

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

EVELAINE LISMARA LITZ

**O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL – ANÁLISE DO EMPREENDEDORISMO
SOCIAL NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

**Monografia apresentada como
requisito parcial à conclusão do
curso de Ciências Econômicas,
Setor de Ciências Sociais
Aplicadas da Universidade
Federal do Paraná.**

**Orientador: Professor Dr.º
Fábio Dória Scatolin**

**CURITIBA
2010**

TERMO DE APROVAÇÃO

EVELAINE LISMARA LITZ

O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL - ANÁLISE DO EMPREENDEDORISMO
SOCIAL NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Ciências Econômicas, pela Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, mediante a seguinte banca examinadora:

Orientador: _____

Profº. Drº. Fábio Dória Scatolin
Departamento de Economia, UFPR

Profº. Espec. Adilson Antonio Volpi
Departamento de Economia, UFPR

Profº Drª. Denise Maria Maia
Departamento de Economia, UFPR

Curitiba, 15 de dezembro de 2010.

RESUMO

Este trabalho procura compreender a importância do empreendedorismo social como atividade econômica que contribui para o desenvolvimento sustentável de uma região, e identificar quais são os aspectos socioeconômicos que estão envolvidos no processo de empreender. A análise feita indica que o principal aspecto que caracteriza o empreendedorismo é a inovação, e que no caso do empreendedorismo social a inovação está voltada para a utilização dos recursos disponíveis em uma determinada localidade na busca de solução dos problemas locais, e que de uma forma sistêmica, promove a geração de renda e emprego. Também se verificou que o Brasil mantém certa estabilidade no que se refere à atividade empreendedora, no período entre 2000 a 2009, e que a motivação predominante é a do empreendedorismo por oportunidade.

Para a pesquisa foram utilizados os dados disponíveis no Relatório GEM Brasil.

Palavra-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Social. Desenvolvimento Sustentável.

ABSTRACT

This work's purpose is to understand the importance of social entrepreneurship as economic activity that contributes in a region, and identify what are the socioeconomic aspects that are involved in the process to undertaking. The analysis that the main aspect is that characterizes the entrepreneurship is the innovation, and in the case of social entrepreneurship the innovation is come back toward for the use of available resources in a determined locality in the search for solution of local problems, and in a way systemic promote income generation and employment. It as also verified that Brazil maintains certain stability as for the entrepreneurial activity in the period from 2000 to 2009, and that the predominant motivation is the opportunity for entrepreneurship.

For research used data available in the GEM Report Brazil.

Key- words: Entrepreneurship. Social Entrepreneurship. Sustainable Development.

Agradeço a Deus, à minha família, e aos que
contribuíram para a elaboração deste trabalho.
Com amor e gratidão.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 2 - EMPREENDEDORISMO	3
2.1 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO.....	4
2.2. EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	5
2.3.CONDIÇÕES PARA O EMPREENDEDORISMO.....	10
CAPÍTULO 3– EMPREENDEDORISMO SOCIAL	14
3.1O EMPREENDEDOR SOCIAL NO BRASIL	18
3.2 INSTITUIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL.....	19
3.2.1.FUNDAÇÃO SCHWAB	19
3.2.2 ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAS	20
3.2.3 FUNDAÇÃO AVINA.....	21
3.2.4 ALIANÇA EMPREENDEDORA.....	21
3.3. CAPITAL SOCIAL.....	23
3.4. REDES SOCIAIS.....	26
CAPÍTULO 4- EMPREENDEDORISMO SOCIAL E DESENVOLVIMENTO	
SUSTENTÁVEL	28
4.1 CAPACIDADES DE SUSTENTABILIDADE	29
4.2 SOCIEDADE SUSTENTÁVEL.....	31
CONCLUSÃO	32
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	34

1- INTRODUÇÃO

O desenvolvimento sustentável é um tema que tem sido muito comentado atualmente. Questões como consumo consciente¹, comércio justo² e responsabilidade social³, entre outras, vêm ganhando espaço e importância em diversos setores da sociedade, assim como para empresas e indivíduos que estão percebendo a relevância do seu papel no processo de contribuir para um desenvolvimento sustentado.

Isso porque o crescimento econômico pautado na ideia da produção e consumo crescente e desenfreado de bens e serviços, sem levar em conta a procedência, a maneira como são obtidos os recursos utilizados, assim como o modo das relações de produção e os impactos gerados na sociedade e no meio ambiente tem se mostrado insustentável. Desse modo, essa situação colabora para um modelo de desenvolvimento que gera exclusão social, esgotamento dos recursos naturais e desigualdade.

O crescimento econômico é avaliado quantitativamente através da geração de riqueza que um país produz, mas não é sinônimo de desenvolvimento, já que este é avaliado qualitativamente de acordo com os benefícios gerados pela economia dentro de uma sociedade. O desenvolvimento econômico vislumbra o crescimento econômico em si, mas não se resume nele. Segundo Celso Furtado “só haverá verdadeiro desenvolvimento... ali onde existir um projeto social subjacente” (Veiga, Sachs, 2005, p.9) e também “quando os benefícios do crescimento servem à ampliação das capacidades humanas, entendidas como o conjunto das coisas que as pessoas podem ser, ou fazer ” (Sen, 2000, p.), ou seja, de poder fazerem escolhas. Para isso é necessário que haja condições para a participação na vida social, econômica e cultural de uma comunidade.

¹ “É um consumo com consciência do seu impacto e voltado a sustentabilidade... O consumidor pode por meio de suas escolhas, buscar maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos dos seus atos de consumo”.(Instituto Akatu)

² “Entende-se por comércio justo (fair-trade) uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade nas relações comerciais e contribui para o desenvolvimento sustentável por meio de melhores condições de troca e da garantia de direitos para produtores e trabalhadores marginalizados” .(Internacional Federation of Alternative Trade –Ashoka /Mckinsey, 2006, p.14).

³ “É o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo produtiva e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e à sua prestação de contas para com ela” .(Cardoso e Ashley, 2002)

Dessa participação é que se forma a base pela qual a sustentabilidade tem seu desenvolvimento, “gerado dentro da sociedade e por ela assumido” (Coimbra, Fróes e Melo, 2002, p. xii), tendo como foco o indivíduo, com sua capacidade para inovar, transformar e empreender, integrado através de redes de cooperação, com o governo, com as organizações da sociedade civil (associações, fundações) e com o setor privado. Esse indivíduo, criativo, empreendedor, com visão sistêmica do problema social a que se propõe buscar soluções, é chamado de empreendedor social, importante agente da promoção de um modelo de desenvolvimento sustentável.

O empreendedorismo social é uma vertente do empreendedorismo convencional, segundo o GEM (2004, p.72) e esta atividade econômica, influi e é influenciada pelo grau de desenvolvimento de uma região. O Brasil apresenta significativa atividade na dinâmica do empreendedorismo⁴ e tem “como traço característico uma considerável estabilidade” (GEM, 2010, p.8), mantendo uma média de 13% na taxa de atividade empreendedora (TEA).

O objetivo deste trabalho é analisar como a atividade econômica do empreendedorismo social, colabora para o desenvolvimento sustentável através de suas ações de fomento ao empreendedorismo local no Brasil.

Para isso, este trabalho está estruturado em três capítulos. No primeiro, é apresentado, através de revisão teórica, o conceito de empreendedorismo, enfatizando a noção que Schumpeter colocou em evidencia na literatura econômica. Também serão apresentados neste capítulo os dados sobre a atividade empreendedora no Brasil, fazendo uma análise dos dados apresentados, utilizando para isso a pesquisa levantada no Relatório GEM.

No segundo capítulo é então apresentado o tema do empreendedorismo social através da bibliografia disponível sobre o tema, e as variáveis que estão relacionadas com o empreendedorismo social, como o capital social e as redes sociais. Também serão apresentadas as instituições de empreendedorismo social.

No terceiro capítulo, a questão do desenvolvimento sustentável é apresentada através de um histórico sobre o conceito e então feita a relação de como a sustentabilidade e empreendedorismo social se apresenta na sociedade.

⁴ As chamadas PME's (pequenas e médias empresas)

CAPÍTULO 2 - EMPREENDEDORISMO

Segundo os autores Fróes e Melo (2002, p. 6) a palavra empreendedorismo “é um neologismo que derivou da livre tradução da palavra inglesa *entrepreneurship*”. Por sua vez, esta é composta da palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*, que é utilizada para “designar os estudos relativos ao **empreendedor**, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de **atuação**”.

De acordo com pesquisas encontradas sobre o conceito de empreendedor, verificou-se que em meados do séc. XVIII e início do séc. XIX o termo já tinha sido utilizado por autores como Richard Cantillon e Jean Baptiste Say. Apesar de ser de Say a concepção do empreendedor como aquele que inova e é agente de mudanças, e por isso considerado o pai do empreendedorismo (Dolabella, 1999, p.48), foi Joseph Alois Schumpeter, na metade do séc. XX, quem deu projeção ao tema e tornou conhecida a diferenciação que fez para o empreendedor, distinguindo-o do empresário como simples dono ou administrador de uma empresa para aquele indivíduo responsável pela inovação através da destruição criativa, caracterizada pelas “novas combinações de materiais e forças”, processo no qual é gerada uma nova forma de produzir, a introdução de um novo bem, a abertura de um novo mercado, a descoberta de uma nova fonte de matérias-primas ou o estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, fazendo com que tal comportamento venha a ser “a força motriz de um grande número de fenômenos significativos” (Schumpeter, 1997, p.76).

