidera desde 2000, A Banca, uma produtora cultural que promove eventos na região do Jardim Ângela, zona sul de São Paulo, com apoio de uma série de parceiros. O intuito d'A Banca é resgatar os jovens

da ociosidade e envolvê-los com atividades culturais, principalmente com a cultura Hip-Hop. A Banca realizou mais de 25 eventos em vários locais da região sul da cidade e cada evento contou com um público médio de quatro mil pessoas. O foco das letras das canções de RAP e dos eventos como um todo é a diversão e a não-violência. A Banca pretende criar novos espaços de lazer para os jovens da região.

Empreendedor ARTEMISIA 2007 - Museus Acessíveis. Viviane Sarraf visa a proporcionar acesso de todos à cultura e às artes por meio do desafio que enfrenta na Museus Acessíveis, que tem como missão apoiar museus a consolidarem ações de acessibilidade e inclusão, especialmente para pessoas com deficiência. Uma vez que a estrutura atual dos museus e espaços culturais não valoriza adequadamente a diferença, as pessoas com deficiência sofrem exclusão do acesso ao patrimônio cultural. A Museus Acessíveis pretende oferecer um pacote de serviços de acessibilidade em museus, que inclui a formação prática e teórica de profissionais de museus, a implantação de redes regionais de acessibilidade em museus e a avaliação dos projetos desenvolvidos pela rede.

Ashoka⁶

A Ashoka é uma organização mundial, sem fins lucrativos, pioneira no trabalho e apoio aos empreendedores sociais. Criada há 25 anos pelo norte americano Bill Drayton, a Ashoka teve seu primeiro foco de atuação na Índia. A Ashoka atualmente está presente em 60 países e no Brasil, desde 1986, é pioneira na criação do conceito e na caracterização do empreendedorismo social como campo de trabalho.

Todos os empreendedores sociais da Ashoka fazem parte de uma rede mundial de intercâmbio de informações, colaboração e disseminação de projetos. Essa rede hoje é composta por mais de 1600 empreendedores localizados nos diversos países em que estão presentes. No Brasil, a rede é formada por cerca de 250 empreendedores sociais.

⁶ Informação sobre o programa de empreendedorismo social da Ashoka pode ser obtida no site: <http://www.ashoka.org.br>.

O programa, após identificar e selecionar o empreendedor social, oferece uma bolsa mensal por três anos, para que ele possa dedicar-se exclusivamente ao seu projeto, contribuindo para a sua profissionalização por meio de serviços como seminários e programas de capacitação.

A Ashoka trabalha com o princípio de que a formação de redes de empreendedores deve ser difundida. Redes devem associar-se a outras redes para formar um ecossistema empreendedor: governo com programas e projetos, instituições de crédito e investidores com dinheiro, universidades com pesquisas e educação para triagem de talentos, empresas com geração de emprego e renda.

O Centro de Competência para Empreendedores Sociais, uma parceria da Ashoka com a McKinsey & Company, oferece, para a rede de empreendedores sociais e outras organizações do setor cidadão, adaptação e transferência de conhecimentos, práticas, ferramentas de gestão e planejamento. O processo de seleção rigoroso e qualificado, a busca permanente pela inovação, o apoio aos empreendedores sociais nos diferentes estágios de desenvolvimento de suas idéias, com investimento em pessoas, e não em projetos, fazem da Ashoka uma organização única que se diferencia no contexto do setor cidadão no Brasil e no mundo.

A Ashoka, com o intuito de promover espaços de troca, compartilhamento de idéias e aprendizado entre os empreendedores sociais, organiza eventos temáticos periódicos. A influência em políticas públicas, em impacto social, geração de renda em organizações da sociedade civil estão entre os temas dos encontros realizados. Os objetivos dos eventos temáticos são:

- Proporcionar processos reflexivos que permitam aos participantes agregar conhecimento na busca de alternativas de aperfeiçoamento e ampliação do impacto social de suas ações;
- Trazer novas questões para as organizações dentro da temática abordada;
- Trazer casos práticos dos próprios participantes que já tenham uma discussão avançada dentro de suas organizações sobre determinada temática; e
- Fomentar o debate entre pares e a sistematização do conhecimento gerado para posterior disseminação.

A Ashoka trabalha para construir uma infra-estrutura que colabore com o crescimento do campo do empreendedorismo social, o que inclui fornecer investimento-semente e fazer pontes com setores empresariais e acadêmicos. Há tempos reconhece a importância da colaboração com outros setores, principalmente com as empresas, cujos modelos de competição e inovação servem de exemplos críticos ao setor cidadão. O trabalho nessa área está ajudando a diminuir o vácuo entre empresas e sociedade civil, criando caminhos para integração e sinergia.

A Ashoka acredita no impacto positivo e encoraja a formação de pontes entre os setores privado e social, acreditando que a relação entre empreendedores sociais e de mercado é importante para o desenvolvimento. Para isso, estimula o intercâmbio de conhecimentos, talentos e recursos (técnicos, humanos e financeiros) entre o mundo empresarial, empreendedores sociais e as organizações da sociedade civil. As parcerias com empresas têm por objetivo repassar os conhecimentos formados por elas ao setor social, assim como repassar a elas os conhecimentos e a experiência deste setor. Nesse campo, entre as principais iniciativas destacam-se as parcerias com a McKinsey & Company e a Hill & Knowlton, de caráter global e ativas na Ashoka Brasil.

Além das parcerias globais, outra iniciativa envolve o trabalho da Ashoka na ponte entre os dois setores: o Programa E2. Este projeto, umas das iniciativas prioritárias para a Ashoka Brasil, é baseado no intercâmbio sistemático e no compartilhamento de conhecimento entre um grupo selecionado de lideranças empresariais e um ou mais empreendedores sociais. O Programa E2 foi concebido a partir da constatação de que os empreendedores sociais e os de negócio têm características comuns, como inovação nas soluções propostas, criatividade, perfil empreendedor e ética. A aproximação entre esses dois atores tem como objetivos:

1. Construir relações dinâmicas por meio de uma interação de longo prazo, com impacto positivo para ambas as partes;
2. Compartilhar conhecimentos, inovações e redes de contato; e
3. Oferecer aos líderes empresariais a oportunidade de investimento em ações sociais de êxito comprovado e reconhecido, por meio do financiamento de bolsas mensais de um ou mais empreendedores sociais pelo período de três anos.

Fundação Schwab⁷

Reconhecida mundialmente, a Fundação Schwab é uma organização sem fins lucrativos com sede em Genebra, na Suíça. A entidade foi criada em 1998 por Klaus Schwab, mentor do Fórum Econômico Mundial, e por sua mulher, Hilde, para viabilizar, identificar e promover a troca de “know-how” entre empreendedores de destaque, viabilizando o contato deles com grandes patrocinadores internacionais. Sua meta principal é fornecer uma plataforma mundial para promoção do empreendimento social como elemento-chave para uma solução inovadora, efetiva e sustentável dos problemas sociais no mundo.

A Fundação Schwab, até o ano de 2004, identificou e selecionou empreendedores sociais com a ajuda de consultorias. Mas, a partir de 2005, a organização sofisticou e ampliou sua busca ao criar o Prêmio Empreendedor Social, hoje realizado em 27 países. Em cada local, uma empresa de mídia foi eleita como parceira.

A fundação é conhecida por sua política editorial crítica, pluralista e transparente. A Fundação Schwab construiu uma rede global de empreendedores de destaque para catalisar mudança em larga escala sistêmica. Presente em todos os continentes, a organização já selecionou 115 líderes de 41 países para a sua rede social e, no Brasil, conta com dez participantes.

A Fundação Schwab, contando com a colaboração de a “Folha de S.Paulo” e o UOL, realizou em 2000, pelo terceiro ano consecutivo, o Prêmio Empreendedor Social. O concurso, que acontece atualmente em 27 países, busca líderes de ONGs, empresas sociais, cooperativas ou pessoas que desenvolveram iniciativas sociais e sustentáveis em benefício de comunidades de baixa renda. Na seleção dos finalistas, os critérios mais relevantes são:

1. Inovação: o candidato precisa apresentar idéias pioneiras, como a criação de um novo produto ou serviço ou a aplicação mais incisiva de tecnologias já conhecidas;

⁷ Informação sobre a Fundação Schwab pode ser obtida no site: <http://www2.uol.com.br/empreendedorsocial/sobre.html>.