A nova combinação dos meios de produção e o crédito ao empreendedor são para Schumpeter (1997, p.83) o “fenômeno fundamental do desenvolvimento”, assim como, designa “empreendimento” a realização de novas combinações nas quais o empreendedor é o indivíduo responsável por tal função.

Schumpeter diz que a função empreendedora não é simplesmente a da administração, pois não ressalta o que considera ser a questão chave que distingue a atividade empreendedora de outras, “alguém só é empreendedor quando efetivamente” levar a cabo novas combinações (1997 p. 86). Qualquer pessoa, desde que tenha o “tipo de conduta” do empreendedor, preenche a função descrita por Schumpeter, que está diretamente vinculada à inovação.

Em primeiro lugar é uma questão de um tipo de conduta... que é dirigida a algo diferente e significa fazer algo diferente de outra conduta. Pode-se, na verdade, incluí-la com a última numa unidade mais elevada, mas isso não altera o fato de que existe uma diferença teoricamente relevante entre as duas e que apenas uma delas é adequadamente descrita pela teoria tradicional... O tipo de conduta em questão não apenas difere do outro em seu objetivo, sendo-lhe peculiar a “inovação”, mas também por pressupor aptidões que diferem em tipo, e não apenas em grau, daquelas do mero comportamento econômico racional (SCHUMPETER, nota 84; 1997 p.89).

A inovação então é o elemento chave que caracteriza o empreendedor e o diferencia do empresário, embora não se desconsidere que o empresário também possa ser um empreendedor.

2.1-EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Schumpeter associa inovação com o que ele denominou de destruição criativa ou criadora. Novos paradigmas estarão sempre surgindo e sendo superados através das inovações, num processo contínuo de destruição criativa ou criadora, o qual, através de sua dinâmica, gera o desenvolvimento econômico. O empreendedor cria e inova para construir algo com valor reconhecido em oportunidades identificadas.

Segundo TOMAÉL, ALCARÁ, DICHARA, (2005, p.99), a busca pela inovação, “por meio da criação e desenvolvimento de novos produtos e processos, diversificação, qualidade e absorção de tecnologias avançadas é indispensável para assegurar elevados níveis de eficiência e produtividade das organizações”. Isso implica acumulação constante de conhecimentos e capacitação tecnológica contínua.

Nesse contexto, insere-se a aprendizagem organizacional (aprendizado contínuo e interativo), configurando-se como o processo mais importante para o desenvolvimento da inovação tecnológica.

No atual estágio da economia do conhecimento, a inovação é um processo de múltiplas fontes derivadas de complexo fluxo de interação de indivíduos, empresas e outras organizações voltadas para a busca do conhecimento e para a difusão tecnológica. O desenvolvimento e a divulgação das inovações vinculam-se a mecanismos de interação do negócio com seu ambiente e com o aprendizado tecnológico. (CARON, 2006, p. 101)

A inovação está presente em diversos setores da economia. O Manual de Oslo (2005) classifica a inovação em quatro tipos: produto, processo, marketing e organização. Na inovação de produto ou processo tem-se que:

Inovação tecnológica de produtos ou processo compreende a introdução de produtos ou processos tecnologicamente novos e melhorias significativas em produtos e processos existentes. Considera-se que uma inovação tecnológica de produto ou processo tenha sido implementada se tiver sido introduzida no mercado (inovação de produto) ou utilizada no processo de produção (inovação de processo). As inovações tecnológicas de produto ou processo envolvem uma série de atividades científicas, tecnológicas, organizacionais, financeiras e comerciais. A firma inovadora é aquela que introduziu produtos e processos tecnologicamente novos ou significativamente melhorados num período de referência. (OSLO, 2005)

Ainda, segundo o Manual de Oslo (2005) a inovação de marketing é a implementação de um novo método de marketing com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços.

Por inovação organizacional tem-se que é a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, assim como na organização do seu local de trabalho. (Oslo, 2005).

Ambientes em que ocorrem processos de interatividade e cooperação no aprendizado e na inovação são mais propícios ao empreendedorismo.

De uma maneira geral, a inovação se insere no empreendedorismo como principal característica para o desenvolvimento econômico.

2.2 - EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

A estabilidade econômica e a manutenção do regime democrático no Brasil tem favorecido a atividade empreendedora (GEM p.15, 2010), fazendo com o empreendedorismo, colabore no crescimento econômico, na geração de emprego e renda.

Para avaliar o nível da atividade empreendedora, foi fundado pela London Bussines School e pelo Babson College, em 1999, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que coleta os dados sobre o empreendedorismo, através de um consórcio entre vários países e são divulgados anualmente através do Relatório

GEM. No Brasil, desde 2000 o Instituto Brasileiro de Qualidade e Pesquisa (IBQP), em Curitiba, é o responsável pelas informações coletadas e divulgadas no Relatório GEM Brasil.

É o maior estudo do mundo sobre a atividade empreendedora, cobrindo 54 países consorciados⁵. Segundo o IBQP:

É um projeto de pesquisa que tem a finalidade de aprofundar o conhecimento sobre questões relacionadas ao empreendedorismo tais como: as diferenças entre os países em termos de capacidade empreendedora, a contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico e tecnológico, relações entre riquezas de oportunidades empreendedoras e a capacidade dos indivíduos em explorar novas oportunidades e o potencial dos governos para promover o empreendedorismo. (IBPQ, 2004).

Na metodologia da pesquisa, o empreendedorismo é analisado de acordo com a “motivação para empreender”. Desse modo, a atividade empreendedora é classificada em empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade. Um novo processo, produto ou serviço inovador lançado no mercado pode ser considerado empreendedorismo por oportunidade. Nesse caso, instituições de ensino e de pesquisa são fomentadoras da oportunidade por estarem diretamente relacionadas ao processo de capacitação proporcionando ambientes de aprendizagem e experimentação contínuas. Segundo o GEM (2003, p.11) a motivação por oportunidade é a “proporção de pessoas que desenvolvem atividades relacionadas com a criação de novas empresas (*start-ups*) que têm por objetivo explorar uma oportunidade específica de negócio, muitas vezes por iniciativa de indivíduos que mantêm ao mesmo tempo um vínculo normal de emprego”.

. O empreendedorismo por necessidade está relacionado à premência de geração de renda. (VOLPATO, PAROLIN, 2007 p.215).

⁵ O número de países pode variar conforme o ano da pesquisa.

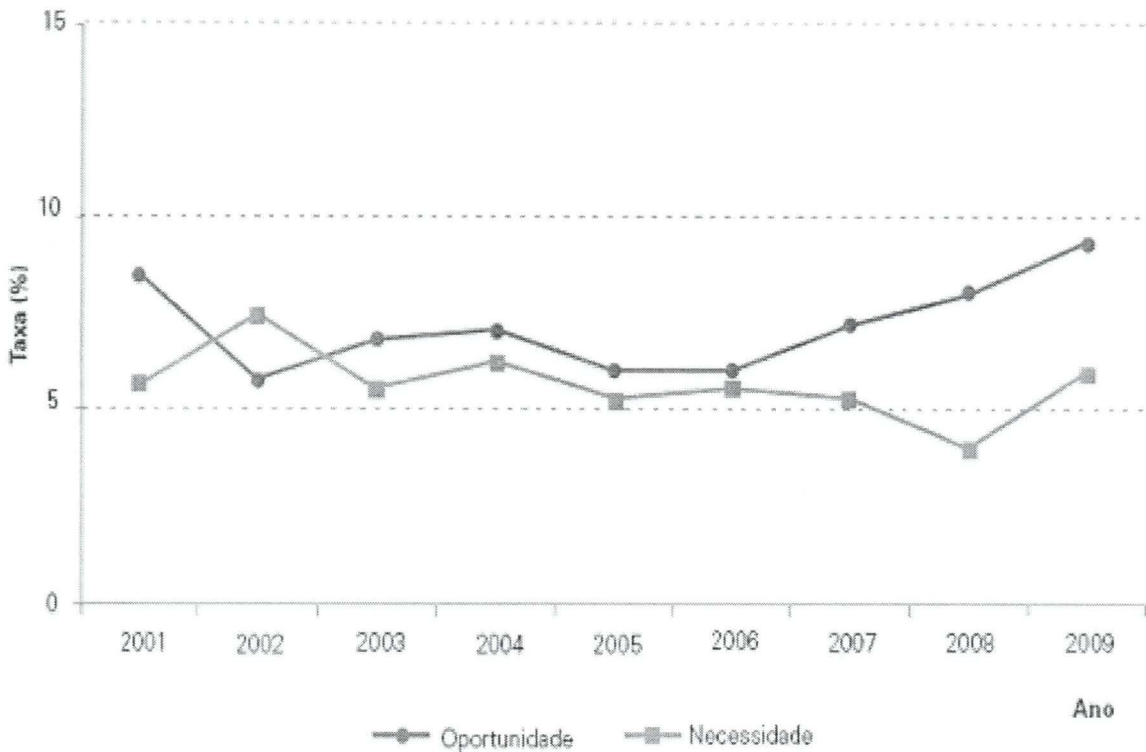


GRÁFICO 1- MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER – BRASIL (2001-2009)

FONTE: Pesquisa GEM 2001 a 2009.

De acordo com o gráfico, empreender por oportunidade no Brasil, com exceção do ano de 2002, é a motivação predominante. Percebe-se de 2006 a 2008 a motivação por oportunidade cresceu numa razão maior que em anos anteriores. A partir de 2008, embora a motivação por oportunidade se mantenha acima da motivação por necessidade, esta também apresentou um aumento, entre 2008 e 2009.

O empreendedorismo por oportunidade e necessidade fazem parte de uma mesma taxa chamada “Taxa de Empreendedorismo Total” ou TEA que mostra a totalidade dos empreendimentos realizados em determinado período. No Brasil observa-se os seguintes dados:

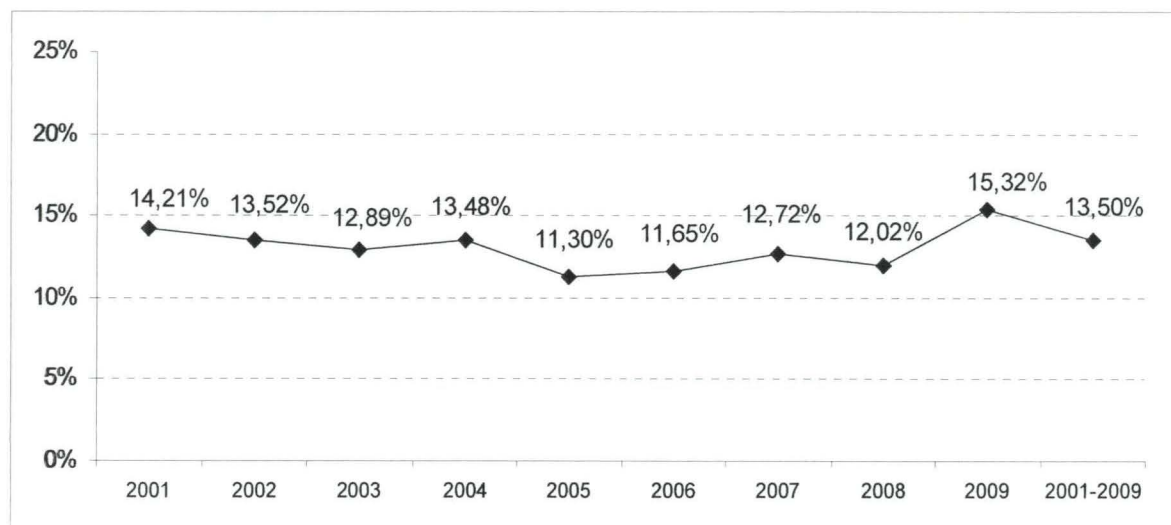


GRÁFICO 2 – EVOLUÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (2001 -2009)

FONTE: PESQUISA GEM BRASIL 2001 A 2009

A taxa geral (TEA) se refere à soma dos empreendimentos novos (que surgiram nos últimos três anos e meio), que foi de 9,75%, e dos empreendimentos nascentes (com três meses de surgimento ou ainda em processo de criação), que ficou em 5,78%. A atual taxa está acima da média histórica do Brasil, que é de 13%. Em 2008, a taxa ficou em 12%, conforme a seguinte tabela (IBQP, 2010).

PAÍSES	TEA 2008 (%)	POSIÇÃO (43 países)	ESTIMATIVA DE EMPREENDEDORES
Maiores Estimativas			
Índia	11,5	15	76.045.000
Estados Unidos	10,8	16	20.546.000
Brasil	12,0	13	14.644.000
México	13,1	11	8.412.000
Colômbia	24,5	3	6.571.000
Total do Grupo	14,4		126.218.000
Menores Estimativas			
Irlanda	7,6	24	166.000
Dinamarca	4,0	39	138.000
Letônia	6,5	30	96.000
Eslovênia	6,4	32	86.000
Irlanda	10,1	17	18.000
Total do Grupo	6,9		504.000

TABELA 1 - ESTIMATIVA DA POPULAÇÃO EMPREENDEDORA 2008

FONTE: Pesquisa GEM 2008

No ranking dos países com nível comparável de desenvolvimento econômico da pesquisa GEM 2009, o Brasil é o sexto mais empreendedor dentre os 22 países do grupo, com taxa de 15,3%, o que equivale a 18,8 milhões de pessoas.

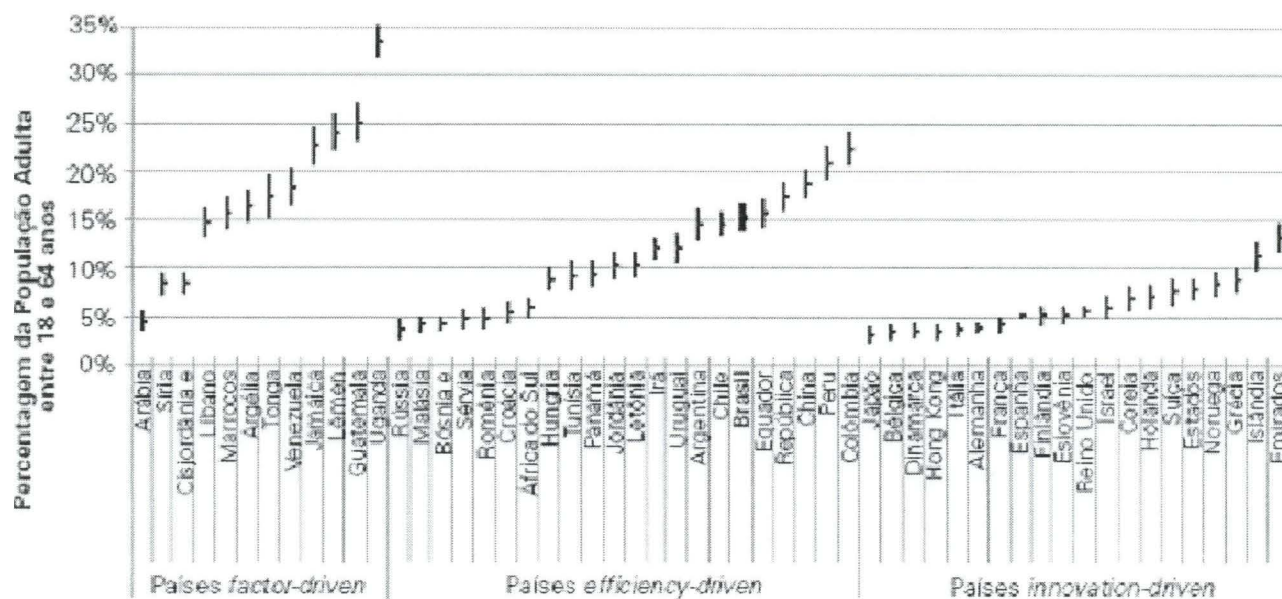


GRÁFICO 3- TAXA DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) POR GRUPO DE PAÍSES (2009)

FONTE: PESQUISA GEM 2009

No início das pesquisas do relatório GEM, algumas das recomendações para os países em busca do desenvolvimento econômico que o estudo apresentava se baseavam em:

- O apoio ao empreendedorismo e o aumento da dinâmica empreendedora de um país deveriam ser prioridades de qualquer política ou ação governamental que tenham por objetivo promover o desenvolvimento econômico.
- O aumento auto-sustentado a longo-prazo das atividades empreendedoras exige forte comprometimento e investimento em educação no ensino do terceiro grau.
- As habilidades e capacidades necessárias para criar uma empresa deveriam integrar os programas de ensino em todos os níveis: primeiro segundo e terceiro graus⁶.

⁶ Adaptado de Dolabela, 1999, p.40.

2.3 CONDIÇÕES PARA O EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é uma atividade que depende de certas condições relacionadas com as principais características socioeconômicas de um país, algumas dessas condições são⁷:

- **Apoio Financeiro:** a disponibilidade de recursos financeiros (ações, 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) e o entendimento da comunidade financeira sobre empreendedorismo.
- **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. : avalia em que medida os novos empreendimentos são priorizados pelas políticas governamentais em geral.
- **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 capacitação em todos os níveis (ensinos fundamental, médio, superior e profissionalizante e cursos de pós-graduação, além de cursos especificamente voltados a empreendedorismo /negócios). Essa dimensão também examina a qualidade, a relevância e a profundidade da educação e dos programas de capacitação voltados à criação ou ao gerenciamento de novos negócios, a filosofia do sistema educacional direcionada à inovação e à criatividade, a competência dos professores para o ensino do empreendedorismo e a experiência dos gerentes e empreendedores em lidar com trabalhadores.

⁷ Adaptado da Pesquisa GEM 2009 p. 20

- 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, a disponibilidade e a qualidade dos recursos humanos de órgãos governamentais, bem como a habilidade destes em gerenciarem programas especificamente voltados ao empreendedor e à efetividade dos programas.
- Pesquisa e Desenvolvimento: em que medida pesquisa e desenvolvimento levam a novas oportunidades empresariais e se estas estão disponíveis ou não para novas empresas.
- Infraestrutura comercial e profissional.
- Acesso ao mercado e barreiras à entrada. 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), as 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.
- Acesso à infraestrutura 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.
- Normas culturais e sociais, 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; sua influência no desenvolvimento do empreendedorismo; os efeitos das normas sociais no comportamento empreendedor; a valorização do empreendedor.

Segundo Dolabela (1999, p.41) a pesquisa deixa claro que um pré-requisito para a atividade empreendedora em um país é a existência de um conjunto de valores sociais e culturais que possam encorajar a criação de novas empresas. É considerando tais valores que o empreendedorismo social atua.