2. Sustentabilidade: pode ser alcançada por meio de ações independentes para arrecadação de recursos ou por parcerias com empresas privadas ou órgãos governamentais; e
3. Impacto Social Direto: deve ser mensurado com base em documentos e nos testemunhos dos beneficiários dos projetos sociais.

Os valores de importância para a Fundação Schwab são:

1. Alcance e abrangência: as iniciativas devem ser expandidas para além do cenário para o qual foram planejadas, seja no país ou no exterior;
2. Efeito multiplicador: os empreendedores devem estar abertos para compartilhar suas técnicas com outras organizações;
3. Exemplo e liderança: o candidato deve servir de modelo para a sociedade em geral; e
4. Valor agregado mútuo: o candidato deve demonstrar interesse em construir uma rede de empreendedores para a troca de idéias e mobilização de recursos.

A versão brasileira do concurso foi promovida em 27 países e recebeu o número recorde de 350 inscrições em sua primeira fase em relação aos dois primeiros anos (125 em 2005, e 153 em 2006). Na segunda etapa, 12 candidatos tiveram documentação avaliada pela organização do prêmio e dados financeiros analisados pela Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI).

Finalistas do Prêmio Empreendedor Social 2007

Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado. Hoje, aos 45, o finalista recorda a infância no “playground” que criou e que divide com crianças e adultos de vários países: o Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado (IPEC), maior centro de referência de sustentabilidade da América Latina. Para completar esse ciclo, percorreu um longo caminho ou, como prefere dizer, viveu mais do que a idade revela. Aos 12 anos construiu, na árvore, a primeira casa. Era o início do aprendizado

que serviria para erguer muitas outras paredes. O jovem militante social e educador, revoltado com o país ao fim da ditadura, tomou o rumo do exterior sem bilhete de retorno. Sem falar inglês e com bolsos vazios, percorreu mais de 50 países. Fez de tudo: limpou banheiros, plantou batatas, trabalhou em aldeias indígenas, labutou em cidades. Em meio a essa peregrinação, em Jerusalém conheceu a pedagoga australiana Lucia Legan, que se tornou sua principal fonte de inspiração, em uma lista que inclui os educadores Paulo Freire, Jean Piaget e Bill Mollison, considerado o pai da permacultura. Juntos, foram viver na Austrália, onde ele vivenciou duas experiências marcantes: o nascimento da filha, Laila, e a descoberta da permacultura, que busca suprir necessidades básicas em comunidade, de forma ecológica e com custo baixo. O jovem rebelde, que ensinava crianças a nadar em troca de bolsa da prefeitura, passou a instruir os pequenos em conceitos de sustentabilidade, visando a um sonho maior, o de "construir um mundo melhor para Laila", hoje com 16 anos. Se a saída do país foi marcada pela desesperança, o retorno foi o oposto. *"Questionei-me sobre quem poderia se beneficiar mais com o que aprendi, e o Brasil ressurgiu no horizonte."* Dessa vez, transformou a desilusão em energia para trabalhar. Com a mulher, viveu em uma favela em Brasília enquanto introduziu princípios da permacultura em 16 Estados.

Instituto Terra de Preservação Ambiental. Menino verde planta sonho de tirar 1 milhão da pobreza. Maurício Ruiz fala de conservação ambiental, desenvolvimento sustentável e inclusão social com maturidade de empreendedor calejado. A metamorfose de "garoto de apartamento" no Rio de Janeiro para líder do Instituto Terra de Preservação Ambiental começou quando ele tinha nove anos. Seus pais, cansados de ver os filhos confinados ao "playground" do prédio, propuseram uma mudança para Miguel Pereira, no interior fluminense. Seu novo quintal era a Mata Atlântica. *"Eu e meus amigos íamos para o mato sem bússola, sem nada. A gente ficava perdido três, quatro dias"*, conta. Em outra mata -a Floresta Amazônica-, Maurício teve o que chama de "choque social e ecológico": aos 14 anos, viajou à Amazônia e a Cuba para fazer, junto com o pai, um filme com o poeta amazonense Amadeu Thiago de Mello, autor de "Os Estatutos do Homem". Foi uma viagem ecossocialista, em que o poeta contava histórias de sua vida. Vendo que Maurício queria fazer algo pela preservação da Mata Atlântica, Mello encorajou-o a fundar

uma ONG. O Instituto Terra oficializou-se em 1998 - Mauricio tinha 15 anos. A profissionalização da instituição veio quando ele terminou o colégio técnico em agropecuária. Na época, casou-se e teve uma filha. *"Meti as caras e saí daquela coisa amadora."* Hoje, a instituição trabalha em várias frentes, com foco em preservação ambiental e desenvolvimento sócio-econômico da população de baixa renda da Baixada Fluminense. Um dos projetos, o de agricultura familiar e orgânica em faixa de dutos da TRANSPETRO, rende até R\$ 1.200 mensais a 85 famílias. *"A Baixada Fluminense pode se transformar num pólo de produção agroecológica. Tem mão-de-obra, pessoal passando fome, terra e proximidade do mercado consumidor"*, lista. Nas negociações com empresas parceiras, Mauricio interage com executivos e garante que ser novo não diminui seu poder de barganha. *"Nunca tive um projeto negado na vida."* Cursa, agora, a faculdade de Relações Internacionais, para entender as relações da economia global e os impactos disso na natureza. O empreendedorismo sócio-ambiental é um caminho para atingir sua missão: *"Quero reflorestar 500 mil hectares e ajudar a tirar da pobreza 1 milhão de pessoas"*.

Vencedor do Prêmio Empreendedor Social 2007

O mineiro Tião Rocha, educador, que concorreu com outros 349 candidatos, é mentor do Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento (CPCD), criado em 1984, organização que promove educação popular e desenvolvimento comunitário com uso de brincadeiras, bibliotecas ambulantes, teatro, música, criação de produtos e cursos. O CPCD já criou e adaptou mais de 2.000 tecnologias, a partir do saber popular para uso em escolas e comunidades de baixa renda. Com a pedagogia da roda e projetos como o Bernal de Jogos (que utiliza 150 jogos para o ensino de matemática, português e outras disciplinas), o instituto avançou sertão adentro, passou por sete estados brasileiros e atravessou o mar para desembarcar em Moçambique e em Guiné-Bissau, na África. Desde sua fundação, mais de 20 mil crianças e jovens ganharam voz com as iniciativas de Tião. *"A vitória de Tião é uma comprovação de que, neste mundo em que queremos tudo instantaneamente, as idéias que inovam só vêm com o tempo. O empreendedor social precisa de muito tempo para fazer a diferença"* (Pamela Hartigan, Fundação Schwab). Tião conta com visibilidade na mídia, troca de conhecimento e contatos com patrocinadores nacionais e

internacionais. Participou, com todas as despesas pagas, da Reunião Geral para a América Latina do Fórum Econômico Mundial, no México, e da Cúpula Mundial de Empreendedores Sociais, na Suíça. Concluiu o educador das veredas mineiras, sempre inspirado pelas letras de Guimarães Rosa: *"Agora, com o prêmio, aumentam minha responsabilidade e minha fé de que somos capazes de fazer um mundo melhor, por meio de todos esses projetos. E a gente começa a mudar tudo, quando pensa em cuidar dos nossos tataranetos"*.

Programa Ceará Empreendedor da Secretaria do Trabalho e Empreendedorismo⁸

O Programa Ceará Empreendedor é uma importante política de desenvolvimento local, posta em prática pelo governo do Ceará, e que se pretende esteja cada mais vez mais disponível a todos os empreendedores situados em todo o território cearense. O projeto trabalha com ações-piloto direcionadas aos arranjos produtivos locais do estado e em outras áreas consideradas prioritárias para a política de geração de trabalho e renda.