CAPÍTULO 3 -EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O empreendedorismo social é um conceito utilizado a partir dos meados de 1970, e que, considerando o conceito de Schumpeter para empreendedor, este agregou valores como ética, cooperação, consciência social e ambiental como parâmetros principais para a tomada de decisão deste agente. Deste modo, o termo “social” precisou ser aderido à palavra “empreendedorismo” para que este designasse com maior clareza a função deste tipo de empreendedorismo que se diferencia do puramente empresarial, e está evoluindo de acordo com o próprio amadurecimento destas questões na sociedade.

Como afirma Klaus Martin Schwab⁸, da “Schwab Foundation for Social Entrepreneurship”, diante das várias definições para o empreendedor social “o que é central é ver a motivação que está por trás da ação e se a pessoa está fazendo algo realmente inovador”. No seu âmbito, a inovação está voltada para a promoção de mudanças socialmente significativas. Segundo CARON (2008, p. 101), a inovação é uma combinação de necessidades sociais e de demandas do mercado com os meios científicos e tecnológicos para resolvê-las.

O empreendedorismo empresarial é um processo no qual indivíduos identificam idéias e oportunidades econômicas e atuam desenvolvendo-as, transformando-as em empreendimentos e, portanto, reunindo capital, trabalho e outros recursos para a produção de bens e serviços. O empreendedorismo social também faz parte deste processo, porém, a diferença deste empreendedorismo para o empreendedorismo empresarial está em que aquele não foca no lucro das vendas de bens e serviços o seu objetivo, embora também realize seus negócios e necessite deles para a manutenção do empreendimento, estes “contribuem para a geração de empregos, incremento da renda familiar, inclusão de jovens e mulheres em atividades produtivas, validação de formas tradicionais de uso dos recursos naturais, estímulo ao consumo consciente e comércio justo” (Ashoka /Mckinsey, 2006). Seu objetivo está na solução de problemas sociais. Seu desempenho é medido através do impacto social de suas ações.

⁸ (FOLHA ONLINE, 2009).

No centro desse debate estão novos princípios de relação comercial – comércio justo e economia solidária - que indicam possibilidades de construção de modelos distintos de intervenção social, capazes de garantir sustentabilidade e autonomia para as organizações e as comunidades envolvidas. Muito além de recursos financeiros, eles poderão ser capazes de contribuir com soluções para os problemas sociais hoje existentes, resgatando a cidadania de comunidades inteiras e preparando-as para que se insiram de maneira definitiva em nossa sociedade. (Ashoka / Mckinsey, 2006, p. 13)

Através do resultado de uma investigação da realidade, planejamento, programação, elaboração de um plano de negócio e elaboração de um projeto, o empreendedor social tem características semelhantes aos empreendedores de negócios, mas possuem uma visão social onde o objetivo final não é a obtenção de lucro, mas o impacto social; são os agentes de transformação no setor social.

O conceito de eficiência produtiva é distinto no setor social⁹. Certas variáveis inerentes à comercialização de um produto ou serviço – despesas, custos e volume de produção – são medidas racionais e objetivas com enfoque eminentemente quantitativo. Mas para organizações da sociedade civil que trabalham com negócios sociais, parâmetros freqüentemente subjetivos devem ser também considerados: o aumento da auto-estima e qualidade de vida, por exemplo, passam a ser indicadores da eficiência social do negócio, fundamental para sua medida de sucesso. (ASHOKA/ MCKINSEY, 2003, p.63).

Os negócios sociais procuram tornar as organizações capazes de gerar recursos financeiros de modo a trazer diversos benefícios para as comunidades envolvidas, como a geração de novos postos de trabalho que por sua vez incrementa a renda familiar com alternativas econômicas sustentáveis.

De um modo geral, o empreendimento se inicia com a percepção de um problema social e a busca de soluções, que podem ser inovadoras ou já conhecidas, avaliando em princípio, como a solução e sua implementação se desenvolvem na localidade em que foi inserido.

A seguir, um resumo comparativo das características do empreendedorismo privado e social:

⁹ “Ou sociedade civil, abrange todos aqueles que individual ou coletivamente atuam socialmente nas esferas não governamentais”. (Costa; ASHOKA /MCKINSEY, 2006).

Empreendedorismo privado	Empreendedorismo social
1. é individual	1. é coletivo
2. produz bens e serviços para o mercado	2. inserido no mercado, produz bens e serviços para a comunidade
3. tem o foco no mercado	3. Tem o foco na busca de solução para os problemas sociais
4. sua medida de desempenho é o lucro	4. sua medida de desempenho é o impacto social
5. visa satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	5. visa resgatar pessoas de situação de risco social e promovê-las

QUADRO 1 - COMPARAÇÃO ENTRE EMPREENDEDORISMO PRIVADO E SOCIAL

Fonte: adaptado de Melo Neto e Fróes (2002, p. 11)

O empreendedorismo social não é filantropia, nem caridade. Nesse aspecto convém citar Amartya Sen, quando diz que “qualquer afirmação de responsabilidade social que substitua a responsabilidade individual é contraproducente” (2000 p. 72). Também é conveniente ressaltar a diferença entre responsabilidade social e empreendedorismo social, já que aquela se refere à empresa que investe no social através de patrocínios em projetos sociais, mas que tal modelo de gestão é insuficiente, pois só produz resultados mediante a ação empresarial. “A sociedade civil recebe os benefícios, mas não se transforma. Ela obtém ganhos sociais passageiros” (Coimbra; Fróes e Melo, 2002, p.xvi). Já no empreendedorismo social, é o social que se empresarializa para que, através do negócio social, consiga gerar recursos próprios, ganhando autonomia e desenvolvendo sua própria estratégia de atuação, que serão meios para a sustentabilidade do negócio, assim como da comunidade em que estarão inseridos.

Desse modo, o empreendedorismo social procura dotar as comunidades de capacidades e habilidades empreendedoras, respeitando, no entanto, suas culturas e tradições (Fróes; Melo, 2002 p.17), a isso pode também ser chamado de “empoderamento”, ou seja, procura-se fazer com que as pessoas se tornem cidadãos ativos, que atuem para o desenvolvimento local, encorajando-os, dotando-os de novos valores e comportamentos.

O desenvolvimento local é endógeno, ou seja, emerge das iniciativas e do dinamismo da comunidade. Valoriza os recursos financeiros e materiais locais. Mas, principalmente, apoiar-se-á no empreendedorismo, disseminado fortemente entre os principais atores e nas PME locais, como fontes de geração de emprego.

É importante ressaltar a contribuição das instituições como fornecedoras de suporte técnico para a qualificação e incentivos proporcionados à população para que ela possa obter meios de fortalecer-se e promover seu próprio desenvolvimento.

O empreendedor social então, pode utilizar sua experiência organizacional ou empresarial, quando dela dispõe, de modo a contribuir para o negócio social em uma comunidade. Ele aponta tendências e traz soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais, seja por enxergar um problema que ainda não é reconhecido pela sociedade e/ ou por vê-lo através de uma perspectiva diferenciada. Através da sua atuação, este acelera o processo de mudanças e inspira outros atores a se engajarem em torno de uma causa comum.

Segundo Oliveira, (2007, p. 91) o empreendedor social apresenta as seguintes características:

Conhecimentos	Habilidades	Competências	Posturas
<ul style="list-style-type: none"> • Saber aproveitar as oportunidades • Saber trabalhar de modo empresarial para resolver problemas sociais 	<ul style="list-style-type: none"> • Ter visão clara • Ter iniciativa • Saber trabalhar em equipe • Ser criativo • Ser crítico • Ser flexível • Saber negociar 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser visionário • Ter senso de responsabilidade • Ter senso de solidariedade • Ser consciente • Saber usar forças latentes e regenerar forças pouco usadas • Saber interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores da sociedade • Saber improvisar 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser determinado • Ser ético • Ser profissional

QUADRO 2 - PERFIL DO EMPREENDEDOR SOCIAL, CONHECIMENTOS, HABILIDADES, COMPETÊNCIAS E POSTURAS.

FONTE: ADAPTADO DE OLIVEIRA (2007 P.91)

Segundo ROUERE (2001), as ações de empreendedorismo social “constituem a contribuição efetiva de empreendedores sociais inovadores cujo protagonismo na área social produz desenvolvimento sustentável, qualidade de vida e mudança de paradigma de atuação em benefício de comunidades menos privilegiadas”.

O empreendedor social está presente em vários países do mundo, assim como, instituições que fomentam o empreendedorismo social em nível mundial, formando uma rede de empreendedores que interagem através dessas redes. Segundo essas instituições, o empreendedor social apresenta as seguintes características:

ORGANIZAÇÃO	ENTENDIMENTO
School Social Entrepreneurship - SSE, Uk-Reino Unido	"É alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social".
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".
Schwab Foundation for Social Entrepreneurship -Suíça	"São agentes de intercambiação 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 autossustentabilidade dos projetos; transformação das comunidades graças às associações estratégicas; utilização de enfoques baseados no mercado para resolver os problemas sociais, combinam risco e valor com critério e sabedoria; estão acostumados a resolver problemas concretos.
The Institute Social Entrepreneurs - ISE, EUA	"Empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado... empreendedorismo social é base nas competências de uma organização, tornando-as menos dependentes do governo e da caridade".
Ashoka Empreendedores Sociais e Mackinsey e Cia. EUA	"Os empreendedores sociais possuem características distintas dos empreendedores de negócios. Eles criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Alguns dos fundamentos básicos do empreendedorismo social estão diretamente ligados ao empreendedor social, destacando-se a sinceridade, clareza, confiança pessoal, valores centralizados, boa vontade de planejamento, capacidade de sonhar e uma habilidade para o improvável".