O Programa Ceará Empreendedor está direcionado para o atendimento de segmentos específicos da economia cearense, como: o turismo, a agricultura, o comércio, serviços, dentre outros. O Programa Ceará Empreendedor não tem prazo para terminar, pois o programa constituiu-se em uma política permanente do governo, como estratégia para promover o desenvolvimento do Estado, a geração de postos de trabalho e renda para a população cearense, contribuindo para a consolidação de um processo de desenvolvimento descentralizado e para todos.

A principal estratégia de atuação do programa é o tratamento tributário diferenciado para as microempresas sociais (categoria criada e que recebe isenção fiscal), as microempresas e as empresas de pequeno porte (categorias que recebem tratamento diferenciado de isenção fiscal).

⁸ Informação sobre o Programa Ceará Empreendedor da Secretaria do Trabalho e Empreendedorismo pode ser obtida no site:<http://www.sete.ce.gov.br>.

Origem do Programa

O Programa Ceará Empreendedor foi concebido durante o processo de participação social, intitulado Movimento Ceará Cidadania, criado pelo então candidato ao Governo do Estado Senador Lúcio Gonçalo Alcântara, que incorporou o compromisso de apoiar o desenvolvimento da cultura empreendedora, a criação, o incremento e a manutenção das micro e pequenas empresas na sua plataforma de governo, discutida amplamente com representantes da sociedade cearense, durante a elaboração do Plano de Governo Ceará Cada Vez Melhor.

O programa é uma iniciativa inédita de convergência das políticas públicas direcionadas ao fortalecimento do segmento dos micro e pequenos empreendedores cearenses, formais e informais, estreitando as ações públicas com a iniciativa privada e o terceiro setor organizado, almejando obter uma maior organização, cooperação, competitividade e sustentabilidade dos empreendimentos.

Coordenação

O Programa Ceará Empreendedor é coordenado pela Secretaria do Trabalho e Empreendedorismo (SETE), que articula esforços convergentes e complementares da rede de entidades parceiras, formadas por instituições públicas e privadas, tendo em vista desenvolver, implementar e difundir os mecanismos de apoio ao desenvolvimento das micro e pequenas empresas do Ceará.

Missão

A missão do programa é desenvolver mecanismos de apoio às micro e pequenas empresas e difundir a cultura empreendedora no Estado do Ceará.

Parceiros

1. Conselho Estadual do Trabalho – CET;
2. Federação do Clube dos Diretores Lojistas – FCDL;
3. Faculdades Integradas do Ceará – FIC; e
4. Instituto de Desenvolvimento do Trabalho – IDT.

Público alvo

1. Microempresas sociais;
2. Microempresas;
3. Empresas de Pequeno Porte;
4. Profissionais autônomos ou liberais;
5. Cooperativas e grupos produtivos;
6. Instituições de microfinanças;
7. ONGs, Fundações e Institutos; e
8. Empreendedores em geral.

Beneficiários do Programa

Os beneficiários do Programa são microempresas sociais, microempresas e empresas de pequeno porte, conforme os limites de faturamento bruto anual estipulado pela Secretaria da Fazenda do Estado; profissionais autônomos ou liberais; cooperativas e associações comunitárias; Organizações Não-Governamentais; Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP); cooperativas de crédito; Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCM) e pessoas do setor informal com perfil empreendedor, que estejam inseridas numa ação de desenvolvimento local.

Subprogramas

O Programa Ceará Empreendedor é composto de cinco subprogramas que abrangem as principais variáveis que contribuem para o desenvolvimento, a consolidação e a manutenção dos micro e pequenos negócios no mercado.

1) Fomento ao crédito assistido: apoio às Instituições de Microfinanças, Projeto Crédito Empreendedor.

Objetivos: expandir a oferta de microcrédito para os empreendedores através do fortalecimento de uma rede de instituições de microfinanças do Estado.

2) Associativismo e Economia solidária: Projeto Organização de Territórios Solidários.

Objetivos: incentivar o desenvolvimento de redes territoriais de economia solidária por meio da organização de grupos produtivos e disseminação de experiências bem sucedidas de cooperativismo.

3) Incubação de Empreendimentos: Centros do Ceará Empreendedor, Projeto Arquimedes - Empreendedorismo na Universidade, Ônibus do Ceará Empreendedor. Objetivos: apoiar a formação e o fortalecimento de empreendimentos por meio dos Centros do Ceará Empreendedor - CEMPRE, orientando sobre o desenvolvimento tecnológico e técnicas de gestão.

4) Organização de Arranjos Produtivos: Consultoria Empresarial, Projeto Arranjos Produtivos Locais.

Objetivos: fortalecer unidades produtivas através da capacitação e incentivo à utilização de novas tecnologias, tornando-as mais competitivas, com foco no desenvolvimento territorial local.

5) Central Fácil: Simplificação da Legislação Tributária.

Objetivos: apoiar os empreendedores na abertura e no desenvolvimento de seu negócio; orientar, simplificar e racionalizar o registro de empresas, reduzindo custos e prazos; facilitar a legalização dos negócios informais; oferecer serviços centralizados, rápidos e integrados; e, viabilizar capacitação para empresários e colaboradores.

Resultados do programa até julho de 2006

O Programa Ceará Empreendedor apresentou, em termos de números gerais até julho de 2006, os seguintes resultados: 129 municípios beneficiados, 43 bairros da capital, 16.752 pessoas capacitadas e 14.000 financiamentos, 774 empresas cadastradas, cursos de capacitação para 1.600 empreendedores, consultoria a 67 empresas; parcerias para o incentivo à exportação e desenvolvimento do “design” dos produtos das micro e pequenas empresas. Esses números estão distribuídos em ações como se segue.

Crédito empreendedor para a área de confecção: 37 bairros beneficiados na Capital, 85 cursos de Gestão Empreendedora, 1.931 pessoas beneficiadas e 2.410 costureiros capacitados.

Bairros beneficiados: Conjunto Ceará, Pici, Bom Jardim, Serrinha, Jockey Clube, Siqueira, Genibaú e Tancredo Neves.

Central Fácil: 5.608 empresas registradas, 20.000 estimativa de ocupações, 3.206 empreendedores capacitados, gerados e mantidos e 155.145 atendimentos realizados.

Economias solidárias: Implantação de 10 territórios, realização de 10 Feiras de Economia, 309 multiplicadores capacitados, 1.014 empreendedores capacitados.

Incubação de pequenos negócios: apoio aos grupos de coletores de resíduos sólidos através da realização de capacitação, consultorias, viabilizando equipamentos, incentivando a consolidação de associações e cooperativas (8 Grupos apoiados; 240 Coletores beneficiados diretamente).

Difusão de cultura empreendedora em universidades e escolas públicas: promoção e difusão do empreendedorismo nas instituições de ensino superior e nas escolas públicas, através de capacitações, vivências práticas de consultoria e acesso ao crédito (13 Instituições de ensino superior participantes; 3.000 alunos de Instituições de Ensino Superior beneficiados; 4.500 alunos de Escolas Públicas beneficiadas; 140 Micro e Pequenas Empresas atendidas com consultoria).

Arranjos produtivos locais: 25 APLs apoiados pela SETE, 3.676 ocupações geradas, mais de 2 mil beneficiados.

Arranjos produtivos locais apoiados:

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Apicultura (Cariri) | 8. Derivados da mandioca (Salitre) |
| 2. Artesanato em palha (Massapê) | 9. Derivados do leite (Quixeramobim) |
| 3. Artesanato em palha (Caririaçu) | 10. Redes (Jaguaruana) |

- | | |
|------------------------------|----------------------------|
| 4. Bordados (Irauçuba) | 11. Móveis (Morada Nova) |
| 5. Cachaça (Viçosa do Ceará) | 12. Turismo (Jericoacoara) |
| 6. Confeções (Fortaleza) | 13. Ferreiros (Potengi) |
| 7. Cerâmica (Russas) | |

Perspectiva de outros arranjos produtivos locais (2006):

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. Apicultura (Mombaça) | 7. Castanha (Barreira) |
| 2. Artesanato em labirinto (Aracati) | 8. Confeções (Juazeiro do Norte) |
| 3. Artesanato em palha (Itaiçaba) | 9. Ferreiros (Cedro) |
| 4. Artesanato em palha (Palhano) | 10. Fruticultura (Quixeramobim) |
| 5. Artesanato em sisal (Caririaçu) | 11. Queijo (Jaguaribe) |
| 6. Artesanato em filé (Jaguaribe) | 12. Piscicultura (Jaguaribara - Castanhão) |

Compre da Gente – Parcerias: Famího e C.B.A., Juá Papel e Grendene, Cajuína Derlyane e Hotel Luzeiros.

Assessoria em gestão empreendedora para empresas do bairro Montesse/Fortaleza: 17 empresas assessoradas, 30 empreendedores capacitados.

Empresas assessoradas (Associação das Indústrias de confeções do Montese):

- | | |
|--------------------------------|-------------------------|
| 1. Espivitada | 10. Fajet Confeções |
| 2. Samya Confeções | 11. Bem no Tom |
| 3. Ricael Confeções | 12. Trilha 69 |
| 4. Raonix Kids e Teens | 13. Emidês Moda |
| 5. Stads Moda Infantil | 14. Delta Confeções |
| 6. Êxito Confeções | 15. Linha Vira |
| 7. Costa do Sol Moda Praia | 16. Kaddish Moda Adulto |
| 8. Labibo Moda Infanto-Juvenil | 17. Rogge Criações |
| 9. Marzuca Confeções | |

Conforme pode ser observado na tabela 3.14, o número de microempresas dobrou desde o surgimento da Secretaria do Trabalho e Empreendedorismo. Da

análise da tabela 3.15, percebe-se que o número de microempresas que encerraram suas atividades foi diminuindo gradativamente desde a criação da Secretaria do Trabalho e Empreendedorismo.

Tabela 3.14 – Microempresas abertas

ANO	Microempresas Abertas
1999	2.832
2000	2.991
2001	2.514
2002	2.018
2003	4.615
2004	4.151
2005	4.910

Fonte: elaborada a partir de dados da Secretaria da Fazenda/CATRI/CEPAC

Tabela 3.15 - Microempresas que encerraram atividades

ANO	Microempresas Abertas
1999	1.784
2000	1.863
2001	1.279
2002	849
2003	769
2004	387
2005	119

Fonte: elaborada a partir de dados da Secretaria da Fazenda/CATRI/CEPAC

A ação do programa em âmbito estadual vem conseguindo ampliar o seu alcance, apesar de o Estado do Ceará apresentar um dos maiores índices de má distribuição de renda e ser um estado em que a classe média praticamente inexistente - poucos ricos e muitos pobres. O governo do Estado do Ceará por meio do incentivo ao empreendedorismo vem mostrando que com um bom programa de ação é possível partir do desenvolvimento local para o regional e estadual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade empreendedora e a situação de trabalho do empreendedor brasileiro estão inseridas em um movimento global e apresentam algumas especificidades provocadas principalmente pelo movimento de estabilização da economia, que reduz as ineficiências competitivas do Brasil e estimula a atividade empreendedora (Kruger Passos et al, op. cit., p. 69).

Nos últimos anos, o cenário macroeconômico mundial está sendo caracterizado pelo modelo de emprego que surge como empreendedorismo (Malvezzi, 1999). A regra para a manutenção do emprego, não importa se locado em um banco, em uma fábrica, em um consultório ou como vendedor ambulante, é ser empreendedor.

“... Os negócios estão sendo pulverizados, os empregos são criados pelas pessoas, e os resultados dependem de ajustamento aos eventos que recriam as regras do jogo em determinado momento. Quem é o empreendedor? É o trabalhador que, comprometido com os resultados, cria competências organizacionais, sociais e econômicas para realizar a transformação que o negócio exige. É o agente econômico reflexivo, aquele que deve produzir valor econômico a partir de sua atividade, tendo a reflexão como seu principal instrumento de trabalho. É um indivíduo que administra sua vida profissional, agora sujeita a alterações imprevisíveis e freqüentes, obrigando-o a reorientar sua identidade, suas atitudes, metas, rotinas e redes sociais. O agente econômico reflexivo é o profissional que reinventa a si mesmo, agindo de tal modo que os outros confiem nele e vejam vantagens em se associar a ele.” (Kruger Passos et al, op. cit., p. 62)

No empreendedorismo, cria-se o próprio emprego como alternativa de sobrevivência (Malvezzi, *op. cit.*). O empreendedorismo não implica carreira tradicional, mas uma forma de carreira sem fronteiras em que os indivíduos criam e recriam os seus empregos a partir de suas próprias competências e na qual os sinais de progresso são ambíguos e equívocos. Neste contexto de carreira sem fronteiras está acontecendo a emergência do Jovem Empreendedor.

As observações do resultado da pesquisa GEM 2007 mostram que houve alteração na demografia empreendedora e um início de formação de novas configurações sociais em que a diversidade é um elemento emergente. Em paralelo ao empreendedor tradicional, surgiram novas configurações do empreendedorismo, dentre elas a de gênero e a de jovens empreendedores. A seguir estão as principais tendências do empreendedorismo no Brasil, considerando essas novas configurações (Kruger Passos et al, *op. cit.*, p. 100-102):

- O trabalhador assalariado formal vem gradativamente assumindo funções típicas do empreendedor e também assumindo os riscos da atividade empreendedora;
- Ainda é pequena a proporção da taxa de empreendedores em estágio inicial com características de um empreendedor schumpeteriano, estimulado a iniciar um empreendimento inovador, mesmo enfrentando elevado risco e adversidades ambientais;
- A mulher, tanto no mercado de trabalho como na sua ação empreendedora, supera a participação do homem em termos da ação de empreender. No entanto, apesar de ter superado os homens em termos de escolaridade e de ação empreendedora, restam-lhe ainda disparidades no rendimento e na percepção do ambiente de empreender;
- Uma dimensão valorizada no trabalho feminino é sua característica de multiplicidade de papéis, ou seja, seu talento para fazer e pensar várias coisas simultaneamente;
- O empreendedorismo apresenta como tendência emergente o trabalho da dona-de-casa com filhos, que busca na informalidade compatibilizar o trabalho doméstico com atividades complementares à renda familiar;

- A mulher, recentemente, vem aumentando sua participação também como provedora principal da renda familiar;
- O jovem, hoje, assume um novo perfil no mercado de trabalho, criando e recriando sua condição de trabalho, como intra-empendedor em uma organização, como empreendedor em uma microempresa, como terceirizado ou mesmo desenvolvendo uma atividade empreendedora como autônomo;
- A situação sócio-econômica do Brasil, com baixas taxas de crescimento, não gera oportunidades de negócios ou emprego suficientes, mantendo o jovem menos experiente em situação de desemprego, em empregos precários, ou em empregos temporários;
- As condições culturais, de educação formal, política e institucional não favorecem ou estimulam o jovem a iniciar um empreendimento independente ou manter seu empreendimento como uma trajetória ocupacional efetiva;
- Embora considerada a tese da emergência de novas configurações sociais na ação empreendedora da mulher e do jovem, ainda está predominantemente incorporada na dinâmica social e econômica brasileira a figura do empreendedor masculino e na faixa etária de 25 a 44 anos; e
- O empreendedor ainda é um empreendedor tradicional, não diferenciado do cidadão comum no que tange a acesso especializado de informação e hábitos culturais, portanto, com dificuldades de competir em um mercado globalizado.

Embora se notem avanços, conforme observamos nos índices apresentados no GEM 2007, ainda há uma parcela importante da ação empreendedora motivada pela necessidade e que ainda apresenta condições precárias de atuação. Essa parcela da população empreendedora necessita ser estimulada por políticas públicas de qualificação, acesso ao crédito etc. Dento deste contexto, observa-se que o trabalhador assalariado formal vem gradativamente assumindo o papel de trabalhador empreendedor, desenvolvendo tarefas típicas do empreendedor e também assumindo os riscos da atividade empreendedora; e que a maioria das microempresas brasileiras se mantém na informalidade, principalmente pelo elevado preço e pelo longo tempo necessário para a legalização e, principalmente, pelos altos encargos sociais e fiscais de operação como firma registrada (Kruger Passos et al, op. cit., p. 69).