QUADRO 4 - CONCEITOS SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL – VISÃO INTERNACIONAL

FONTE: Oliveira (2004)

3.1 O EMPREENDEDOR SOCIAL NO BRASIL

Segundo Oliveira (2007, p.83) o empreendedorismo social no Brasil, “emerge no cenário dos anos de 1990, face à crescente problematização social, redução dos investimentos públicos no campo social, crescimento das organizações do Terceiro Setor e da participação das empresas no investimento e ações no campo social”.

O empreendedor social brasileiro encontra um terreno fértil para sua atuação, dada a variedade de problemas sociais que ainda precisam de solução. O que se pode dizer é que existem características comuns aos empreendedores sociais que se verifica por “apontarem idéias inovadoras e serem capaz de ver oportunidades onde outros não vêem nada” (Schwab; Oliveira, 2007, p.86).

Em 2004, o empreendedorismo social, foi utilizado na pesquisa do relatório GEM Brasil. Como resultado desta pesquisa, obteve-se a Taxa de Atividade do Empreendedorismo Social (SEA-Social Entrepreneurship Activity). Juntamente com o Reino Unido, este estudo colocou o Brasil como um dos primeiros países participantes do GEM Consortium a realizar estudos nesta vertente do empreendedorismo (Júnior, Paulo, et al. 2004, p. 75).

Na população pesquisada para analisar o perfil do empreendedor social verificou-se que 75% dos indivíduos à frente desses empreendimentos possuem pelo menos o Ensino Médio completo, o que, em comparação com o empreendedorismo convencional (45%), demonstra que o empreendedor social possui maior capacitação (GEM, 2004)

ESCOLARIDADE (anos de estudo)	SEA	
	Taxa (%)	Proporção (%)
Sem educação formal	0,0%	6,1%
1 a 4	0,3%	39,0%
5 a 11	1,4%	43,8%
Mais de 11	2,9%	11,1%

TABELA 1 - TAXA E PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL (SEA) POR ESCOLARIDADE_2004

FONTE: GEM Brasil 2004

Verificou-se também que um terço dos empreendedores sociais são também componentes da TEA (Taxa de Atividade Empreendedora Total), e quase a totalidade deles empreendem motivada por oportunidades. No ano da pesquisa

(2004), na questão de gênero, verificou-se que a maioria é de homens à frente dos empreendimentos socialmente orientados.

GÊNERO	SEA	
	Taxa (%)	Proporção (%)
Homem	1,6%	73,8%
Mulher	0,5%	26,2%

TABELA 2 - TAXA E PROPORÇÃO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL (SEA) POR GÊNERO_2004.

FONTE: GEM Brasil 2004

3.2 INSTITUIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Muitas são as instituições de empreendedorismo social que apóiam e dão suporte aos empreendedores sociais no Brasil e no mundo, mas neste trabalho serão apresentadas somente algumas, que são pioneiras e que desenvolvem vários projetos nesta área, como a Fundação Schwab (Schwab Foundation for Social Entrepreneurship) e a rede Ashoka em nível mundial, a Fundação Avina na América Latina e a Aliança Empreendedora no Paraná.

3.2.1 FUNDAÇÃO SCHWAB

A Fundação Schwab (Schwab Foundation for Social Entrepreneurship) é uma organização sem fins lucrativos criada em 1998 em Genebra, Suíça pelo também criador do Fórum Econômico Mundial, Klaus Schwab juntamente com sua esposa Hilde Schwab, com “o objetivo de promover soluções empresariais de compromisso social” apoiando os empreendedores sociais selecionados no concurso que a organização promove anualmente chamado “Prêmio Empreendedor Social”, de modo a possibilitar a participação ativa destes em diversos eventos e iniciativas do Fórum Econômico Mundial, com quem trabalha em estreita parceria.

O “Prêmio Empreendedor Social” é realizado em 22 países. No Brasil, o concurso acontece desde 2004 e revela que a atividade do empreendedorismo social no país é bem expressiva, o que fez com que o país se tornasse recordista

mundial de inscrições¹⁰, em 2008, do concurso. Neste ano de ano de 2008, o vencedor do Prêmio Empreendedor Social em parceria com a Folha de São Paulo, no Brasil, foi o curitibano André Albuquerque, fundador da empresa de cunho social Terra Nova, especializada em regularização fundiária sustentável, que desenvolveu uma metodologia para mediar conflitos entre proprietários e moradores em área de ocupação irregular consolidadas, fazendo a ligação entre governo, titulares e ocupantes.

Os vencedores do concurso são incluídos na rede mundial de “Empreendedores Sociais de Destaque” da Fundação Schwab e ganham o direito a participarem do Fórum Econômico Mundial, em Davos. Também podem contar com benefícios especiais, como serviços de consultorias especializadas e bolsas de estudo totais ou parciais em instituições, como Harvard Business School, nos Estados Unidos, e Insead, na França.

3.2.2 ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS

Outra instituição de grande importância para o empreendedorismo social é a Ashoka, uma organização mundial sem fins lucrativos, criada em 1981 por Bill Drayton, tendo como primeiro foco de atuação a Índia, e que hoje está presente em mais de 60 países, incluindo o Brasil a partir de 1986. Assim como a Fundação Schwab, os empreendedores sociais da Ashoka fazem parte de uma rede mundial que possibilita troca de informações, assim como a colaboração e disseminação de projetos em vários países. De sua parceria, criada em 1996, com a McKinsey & Company (empresa internacional de consultoria em alta gestão), surgiu o Centro de Competência para Empreendedores Sociais, que procurou “apoiar o empreendedorismo social brasileiro por meio da transferência de conhecimentos, práticas, e da adaptação de ferramentas de gestão e planejamento da iniciativa privada à realidade das organizações sociais”. (Ashoka/ McKinsey, 2006,).

Do Centro de Competência surgiu a iniciativa do “Prêmio Empreendedor Social Ashoka -McKinsey”, idéia pioneira no Brasil, que teve sua origem através de

¹⁰ (Folha Online, 2009).

um plano piloto, em 1999, chamado “Concurso de Planos de Negócio¹¹” adaptado ao setor social, experiência essa que obteve sucesso e que no ano seguinte passou a ser realizada anualmente com o nome de Prêmio Empreendedor Social Ashoka-McKinsey. O modelo de Planos de Negócio para o setor social é igualmente utilizado pela instituição em outros países da América Latina e Índia.

3.2.3 FUNDAÇÃO AVINA

De atuação voltada para o desenvolvimento sustentável da América Latina, a Avina é uma organização sem fins lucrativos que fomenta “a construção de vínculos de confiança e parcerias frutíferas entre líderes sociais e empresariais” (Avina,).

Foi criada em 1994 por um empresário suíço chamado Stephan Schmidheiny que além de atuar em atividades sem fins lucrativos, representadas pela Fundação AVINA, atua também em atividades empresariais, representadas pelo Grupo Nueva, todas com foco na América Latina.

A Fundação Avina financia iniciativas da sociedade civil e do empresariado que tenham foco no desenvolvimento sustentável e prioriza quatro áreas: equidade de oportunidades, governabilidade democrática e estado de direito, desenvolvimento econômico sustentável e a conservação e gestão dos recursos naturais.

3.2.4 ALIANÇA EMPREENDEDORA

Em Curitiba, com uma forte atuação no fomento e apoio ao empreendedorismo de pessoas e comunidades, desde 2005, a Aliança Empreendedora é uma associação sem fins lucrativos com o título de OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público)¹², que procura “através de serviços, negócios sociais e projetos em parceria com organizações públicas e

¹¹ Plano de negócio é uma ferramenta gerencial de planejamento e gestão comumente utilizada no setor privado, que permite a análise, a estruturação e a apresentação da viabilidade e da atratividade dos negócios de uma empresa, independentemente de seu estágio de maturidade. Além de seu objetivo operacional de estruturação do planejamento, o plano de negócio é também um documento que promove o negócio da empresa para investidores e financiadores em potencial. (Ashoka/ McKinsey, 2006, p.14).

¹² OSCIP: associação de direito privado sem fins lucrativos de acordo com a Lei do Terceiro Setor (9790/99), que recebe certificação e aprovação do Ministério da Justiça e que deve se adequar aos requisitos dispostos na lei federal. Cabe salientar que há diferença entre Oscip e Ong, dada pela certificação e adequação já citados.

privadas”, viabilizar e ampliar o que chamou de “Acessos”¹³ (a conhecimento, crédito, mercados e infra-estrutura) para que cada microempreendedor possa iniciar e desenvolver seu negócio, conquistando de forma duradoura não apenas uma melhor renda e oportunidades, mas também sua auto-estima, confiança e dignidade para que outros sigam seu exemplo” (Aliança Empreendedora, 2010). Além do Paraná, está presente também em Pernambuco e São Paulo e está estruturado de modo a atuar em todo o país.

A partir dos ‘Acessos’, a idéia evolui para os negócios sociais “Solidarium Comércio Ético e Justo” e “Impulso Crédito ao Microempreendedor”.

O Programa Solidarium Comércio Ético e Justo, foi criado em 2006 para ampliar as possibilidades de “comercialização a empreendedores de baixa renda via canais de vendas como redes varejistas, catálogos, e-commerce, etc pelos princípios do fair-trade” (Aliança Empreendedora, 2010). Em 2007, passou a ser empresa social e “articula parcerias e acordos comerciais com as principais redes varejistas do Brasil com o foco de democratizar e ampliar o Comércio Justo não só na disseminação do seu conceito, como também em sua escala e volume de produção, vendas e inclusão gerada” (Aliança Empreendedora, 2010).

Em 2006 e 2007 a Aliança Empreendedora, através da formação do seu primeiro “Fundo de Microcrédito Produtivo Orientado”, deu origem, ao “Impulso Crédito ao Microempreendedor”, procurando ser um instrumento para “viabilizar os sonhos de microempreendedores de comunidades de baixa renda, através do acesso a soluções financeiras para o desenvolvimento e crescimento de seus negócios”. (Aliança Empreendedora, 2010).

Além do apoio direto aos microempreendedores de baixa renda e grupos produtivos comunitários pelo Fundo de Microcrédito Produtivo Orientado, a Impulso inova e promove a formação de uma rede de parcerias... em todo o Brasil para apoio, interação e acompanhamento dos microempreendedores através de um Portal na internet¹⁴ e desenvolvimento de tecnologias e modelos de microcrédito para a baixa renda (Aliança Empreendedora, 2010).

Além destes instrumentos, a Aliança Empreendedora também desenvolveu, através da experiência adquirida desde a sua fundação, o SAGA, que constitui um conjunto de “metodologias, processos e ferramentas de aprendizagem que

¹³ Sistema de Acessos para a Inclusão Empreendedora.

¹⁴ (www.impulso.org.br)

abrangem diferentes temas e situações enfrentadas por empreendedores de baixa renda de realidade urbana e rural, além de ter adaptado estas metodologias de forma específica para mulheres, jovens, catadores, empreendimentos coletivos e individuais” (Aliança Empreendedora, 2010). O apoio do SAGA ao microempreendedores varia de 1 a 3 anos e inclui “processos e etapas teóricas e práticas norteadoras de negócios como sensibilização ao empreendedorismo, análise de oportunidades, elaboração e implantação de Planos de Negócios Simplificados, planejamento estratégico, planos de venda e produção para seus empreendimentos e bancas de avaliação de Planos de Negócios”.(Aliança Empreendedora, 2010)

O trabalho realizado pela associação já recebeu alguns prêmios e reconhecimentos. Em 2008, foi a quarta colocada entre seis finalistas selecionados de um total de 345 inscritos no Prêmio Empreendedor Social da Fundação Schwab. Também ficou com o segundo lugar no Prêmio Generosidade realizado pela Editora Globo e foi umas das vencedoras do prêmio Top Social ADVB SP.

Em 2004, foi selecionada Líder Parceira pela Fundação AVINA. Em 2007, foi vencedora do Prêmio Nacional Visionaris – Reconhecimento UBS ao Empreendedor Social, e também selecionada “fellow” da Ashoka Empreendedores Sociais e da Artemisia Empreendedores de Negócios Sociais, além de ter um projeto selecionado e listado na BVS&A (Bovespa Social) e sido reconhecida pelo Prêmio Jovem Empreendedor, promovido pela Assembléia Legislativa do Estado do Paraná.

3.3 CAPITAL SOCIAL

“Por ser um fenômeno cultural, o empreendedorismo exige soluções que tenham a nossa cara, o nosso jeito, o nosso sistema de valores” (Dolabela, 2010), e neste sistema de valores no qual está inserida a relação entre pessoas e instituições é que é possível verificar o nível de capital social.

O somatório entre capital humano e capital social existentes em determinados locais verifica o potencial de capacidade empreendedora que tais locais dispõem (Fróes e Melo, 2003). Pode haver localidades em que seu capital social seja elevado, dado pela sua organização social e práticas associativas e solidárias, porém lhes falta qualificação, há baixa escolaridade demonstrando assim baixo capital humano. O contrário também ocorre, e é de modo a tentar corrigir estes

desequilíbrios que, segundo Fróes e Melo (2002, p.61) o governo, a sociedade civil organizada e as entidades do Terceiro Setor, reunidos em parcerias e redes devem fomentar o uso de novos arranjos institucionais, sistemas participativos de decisão e ação e modelos de gestão democrática.

Existem vários autores como Jane Jacobs (1961), Pierre Bourdieu (1983), James S. Coleman (1988) e Robert D. Putnam (1996), entre outros, que definem capital social, mas o que se pode perceber é a noção fundamental que se estabelece entre os conceitos que é a das relações de confiança entre indivíduos .

Bourdieu, Coleman e Putnam convergem ao afirmarem que o capital social representa um recurso ou ativo que, a exemplo do capital econômico, pode ser acumulado (Costa, 2005, p.3)

Capital social se refere às ligações entre os indivíduos, redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que surgem a partir delas Nesse sentido o capital social está intimamente relacionado com o que alguns têm chamado de virtude cívica. A diferença é que o capital social chama a atenção para o fato de que a virtude cívica é mais poderosa quando incorporada em uma rede com reciprocidade de relações sociais. (PUTNAM, 1996: 77).

Em Coleman, a definição para capital social abrange “todas as maneiras através das quais as relações sociais podem contribuir para a produção: desde a reciprocidade e a confiança entre os agentes, laços horizontais, e até mesmo organizações verticais que intencionalmente, ou não, resolvam os problemas de ação coletiva”.(Monastério, p.4)

“A comunidade que dispõe de capital social possui altos níveis de participação, organização, confiança entre seus membros, cooperação, solidariedade e pessoas dotadas de iniciativa” (Fróes e Melo, 2002, p.55).

Dessas relações de confiança, de compartilhamento de valores é que possibilita a formação das redes sociais.

3.4 AS REDES SOCIAIS

Segundo Marques (1999, p.46) rede social é “o campo presente em determinado momento, estruturado por vínculos entre indivíduos, grupos e organizações construídos ao longo do tempo”.

As redes sociais se destacam por haver padrões horizontais de relações entre as pessoas ou organizações Na definição de Melo e Fróes (2002, pg. 59) tem-se que “redes são arranjos institucionais inovadores. Há diversos tipos delas, como, por exemplo: redes sociais, de informação, tecnológicas, educacionais e de ações e entidades com propósitos comuns e/ ou complementares”.

As redes são uma característica dos movimentos sociais contemporâneos, que tiveram nas tecnologias de comunicação um importante impulso nas últimas décadas, ampliando suas ações em escala global, permitindo a torça de informações, a busca de soluções e conhecimentos compartilhados. (LOUTTE, 2007, p. 30).

Em um empreendimento, ou negócio social, é necessário conseguir fornecedores e parceiros que tenham consonância de valores com suas práticas. É aí então que diversas organizações, e empreendimentos se tornam parceiros entre si, “coordenando-se para cobrir todas as etapas da cadeia de produção e distribuição. Com isso, fomentam a colaboração e o trabalho em rede” (Ashoka /Mackinsey, 2006, p.55). Desse modo, todos os envolvidos são beneficiados.

Além de fomentar o negócio e fortalecer o trabalho das comunidades, algumas organizações também assumem o papel de articuladores, formando uma rede solidária de negócios de distintas comunidades que se complementam e cooperam entre si. Assim, comunidades que trabalham com diferentes produtos podem formar uma rede ou uma cadeia horizontal complementar de produção e distribuição, dando ao negócio um sentido social ainda mais abrangente.(ASHOKA / MCKINSEY, 2006, p.57).

Dessas redes sociais, o caminho para o desenvolvimento sustentável vai se configurando, formando uma trama de relações que possibilita que a própria sociedade aja de acordo com e incorpore princípios sustentáveis.

CAPÍTULO 4 – EMPREENDEDORISMO SOCIAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O termo desenvolvimento sustentável surgiu num contexto em que a relação entre crescimento econômico e meio ambiente começou a provocar questionamentos, emergindo como “uma proposição conciliadora, em que se reconhece que o progresso técnico efetivamente relativiza os limites ambientais, mas não o elimina, e que o crescimento econômico é condição necessária, mas não suficiente para eliminação da pobreza e disparidades sociais” (May, Lustosa, Vinha, 2003, p.6). Não há um consenso a respeito do significado de desenvolvimento sustentável, o que gera todo um debate acerca do tema. O que se pode afirmar é que “existem incontáveis definições de desenvolvimento sustentável, como várias interpretações de uma mesma definição” (May, Lustosa, Vinha, 2003, p.7). Embora seja possível perceber que todas as tentativas de definição apontam na direção do comportamento ético em relação à interação do homem com o ambiente, dentro das suas atividades, sobretudo a econômica, com tudo o que nele e dele se faz, pode-se assim dizer.

Na literatura econômica, o conceito adquire um detalhamento que o torna rico de significado, tratando primeiramente da discussão do que se entende por “desenvolvimento”, e depois, do que se entende por “sustentável”.

Na discussão sobre o que vem a ser “desenvolvimento”, a questão pode ser resumida em três tipos básicos de resposta, segundo Veiga (2005 p.17): a primeira é a que trata o desenvolvimento como sinônimo de crescimento econômico, a segunda é a de que afirma que o desenvolvimento é ilusão, crença, mito ou manipulação ideológica, e a terceira, é a que vem do desafio que alguns pensadores enfrentam por recusar essas duas saídas e tentar achar respostas para o desenvolvimento trilhando um “caminho do meio”.