Não é preciso ir muito longe teórica ou espacialmente para se perceber o quanto as organizações, independentemente de porte, interferem no ambiente em que atuam. O impacto inicial é na comunidade, no local onde elas exercem as suas atividades. A compreensão da cultura local e das capacidades e talentos dos moradores de uma comunidade possibilitam a criação e implantação de programas de desenvolvimento que venham de encontro ao talento das pessoas da comunidade, bem como possibilitam disponibilizar para essas comunidades recursos financeiros, tecnológicos e humanos para a facilitação do desenvolvimento. Os exemplos mostrados de ações realizadas por entidades como a ANPROTEC, EMPRETEC, SEBRAE, Instituto Cidadania, PNUD etc. corroboram esta afirmação.

A participação do governo por meio de agências promotoras de empreendedorismo é muito importante, possibilitando melhorias nos programas de capacitação, favorecendo a criação de cooperativas, de linhas de microcrédito, de cadeias produtivas e a formação de grupos setoriais. Como exemplo, mostramos o Programa Ceará Empreendedor da Secretaria do Trabalho e Empreendedorismo em Fortaleza, comprovando que, com uma nova consciência e comprometimento governamental, o desenvolvimento pode chegar em pouco tempo a regiões muito pobres como à do estado do Ceará. Este parece ser um prenúncio do modelo de desenvolvimento onde todos ganham, da americana Hazel Henderson.

A análise dos resultados do Programa Ceará Empreendedor forneceu um quadro geral do desempenho do programa, que levou a algumas considerações:

- Desde a criação da Secretária Estadual de Empreendedorismo, o número de microempresas abertas dobrou. Isto comprova que, com apoio de ações governamentais, o empreendedorismo pode aumentar e ajudar no desenvolvimento local;
- A incubação de negócios é fundamental para garantir um menor índice de mortalidade das pequenas empresas em seus primeiros meses de abertura;
- A implantação de um governo empreendedor estimula a difusão da cultura empreendedora;
- A intervenção do governo por meio de políticas adequadas favorece a implantação de arranjos produtivos locais, por meio dos quais grupos de

pequenos empreendedores se unem para melhorar as condições de negociação com fornecedores e compradores e a distribuição de produtos e serviços;

- Algumas grandes corporações já estão atuando de modo a valorizar a integração entre governo, sociedade privada e sociedade civil, respeitando as comunidades em seu entorno, e ajudando na criação de pequenas redes de empresas para o desenvolvimento de negócios;
- A educação empreendedora é importante para descobrir potenciais talentos, e auxiliar no desenvolvimento de uma região;
- A educação empreendedora garante a sobrevivência do negócio e a geração de emprego e renda que, por sua vez, melhoram as condições de vida em uma comunidade que vai ajudar, com um maior e melhor desenvolvimento regional, atingindo o ciclo de desenvolvimento estadual que ajuda no desenvolvimento do país;
- O levantamento territorial é muito importante. Assistentes Sociais viajam pelo interior do Estado do Ceará em busca dos talentos das comunidades e potenciais competências empreendedoras. Dessa forma, são identificadas as melhores oportunidades de negócios associadas aos talentos da própria comunidade. Esse desenvolvimento endógeno mostrou-se muito eficaz;
- Programas de incentivo e capacitação de negócios, associados à incubação e formação de arranjos produtivos locais diminuem os números de mortalidade das microempresas. Desde o início do programa este índice de mortalidade caiu ano a ano e, com a sustentabilidade do projeto, pode atingir números quase insignificantes; e
- A disseminação do empreendedorismo depende da busca por oportunidades de negócios associada aos talentos natos dos indivíduos que fazem parte de uma comunidade, o que implica em questões culturais e comportamentais.

Ao longo da pesquisa, constatou-se que a implementação de programas de aprendizagem focados na capacitação empreendedora para o desenvolvimento local pode gerar e potencializar ações sociais inovadoras. Programas onde o fazer, o vivenciar circunstâncias profissionais desafiadoras e o avaliar da capacidade da sociedade podem ser trabalhadas de forma integral, multi e interdisciplinar. Em

outras palavras, programas onde as pessoas podem fortalecer e aprimorar as atitudes, e a maneira com que elas lidam com a pressão, parcerias e percepções para enfrentar seus medos e resolver problemas. Verificou-se que quando se trabalha em pequenos negócios locais, fortalecendo a experiência empreendedora do dia-a-dia e atuando de forma simples e gradativa para satisfazer um mercado e a comunidade, consegue-se gerar empregos e credibilidade junto aos envolvidos. O empreendedorismo social inovador no Brasil é uma realidade comprovada pelos resultados de projetos de entidades internacionais atuantes no Brasil como: Ashoka, Artemísia e Fundação Schwab, e de grupos de iniciativa nacional, como o AfroReggae e o Cufa do Rio de Janeiro, que estão exportando sua Tecnologia Social para lidar com populações de alto risco. O Banco Palmas é o primeiro banco comunitário do país e está transformando a vida da periferia de Fortaleza com o aval do Banco Central, gerando uma série de melhorias para a vida das pessoas e outros negócios que usam a grife Palmas.

Os projetos de empreendedorismo social, acima mencionados, mostram que a aprendizagem por descoberta requer: liderança e inovação; atitude para agir em busca de um objetivo; comprometimento com o resultado; e carisma para atrair pessoas para trabalhar e atingir o resultado esperado. Nos pequenos negócios, é preciso aprender por descoberta e é preciso liderança para cuidar da evolução, adaptação e manutenção do processo de aprendizagem das pessoas e da organização. Aprender é modificar a forma de se comportar no mundo, para se tornar mais eficiente e feliz na arte de viver e conviver.

Para aplicar um sistema de aprendizado e disseminar o empreendedorismo social como catalisador do desenvolvimento local, é importante considerar as seguintes fases:

- Selecionar uma comunidade e identificar um grupo de pessoas, de preferência o dos líderes natos, pessoas que realmente fazem acontecer na comunidade. Prepará-los por meio de um intenso programa de aprendizagem, centrado nas capacidades empreendedoras, e viabilizar acesso ao microcrédito;
- Criar um Centro de Desenvolvimento Local apoiado no conceito e na cultura de sustentabilidade, com equipes multidisciplinares de médicos, enfermeiros e

assistentes sociais, para gerar programas de intervenção na sociedade local que possam influenciar positivamente indicadores como o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH); e

- Trabalhar com psicólogos, sociólogos e antropólogos para cuidar da saúde mental das pessoas; fisiologistas e instrutores de educação física para intervir na qualidade da saúde física; e, trabalhar com administradores, economistas e empreendedores para intervir na capacitação em gestão empreendedora de negócios.

O desenvolvimento humano é de vital importância para o desenvolvimento social. A colaboração entre organizações deve ser desenvolvida por meio de parcerias com instituições de ensino, centros de pesquisa, incubadoras de negócios, instituições públicas e privadas, organizações governamentais e não-governamentais. Em última análise, é necessário um desenvolvimento protagonizado por um empreendedorismo social sustentável, em que haja confiança e participação na formulação, planejamento, gestão e avaliação dos planos de ação.

Como resultado da pesquisa, apresentamos, a seguir, sugestões para a disseminação do Empreendedorismo Social Inovador no Brasil:

- Incentivar a incubação;
- Implementar um modelo de Incubadora com papel de educação e com financiamento;
- Criar redes associativas;
- Incentivar o microcrédito e moedas sociais;
- Promover ações públicas do governo, como: Prêmio Prefeito Empreendedor Social e Secretarias de Empreendedorismo Social; e
- Viabilizar Programas de Educação Empreendedora.