Neste “caminho do meio”, estão pensadores como Ignacy Sachs (VEIGA, p.80), que diferentemente dos fundamentalistas (crescimento = desenvolvimento) e pós-modernistas (desenvolvimento = ilusão), acreditam que o “desenvolvimento pode permitir que cada indivíduo revele suas capacidades, seus talentos e sua imaginação na busca da auto-realização e da felicidade, mediante esforços coletivos e individuais...” (VEIGA, 2005, p.81); Amartya Sen, seguindo uma linha que propõe a reaproximação entre ética, economia e política (VEIGA, 2005, p.80); também com

Celso Furtado que diz "... quando o projeto social prioriza a efetiva melhoria das condições de vida dessa população, o crescimento se metamorfoseia em desenvolvimento" (FURTADO, 2004, P.484) entre outros.

As liberdades não são apenas os fins primordiais do desenvolvimento, mas também os meios principais. Além de reconhecer, fundamentalmente, a importância avaliatória da liberdade, precisamos entender a notável relação empírica que vincula, umas às outras, liberdades diferentes. Liberdades políticas (na forma de liberdade de expressão e eleições livres) ajudam a promover a segurança econômica. Oportunidades sociais (na forma de serviços de educação e saúde) facilitam a participação econômica. Facilidades econômicas (na forma de oportunidades de participação no comércio e na produção) podem ajudar a gerar a abundância individual, além de recursos públicos para os serviços sociais. Liberdades de diferentes tipos podem fortalecer umas às outras."(SEN, 2000, p.26)".

Aí então, vem a questão do que se entende por "sustentável" , adjetivo que na definição do dicionário quer dizer "aquilo que pode ser sustentado" e que nas suas primeiras utilizações junto ao substantivo "desenvolvimento" , a palavra estava fortemente vinculada à questão ambiental, isso por volta dos anos 60, mais acentuado nos anos 70. Alguns economistas então, passaram a considerar a questão ambiental em suas pesquisas. Os precursores dessa "ecologização na economia" foram os autores Kenneth Boulding (1966); Herman Daly (1968), Nicholas Georgescu-Roegen (1971), dando ao tema um caráter científico (May, Lustosa, Vinha, 2003, p.6). É dessa década também que surge o "Ecodesenvolvimento", linha teórica que tem sua qualificação conceitual atribuída a Ignacy Sachs.

A primeira definição oficial de Desenvolvimento Sustentável foi estabelecida pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, apresentado em 1987 através do relatório que ficou conhecido como Relatório Brundtland, que diz:

Satisfazer as necessidades e as aspirações humanas é o principal objetivo do desenvolvimento. Nos países em desenvolvimento, as necessidades básicas de grande número de pessoas – alimento, roupas, habitação, emprego – não estão sendo atendidas. ... Para que haja um desenvolvimento sustentável, é preciso que todos tenham atendido as suas necessidades básicas e lhes sejam proporcionadas oportunidades de concretizar as suas aspirações e uma vida melhor (COMISSÃO BRUNDTLAND, 1991, p.46-47, VEIGA, 2005, p.23).

A partir da década de 90, então, passou a haver maior aceitação por parte das grandes empresas, na sua parcela de responsabilidade em relação aos impactos ambientais ocasionados, levando-as a internalizar o conceito de desenvolvimento

sustentável. O conceito foi associado às práticas de eco-eficiência, e mais tarde, essas práticas começaram a ser reconhecidas pelo nome de “responsabilidade social”. Essa associação do princípio de responsabilidade social corporativa à questão do desenvolvimento sustentável conferiu uma dimensão mais humana à eco-eficiência, e ampliou a compreensão do conceito ao estender a ação preventiva de impactos ao conjunto da sociedade (VINHA, 2003 p.187), desse modo, os preceitos da sustentabilidade desde então vem sendo utilizado cada vez mais, e no âmbito empresarial a sustentabilidade se manifesta em uma série de situações:

- A sustentabilidade das organizações que compõem uma rede intersetorial, assegurando que a própria rede seja sustentável;
- O desenvolvimento econômico local, que assegura a renovação e perenidade dos recursos naturais e, portanto, da biodiversidade;
- O desenvolvimento socioeconômico, que garante melhores condições e sociabilidade para as pessoas habilitando-as a se tornarem agentes da própria transformação. (FISCHER, 2003, PAROLIN p.96)

Embora não seja um comportamento homogêneo, observa-se que as empresas já não podem omitir-se em relação a sua responsabilidade social. Aquelas que apresentam iniciativas mais maduras já superaram os estágios da filantropia empresarial e estão assumindo um papel de investidores em desenvolvimento sustentável. (PAROLIN, p.98)

Até então, a questão do processo desenvolvimento sustentável era tratada como uma composição das dimensões econômica, social e ambiental. Porém, Sachs (1986, Silva, Lourenço, p.120) inseriu mais duas dimensões do desenvolvimento nessa discussão: a espacial e a cultural, argumentando que era preciso procurar manter os valores culturais nesse processo. Segundo, SILVA, LOURENÇO (p.122). A base de identificação local (espacial, cultural, econômica, ambiental e social/ condição humana) é a primeira etapa para se compreender o interrelacionamento das variáveis e estipular um modelo de desenvolvimento sustentável aplicável e adaptativo ao conjunto de elementos de determinada região.

Nesse sentido, o empreendedorismo social se adequa à questão por ter como princípio para suas ações a percepção do problema social /econômico local, procurando reunir o capital social, e os recursos naturais disponíveis na localidade

em que atua, na busca de soluções de um grupo, uma comunidade, etc de maneira sistêmica.

Alguns modelos de desenvolvimento local tentam ser replicados a diversos locais, sem se compreender que, por mais que coincidam os indicadores, as pessoas são diferentes. A vontade, a capacidade e a liderança são constituídas de forma distinta e podem implicar resultados diferentes ao mesmo modelo. (SILVA, LORENÇO, 2006, P.120)

No desenvolvimento local, um conjunto de variáveis precisa ser considerado, por exemplo: alcançar um incremento sustentado da produção econômica e o emprego local, de modo que possa melhorar o acesso de pessoas ao emprego e à renda (equidade), desenvolver as habilidades dos indivíduos, para que a comunidade possa influenciar o rumo econômico (construção da capacidade local).

Verifica-se então que o empreendedorismo social está vinculado a vários fatores como o capital social, o humano e o natural para ser implementado, e junto à isso , as redes sociais, nas suas diversas formas, permitem o suporte e a sustentabilidade do empreendimento.

4.1 CAPACIDADES DE SUSTENTABILIDADE

Sociedades sustentáveis caracterizam-se por um elevado investimento no fator humano (alimentação, saúde, educação, capacitação profissional, alta empregabilidade), sem tendência à alta concentração de riqueza e de renda (Fróes; Melo, 2002, p.103).

Há também considerações de Neira Alva (1997, p. 60) que analisam o ponto de vista da sustentabilidade, para as ações de empreendedorismo social, através de duas óticas, a ecológica e a política.

A ótica ecológica, diz que sustentabilidade representa a “capacidade natural de suporte” dos recursos naturais existentes numa sociedade às ações empreendedoras locais.

Sob a ótica política, ela representa a capacidade de a sociedade organizar-se por si mesma, a que ele chama de “capacidade de sustentação”.

Portanto, existem duas precondições para o desenvolvimento da sustentabilidade: a capacidade natural de suporte (recursos naturais existentes) e a capacidade de sustentação (atividades sociais, políticas e econômicas geradas pela própria sociedade em seu benefício).

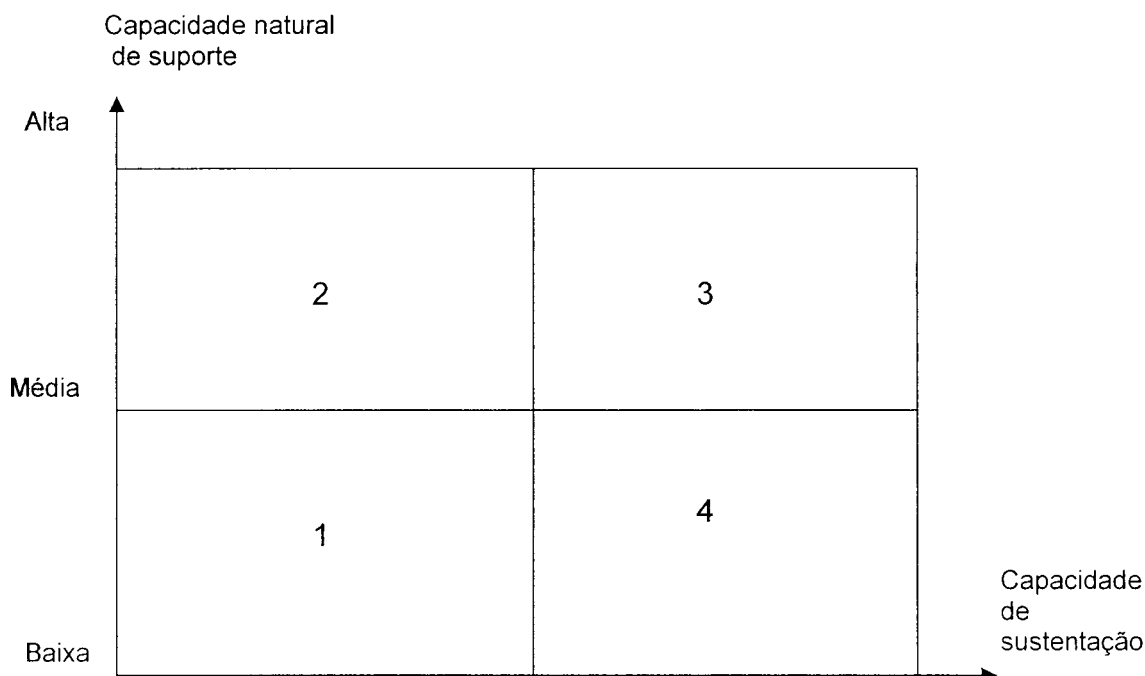


FIGURA1: TIPOS DE CAPACIDADE DE SUSTENTABILIDADE

FORNE : MELO E FRÓES (2002,P.106)

De acordo com Fróes e Melo, a situação 3 caracteriza-se por altas capacidades de suporte e de sustentação. É a situação na qual prática do empreendedorismo social gera e mantém resultados satisfatórios. Ambos, ecologia e sociedade são fortes e auto-sustentáveis.

Sociedades sustentáveis são coletividades em que o consumismo é substituído pelo crescente montante de recursos destinados à inserção e ao reinvestimento na própria comunidade. E onde existe uma vontade política forte e direcionada para o desenvolvimento auto-sustentável do local e da região, e cujo resultado final é o bem-estar social (Melo; Fróes 2002, p.103).

4.2 SOCIEDADE SUSTENTÁVEL

Quando uma sociedade (governo, empresas, sociedade civil) tem a capacidade para encontrar novas alternativas de garantir seu próprio desenvolvimento e que sabe inovar na geração de emprego e renda, atenta aos impactos de suas ações, pode-se dizer que está havendo um desenvolvimento sustentável, vislumbrando os aspectos econômico, social e ambiental.

Importante então colocar o papel da sociedade local no processo de desenvolvimento sustentável, considerando os elementos endógenos do desenvolvimento regional, que de acordo com o paradigma “desde baixo” (STHOR, TAYLOR, 1981), leva em conta o “desenvolvimento pleno das potencialidades e habilidades humanas da sociedade local” (OLIVEIRA; SOUZA LIMA, 2006. p.33).

De uma maneira muito similar, para Neira Alva a estratégia de sustentabilidade de uma cidade está em “organizar a vida coletiva no sentido de promover mudanças endógenas que permitam tirar partido das condições impostas pela economia globalizada no mercado internacional e maximizar a utilização do capital social disponível”. (Fróes e Melo, 2002, p.114).

Considerando sustentabilidade forte, o capital (construído) e o capital natural são essencialmente complementares. O progresso científico é visto como fundamental para aumentar a eficiência na utilização dos recursos naturais em geral.

“O desafio do desenvolvimento sustentável não tem como ser enfrentado a partir de uma perspectiva teórica que desconsidere as dimensões culturais e éticas no processo de tomada de decisão” (May, Lustosa, Vinha, 2003), e é neste aspecto que o empreendedorismo social atua.

CONCLUSÃO

De acordo com o que foi apresentado neste trabalho, o empreendedorismo, de um modo geral, exerce um papel importante na atividade sócio-econômica de um país. No caso do Brasil, este se destaca como um país possuidor de uma população empreendedora, conforme a constatação da Pesquisa GEM figurando entre os países que mais empreendem no mundo.

Na questão do desenvolvimento sustentável verificou-se que no início, seu conceito estava relacionado aos impactos que a atividade econômica gerava no meio ambiente. Na medida em que, além das dimensões econômica e ambiental, as dimensões sociais e culturais, foram inseridas, uma nova maneira de se avaliar o desenvolvimento começou então a ser considerado. Uma nova percepção das empresas frente à sua responsabilidade na questão da sustentabilidade foi sendo então incorporada aos seus princípios e valores. Verificou-se também que a sustentabilidade, numa determinada região, pode ser analisada de acordo com suas capacidades naturais e sociais disponíveis e que a maneira em que estes são utilizados é que demonstra a sustentabilidade da sociedade.

Como o desenvolvimento engloba vários aspectos que não somente o PIB, a relação entre empreendedorismo social e desenvolvimento sustentável se dá na medida em que a geração de renda e emprego, como toda atividade empreendedora é capaz de promover, se insere num contexto onde a cultura, os aspectos ambiental, social e econômico da localidade em que atua, são levados em conta, fazendo com que desse modo a sustentabilidade do empreendimento se assegure porque sua ação não se reduz a algo paliativo. A concepção do empreendimento já surge com o propósito de minimizar possíveis passivos (ambientais ou sociais). É um jeito de se fazer negócio pelo viés da ética, do respeito, do saber olhar para o que de melhor se pode fazer com o que há do e no lugar em que se vive. Respeitando a cultura, a natureza e permitindo que pessoas, grupos, comunidades, organizações, adquiram senso de cooperação, fazendo que dessa maneira o desenvolvimento - com seus aspectos de educação, saúde, renda, lazer e outros de caráter subjetivo, mas que estão intrinsecamente ligados e que refletem a condição sistêmica que o envolve - tenha a qualidade de ser sustentável.

REFERÊNCIAS

ASHOKA, EMPREENDEDORES SOCIAIS / MCKINSEY&COMPANY. **Negócios Sociais Sustentáveis: Estratégias inovadoras para o desenvolvimento social**. Editora Peirópolis, SP, 2006.

BASTOS JR, PAULO A. (ET. AL). **Empreendedorismo no Brasil 2004 – Global Entrepreneurship Monitor**. . IBQP; Sebrae, Curitiba 2005

BELLEN, H. M. VAN. **Indicadores de Sustentabilidade: uma análise comparativa**. Editora FVG, RJ, 2007.

DOLABELLA, FERNANDO. **Oficina do Empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. Cultura Editores Associados. SP, 1999.

FURTADO, CELSO. **O longo Amanhecer**, Editora Paz e Terra, SP, 1999.

LOUETTE, ANNE. **Gestão do Conhecimento: compêndio para a sustentabilidade: ferramentas de gestão de responsabilidade socioambiental**. AntaKarana Cultura, Arte e Ciência, SP, 2007.

MAY, PETER H; LUSTOSA, MARIA CECÍLIA; VINHA, VALÉRIA DA. **Economia do Meio Ambiente: teoria e prática**, Editora Elsevier, RJ, 2003.

MARQUES, E. CÉSAR. Redes Sociais e instituições na construção do Estado e da permeabilidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. ANPOCS, 14(41): 45-67, out/1999.

MELO NETO, F.P. DE; FRÓES, CÉSAR. **Empreendedorismo Social: a transição para a sociedade sustentável**, Editora Qualitymark, RJ, 2002.

_____. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro - da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social**, Editora Qualitymark, RJ, 2004.

NEIRA ALVA, EDUARDO. **Metrópoles (in) sustentáveis**, Editora Relume Dumará, RJ, 1977.

OLIVEIRA, EDSON MARQUES. **Empreendedorismo Social: da teoria à prática, do sonho à realidade: ferramentas e estratégias.** Editora Qualitymark, RJ, 2008.

PUTNAM, ROBERT D. **Comunidade e Democracia: a experiência da Itália Moderna.** Rio de Janeiro, Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.

SCHIAVO, MÁRCIO E MOREIRA, ELIESIO N. **Glossário Social Rio de Janeiro. Comunicarte, 2005.**

SCHUMPETER, JOSEPH ALOIS. **Capitalismo, Socialismo e Democracia.** Zahar Editores, Rio de Janeiro 1984.

SCHUMPETER, JOSEPH ALOIS. **Teoria do Desenvolvimento Econômico – Uma Investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico.** Coleção Os Economistas. Editora Nova Cultural, São Paulo, 1997.

SEN, AMARTYA KUMAR. **Desenvolvimento como Liberdade.** Editora Companhia das Letras, SP, 2000.

SOUZA, NALI DE JESUS DE. **Desenvolvimento Econômico.** Editora Atlas, SP, 2009.

VEIGA, JOSÉ ELI DA. **Desenvolvimento Sustentável – o desafio do século XXI.** Rio de Janeiro. Editora Garamond, 2005

DOCUMENTOS ONLINE

AOQUI, CÁSSIO. Prêmio Empreendedor Social. **FOLHA ONLINE.** Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u551090.shtml> acesso em: 17/05/2009.

GRECO et al., SIMARA MARIA DE SOUZA SILVEIRA. Empreendedorismo no Brasil – Relatório GEM 2008, **IBPQ,** 2009. Disponível em: <www.scribd.com/doc/26822172/Intrapreneurship-Brazil-2008-Study-Global-Entrepreneurship-Monitor-GEM> acesso em: 08/06/2010.

MACHADO et al., JOANA PAULA. Empreendedorismo no Brasil – Relatório GEM 2009, **IBQP**, 2010. Disponível em: < //www.slideshare.net/anamariac/gem-2009-relatorio-completo> acesso em: 26/10/2010.

MONASTÉRIO, LEONARDO. Capital social e Economia: antecedentes e perspectivas. **Artigo**. Disponível em: <http://www.sep.org.br/artigo/vcongresso62.pdf>> acesso em 14/06/2010

OECD / OCDE, FINEP. **Manual de Oslo – Proposta de Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação Tecnológica** <www.finep.gov.br/imprensa/sala_imprensa/manual_de_oslo.pdf> acesso em: 15/06/2010.

OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. **Revista da FAE**. Disponível em: <www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v7_n2/rev_fae_v7_n2_02.pdf> acesso em: 12/04/2009.

SMITH, M. K. Robert Putnam, social capital and civic community. **A enciclopédia da educação** Disponível em: <www.infed.org / pensadores / putnam.htm>. acesso em: 16/05/2009.