A discussão sobre o tema não pretende encerrar-se com esse trabalho. E tal é a importância, atualidade e dinamicidade do tema que o mesmo vem sendo colocado em pauta no meio acadêmico, empresarial, governamental, em diferentes meios da

mídia e fóruns virtuais ou não, podendo ser consultado até mesmo na enciclopédia virtual Wikipédia (veja Anexo A). Esperamos que o trabalho apresentado possa servir de material de pesquisa sobre o tema e incentive a todos nós a contribuir para a inovação no campo do empreendedorismo social, como educadores ou pesquisadores, de forma a contribuir na caminhada “*do Brasil que temos ao Brasil que queremos*”, conforme proposto pelo PNBE no projeto Brasil 2022.

BIBLIOGRAFIA

AFROREGGAE. Disponibiliza informação sobre o grupo Afroregge e seus projetos. Disponível em: <<http://www.afroreggae.org.br>>. Acesso em: 10 abr. 2008.

ALBAGLI, Sarita, MACIEL, Maria Lucia. *Capital social e empreendedorismo local*. In: Proposição de Políticas para a Promoção de sistemas produtivos locais de micro, pequenas e médias empresas. set. 2002. Apoio FINEO, CNPq e SEBRAE. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/redesist/NTF2/NTSaritaMLucia.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2005.

AMARAL FILHO, J. *A Endogeneização das Estratégias de Desenvolvimento Regional e Local*. Fortaleza, 2000. (no prelo)

ANDERSEN, Jamie. Uma empresária na pista de dança. *HSM Management*, no. 64, ano 11, v. 5., set./out. 2007, p. 76-81.

ANTUNES, R; ALVES, G. As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital. *Educação e Sociedade*. Campinas, v. 25, n. 87, p. 335-351, maio-ago. 2004.

ARTEMISIA. Disponibiliza informação sobre o Programa Artemisia para Apoio a Jovens Empreendedores e demais projetos da Artemisia. Disponível em: <<http://www.artemisia.org.br/institucional.htm>>. Acesso em: 10 abr. 2008.

ASHOKA Empreendedores Sociais. Disponibiliza informação sobre o programa de empreendedorismo social da Ashoka. Disponível em: <<http://www.ashoka.org.br/>>. Acesso em: 20 fev. 2008.

_____. *Empreendimentos sociais sustentáveis*. São Paulo: Ashoka, 2001.

ASSOCIAÇÃO Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores - ANPROTEC. Informação sobre a Agenda das Cidades Empreendedoras e Inovadoras. Disponível em:

<http://www.anprotec.org.br/ArquivosDin/anprotec_agendadascidades_pdf_33.pdf>. Acesso em: jul. de 2007.

_____. *Aventura do Possível*. Disponível em:

<http://www.anprotec.org.br/ArquivosDin/Aventura_do_Possivel_pdf_23.pdf>.

Acesso em: 10 mar. 2008.

ASSOCIAÇÃO Nacional dos Executivos de Finanças - ANEFAC. *Pesquisa de juro* fevereiro de 2007. Associação Nacional de Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade. fev. 2007, 15 p. Disponível em: <www.anefac.com.br>. Acesso em: 12 jan. 2005.

AUSTIN, James. *Parcerias; fundamentos e benefícios para o terceiro setor*. São Paulo: Futura, 2001.

BAGNASCO, A. *Tre Italie; La problematica territoriale dello sviluppo italiano, il Mulino*, Bologna, 1977.

BANCO Interamericano de Desenvolvimento - BID. *Empreendedorismo em economias emergentes: criação e desenvolvimento de novas empresas na América Latina e no Leste Asiático*. Resumo, 2002. Washington, D.C. Disponível em: <www.iadb.org/sds/sme>. Acesso em: 25 nov. 2005.

BANCO Mundial. *Relatório sobre o desenvolvimento mundial 2006, 2007*. Disponível em: <<http://www.worldbank.org>>. Acesso em: 16 dez. 2007.

_____. *The state in a changing world*. Development Report 1997. Washington.

BANCO Palmas. Informações sobre Banco Palmas - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira – ASMOCONP. Disponível em:

<<http://www.bancopalmas.org/site.php>>. Acesso em: 10 mar. 2008.

BARONE, Francisco Marcelo et al. *Introdução ao Microcrédito*. Brasília: Conselho da Comunidade Solidária, 2002. Disponível em:

<http://www.comunitas.org.br/docs/CS-37Result_Selec.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2007.

BARQUERO, Antonio Vázquez. *Desarrollo, redes e innovación*. Madrid: Ediciones Pirámide, 1999.

BECCATINI, G. *Mercato e forze locali: il distretto industriali, il Mulino*, Bologna, 1987.

BO, Peabody. *Sorte ou Talento; O que realmente faz diferença para os empreendedores*. Elsevier, 2005.

BOURDIEU, P. Le capital social: notes provisoires. *Actes de la recherche en sciences sociales*. n. 31, jan., 1980.

BRAUN, Eduardo. Cinco perguntas a Joseph Stiglitz. *HSM Management*, no. 64, ano 11, v. 5, set.-out. 2007, p. 8. (entrevista)

BRUSCO, S., PABA, S. *Per una storia dei distretti industriali italiani dal secondo dopo guerra agli anni novanta*. In: BARCA, F. (org.) *Storia del capitalismo italiano dal dopoguerra a oggi*. Donzelli, Roma, 1997.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

_____. *Fim do milênio*. São Paulo: Paz e Terra, 1999a. v. 3.

- CERRI, Alicia. A alavanca que move o mundo. *HSM Management*, no. 64, ano 11, v. 5., set.-out. 2007, p. 60-66.
- CETRON, J. Marvin, DAVIES, Owen. 55 trend shaping tomorrow's world. *The futurist; a magazine of forecasts, trends, and ideas about the future*. EUA, Special Report. 2008.
- COLEMAN, J. S. *Foundations of Social Theory*. Cambridge MA: Harvard University Press, 1990.
- COMISSÃO das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento - CNUMAD. *Nosso Futuro Comum*. Rio de Janeiro: FGV, 1988.
- CORAGGIO, José L. *Da Economia dos Setores Populares à Economia do Trabalho*. In: KRAYCHETE, G. et al (org.). *Economia dos Setores Populares: Entre a Realidade e a Utopia*. Petrópolis, RJ: Vozes; Rio de Janeiro: Capina; Salvador: CESE, UCSal, 2000.
- CRUZ, Carlos Fernando. *Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme os ciclos de vida das organizações; um estudo de caso: Pramp's lanchonete*. 2005. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de pós-graduação em engenharia da produção, Florianópolis, Santa Catarina.
- CUFA. Disponibiliza informação sobre o grupo Cufa e seus projetos. Disponível em: <<http://www.cufa.com.br>>. Acesso em 10 abr. 2008.
- DAVIES, James et al. *The Global Distribution of Household Wealth*. 2006. Disponível em: <www.Wider.unu.edu/bewsletter/newsletter>. Acesso em 10 abr. 2007.
- DE MASI, Domenico. *A sociedade pós-industrial*. 3 ed. São Paulo: SENAC, 2000.

DEES, Gregory J. *O Significado de Empreendedorismo Social*. Universidade de Stanford, 1998. Disponível em:

<<http://www.gsb.stanford.edu/services/news/DeesSocentrepPaper.html>>. Acesso em: 14 jan. 2008.

DEUTSCHMAN, Alan. O desafio dos poderosos. *HSM Management*, no. 64, ano 11, v. 5., set.-out. de 2007. p. 82-88.

DEWEY, John. *How we think*. EUA: Dover Publications, 2005.

DOLABELA, F. *Teoria Empreendedora de Sonhos*. São Paulo: Cultura, 1999.

DOWBOR, Ladislau. *Democracia econômica; um passeio pelas teorias*, 2006. Disponível em: <<http://www.dowbor.org/asp>>. Acesso em: 14 dez. 2007.

_____. *Informação para a cidadania e o desenvolvimento sustentável*, 2004. Disponível em: <<http://www.dowbor.org>>. Acesso em: 15 dez. 2007. (atualizado em 23 mar. 2006)

_____. *A Reprodução Social*. 3. ed. Rio de Janeiro, Petrópolis: Vozes, 2003. 3 v.

_____. *Inovação social e sustentabilidade*. [s. a.] Disponível em: <<http://www.dowbor.org>>. Acesso em: 18 mar. 2008. (atualizado em out. 2007)

DRUCKER, Peter F. *Inovação e Espírito Empreendedor; entrepreneurship, práticas e princípios*. São Paulo: Pioneira, 1996.

_____. *Sociedade pós-capitalista*. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1993.

DUPAS, Gilberto. *Economia global e exclusão social; pobreza, emprego, estado e o futuro do capitalismo*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FILION, Louis Jacques. *O empreendedorismo como tema de estudos superiores*. In: Instituto Euvaldo Lodi. *empreendedorismo, ciência e arte*. Brasília: CNI, 1999.

_____. *Visões e Relações: Elementos para um Metamodelo Empreendedor*. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, FGV, v. 33, n. 6, nov-dez. 1993, p.50-61.

FISCHER, Tânia. *Gestão do desenvolvimento e poderes locais; marcos teóricos e avaliação*. Salvador: Casa da Qualidade, 2003.

FUÀ, G. *L'industrializzazione nel Nord Est e nel Centro*. In: FUÀ, ZACCHIA (orgs.) *L'industrializzazione senza fratture*, il Mulino, Bologna, 1983.

FUKUYAMA, F. *Confiança; As virtudes sociais e a criação da prosperidade*, Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

FUNDAÇÃO SCHWAB. Disponibiliza informação sobre o Prêmio Empreendedor Social. Disponível em:
<<http://www2.uol.com.br/empreendedorsocial/sobre.html>>. Acesso em 10 mar. 2008.

GADREY, Jean, JANY-CATRICE, Florence. *Os novos indicadores de riqueza*. São Paulo: SENAC, 2006.

GIDDENS, A. *Para além da esquerda e da direita*. São Paulo: Unesp, 1996.

GRAHAM, Pauline (org.). *Mary Parker Follet; profeta do gerenciamento - uma celebração aos escritos dos anos 20*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.

GUEVARA, Arnaldo José de Hoyos; DIB, Vitória Catarina. *Da Sociedade do Conhecimento à Sociedade da Consciência; princípios, práticas e paradoxos*. São Paulo: Saraiva, 2007.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 4. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2000.

HARTIGAN, Pamela, MARTIN, Maximilian. *Leveraging Market-Based Action for Positive Change: A Seminar on Social Entrepreneurship*. Lecture 4: Getting Started: Early-Stage Social Entrepreneurship. Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, 2003. Disponível em:
<<http://www.schwabfound.org/courses.htm>> Acesso em: 10 jan. 2008.
(documento de discussão)

HENDERSON, Hazel. *Construindo um mundo onde todos ganhem* São Paulo: Cultrix, 1996.

HISRICH, R. *Entrepreneurship, intrapreneurship and venture capital: the foundations of economic renaissance*. Lexington: Lexington Books, 1986.

_____, PETERS, M. P. *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 1996.

INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio 2006*. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 10 nov. 2007.

INSTITUTO de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA. *Brasil, o estado de uma nação; mercado de trabalho, emprego e informalidade*. Rio de Janeiro: IPEA, 2006.

JAMES, William. *Pragmatism; a new name for some old ways of think*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2002.

KIVA. Loans that change lives, Disponibiliza informação sobre o projeto Kiva, 2005. Disponível em: <www.kiva.org>. Acesso em: 8 jan. 2007.

KRUGER PASSOS, Carlos Artur et al. GEM – Global Entrepreneurship. *Empreendedorismo no Brasil: 2007*. Curitiba: IBQP, 2008.

_____. GEM 2006– Global Entrepreneurship. Curitiba: IBQP, 2007.

LEMOS, Cristina. *Inovação na era do conhecimento*. In: LASTRES, Helena M., ALBAGLI, Sarita. *Informação e Globalização na Era do Conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p.122-144.

LEVY-LEBOYER, Claude. *A crise das motivações*. São Paulo: Atlas, 1994.

LISBOA, Armando M. *A emergência das redes de economia popular no Brasil. Economia Solidária: o desafio da democratização das relações de trabalho*. In: DAL RI, Neusa Maria (org.). São Paulo: Arte & Ciência, 1999. p. 55-89.

MALVEZZI, S. Mercado informal, empregabilidade e cooperativismo: as transformações das relações de trabalho no mundo contemporâneo. *Caderno de Psicologia Social do Trabalho*. São Paulo, v. 2, dez. 1999.

MAQUIAVEL, Nicolau. *O Príncipe*. São Paulo: Jardim dos Livros, 2007.

MARCOVITCH, Jacques. *Da exclusão à coesão social: profissionalização do Terceiro Setor*. In: IOSCHPE, Evelyn Berg (org.). *3º setor: desenvolvimento social sustentado*. Rio de Janeiro: Gife/Paz e Terra, 1997, p.121-130.

McCLELLAND, David C. *Entrepreneurship and achievement motivation: approaches to the science of socio-economic development*. Paris: UNESCO, 1971.

McCRAW, Thomas K. *The prophet of innovation; Joseph Schumpeter and creative destruction*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2007.

MELO NETO, Francisco de Paula de, FROES, César. *Empreendedorismo social; a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MILL, John Stuart. *Utilitarismo*. Portugal: Editora Porto, 2005.

MONZONI NETO, Mario Prestes. *Impacto em Renda do Microcrédito; uma investigação empírica sobre geração de renda do Crédito Popular Solidário (São Paulo Confia), no Município de São Paulo*. 2006. Tese (Doutorado). Fundação Getúlio Vargas, São Paulo.

MOORE C. *Understanding Entrepreneurship Behavior*. Forty sixty Annual Meeting of Academy of Management: Chicago, 1986.

NICHTER, Simeon, GOLDMARK, Lara, FIORI, Anita. *Entendendo as Microfinanças no Contexto Brasileiro*. PDI/BNDES, 2002.

OLIVEIRA, Edson Marques. *Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias*. 2004. Tese (Doutorado). Universidade Estadual Paulista, Unesp, Franca, 2004.

ORGANIZAÇÃO das Nações Unidas - ONU. *The Inequality Predicament: report on the world social situation 2005*. Department of Economic and Social Affairs, New York, 2005. Disponível em:

<http://www.ilo.org/public/english/region/ampro/cinterfor/news/inf_05.htm>.

Acesso em: 23 out. 2007.

_____. *World Public Sector Report 2005*. Department of Economic and Social Affairs. New York, 2005.

ORGANIZAÇÃO Internacional do Trabalho – OIT. *Trabalho docente e juventude América Latina*. Resumo Executivo, 2007.

_____. *Trabalho docente nas Américas: uma agenda hemisférica*, 2006-2015. XVI Reunião Regional Americana. Brasília, maio 2006.

PNBE. Disponibiliza informação sobre o Pensamento Nacional das Bases Empresariais. Disponível em: <<http://www.pnbe.org.br>>. Acesso em: 20 jan 2008.

PLATÃO. *Platão – Os pensadores*. São Paulo: Nova Cultural, 2005.

PROJETO Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento Local 2005-2006; documento de conclusão; versão inicial para discussão, complementação e ajustes. São Paulo: Instituto Cidadania, 2006. Disponível em: <<http://ipso.org.br/06Dlfinal.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2007.

PUTNAM, R *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press, 1993.

RAZETO, L. O Papel Central do Trabalho e a Economia de Solidariedade. *Revista Proposta*, n.º 75, dez/fev. de 97-98.

RIBEIRO, Carlos R.M. *A empresa holística*. Rio de Janeiro: Vozes, 1993.

SACHS, Ignacy. *Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SCHLEMM, Marcos Mueller et al. *Empreendedorismo no Brasil: 2006* Curitiba: IBQP, 2007.

SCHRAMM, Carl J. *The entrepreneurial imperative; how America's Economic Miracle will reshape the world (and change your life)*. New York: HarperCollins, 2006.

SCHUMPETER, Joseph. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

_____. *A teoria do desenvolvimento econômico; uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

_____. *The theory of economic development*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1949.

SECRETARIA do Trabalho e Desenvolvimento Social. Disponibiliza informação sobre o Programa Ceará Empreendedor da Secretaria do Trabalho e Empreendedorismo. Disponível em: <<http://www.sete.ce.gov.br>>. Acesso em: 20 out. 2007.

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

SERVIÇO Brasileiro de Apoio às Pequenas e Médias Empresas - SEBRAE. Disponibiliza informação sobre os projetos do SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 12 out. 2007.

SIGNORINI, F. *L'effetto distretto: motivazione e risultati di un progetto di ricerca*. In: _____. (a cura de) *Lo sviluppo locale. Un'indagine della Banca d'Italia sui distretti industriali*. Roma, Meridiana, 2000.

SINGER, Paul. *Economia dos Setores Populares; propostas e desafios*. In: KRAYCHETE, G. et al (org.). *Economia dos Setores Populares: Entre a Realidade e a Utopia*. Petrópolis, RJ: Vozes; Rio de Janeiro: Capina; Salvador: CESE, UCSal, 2000.

SOLINAS, G. *I processi di formazione, la crescita e la sopravvivenza delle piccole imprese*. Franco Angeli, Milano, 1996.

- SWAMINATHAN, A., WADE, J. *Social movement theory and the evolution of new organizational forms*. In: SCHOONHOVER, Claudia Bird, ROMANELLI, Elaine (orgs.) *The entrepreneurship dynamic: origins of entrepreneurship and the evolution of industries*. Stanford University Press, 2001. p. 286-313.
- TEISSERENC Pierre. *Les Politiques de développement local (approche sociologique)*. Paris: Ed. Economica, 1994.
- TOFFLER, Alvin. *A terceira onda*. Rio de Janeiro: Record, 1995.
- TULLIO ALTAN, C. *Populismo e trasformismo*. Saggio sulle ideologie politiche italiane. Feltrinelli, Milano, 1989.
- TÜRCK, Maria da Graça Maurer Gomes. *Rede interna e rede social: o desafio permanente na teia das relações sociais*. 2. ed. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2002.
- VAN AKEN, Joan E., WEGGEMAN, Mathieu P. *Managing learning in informal innovation network; overcoming the Daphne-dilemma*. *R&D Management*, 30, 2, 2000, p. 139-149.
- ZAPATA, T. (coord.). BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social; PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. *Gestão Participativa para o Desenvolvimento Local*, Recife, 2000.
- YUNUS, Muhammad, JOLIS, Alan. *O banqueiro dos pobres*. São Paulo: Atlas, 2000.

A N E X O S

ANEXO A - EMPREENDEDORISMO⁹

Empreendedorismo designa os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

Empreendedor é o termo utilizado para qualificar, ou especificar, principalmente, aquele indivíduo que detém uma forma especial, inovadora, de se dedicar às atividades de organização, administração, execução; principalmente na geração de riquezas, na transformação de conhecimentos e bens em novos produtos – mercadorias ou serviços; gerando um novo método com o seu próprio conhecimento. É o profissional inovador que modifica, com sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano. Também é utilizado – no cenário econômico - para designar o fundador de uma empresa ou entidade, aquele que construiu tudo a duras custas, criando o que ainda não existia.

A palavra empreendedorismo foi utilizada pelo economista Joseph Schumpeter em 1950 como sendo uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações. Mais tarde, em 1967 com K. Knight e em 1970 com Peter Drucker foi introduzido o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. E em 1985 com Pinchot foi introduzido o conceito de Intra-empreendedor, uma pessoa empreendedora, mas dentro de uma organização. Uma das definições mais aceitas hoje em dia é dada pelo estudioso de empreendedorismo, Robert Hirsch, em seu livro “Empreendedorismo”. Segundo ele, empreendedorismo “é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal”. A satisfação econômica é resultado de um objetivo alcançado (um novo produto ou empresa, por exemplo) e não um fim em si mesma.

A palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo de novo. Século XVII: Os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram nessa época, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Richard Cantillon, importante escritor e economista do século XVII é considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor (aquele que assume riscos), do capitalista (aquele que fornecia o capital). Século XVIII: Nesse século o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo, através da Revolução Industrial. Século XIX e XX: No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram freqüentemente confundidos com os administradores (o que ocorre até os dias atuais), sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

⁹ Informação obtida na Biblioteca Virtual Wikipédia: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Origem>.

O Empreendedorismo Social é uma espécie de empreendedorismo que, diferentemente do tradicional (que almeja a maximização dos lucros), pretende promover a maximização dos retornos sociais. Para tanto, utiliza técnicas de gestão, inovações produtivas, técnicas de manejo sustentável de recursos naturais e criatividade para fornecer produtos e serviços que possibilitem a melhoria da condição de vida das pessoas envolvidas e beneficiadas, através da ação dos empreendedores sociais externos e internos à comunidade.

O empreendedor social visa à maximização do capital social (relações de confiança e respeito) existente para realizar mais iniciativas, programas e ações que permitam para uma comunidade, cidade ou região se desenvolverem de maneira sustentável, disseminando tecnologias produtivas, empoderando os grupos produtivos e estimulando a participação da população na esfera política, ampliando o "espaço público" dos cidadãos em situação de exclusão e risco.

Os desafios do empreendedorismo social

1. Como mudar comportamentos da população?
2. Como utilizar processos de participação?
3. Como inovar em termos de inserção social?
4. Como engajar pessoas no processo de empreendedorismo social?
5. Como minorar os impactos indesejáveis na cultura local? E no meio ambiente?
6. Como assegurar o uso sustentável de áreas naturais?
7. Como garantir a proteção das culturas locais?
8. Como incentivar iniciativas de auto-sustentação?
9. Como incentivar comportamentos responsáveis e éticos?
10. Como produzir renda e criar empregos?
11. Como criar cultura de auto-sustentabilidade?
12. Como criar novas organizações sociais e torná-las mais atuantes?
13. Como criar e implantar instrumentos legais e políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo social?
14. Como melhorar a qualidade de vida das populações envolvidas?
15. Como gerar alternativas econômicas para a população local?

16. Como criar e implementar critérios conservacionistas de desenvolvimento sustentável?

17. Como administrar as pressões da comunidade?

18. Como criar fontes viáveis de financiamento para as iniciativas empreendedoras locais?

19. Como criar novas fontes alternativas e não-tradicionais de desenvolvimento local e regional?

20. Como toda a população, e não apenas um pequeno segmento populacional, pode ser beneficiada?

ANEXO B – PROGRAMA SEBRAE - EMPRETEC

* Adotada pelo SEBRAE e PNDU (Órgão de Desenvolvimento das Nações Unidas)

CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

CONJUNTO DE REALIZAÇÃO

Busca de Oportunidades e Iniciativa - faz as coisas antes de solicitado, ou antes de forçado pelas circunstâncias; age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços; aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.

Correr Riscos Calculados - avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente; age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.

Exigência de Qualidade e Eficiência – encontra a melhor maneira de fazer as coisas, de modo mais rápido e mais barato; age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem a padrões de excelência; desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.

Persistência - age diante de um obstáculo significativo; age repetidamente ou muda de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; assume responsabilidade pessoal pelo desempenho para atingir metas e objetivos.

Comprometimento - faz um sacrifício pessoal ou dispende um esforço extraordinário para completar uma tarefa; colabora com os empregados ou coloca-se no lugar deles, se necessário, para terminar uma tarefa; esmera-se em manter os clientes satisfeitos; e coloca em primeiro lugar a boa vontade no longo prazo acima do lucro no curto prazo.

CONJUNTO DE PLANEJAMENTO

Busca de Informações - dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.

Estabelecimento de Metas - estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; define metas de longo prazo claras e específicas; estabelece objetivos de curto prazo mensuráveis.

Planejamento e Monitoramento Sistemáticos - planeja, dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais; mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.

CONJUNTO DE PODER

Persuasão e Rede de Contatos - utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos, desenvolve e mantém relações comerciais.

Independência e Autoconfiança - busca autonomia em relação a normas e controles de outros; mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores; expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.