

# Empreendedorismo Social no Brasil. Um Fenômeno de Inovação e Desenvolvimento Local\*

## Social Entrepreneurship in Brasil. An Phenomenon of Innovation and Local Development

Edileusa Godói-de-Sousa\*\*  
Peterson Elizandro Gandolfi\*\*\*  
Maria Raquel Caixeta Gandolfi\*\*\*\*

### RESUMO

Este artigo é produto de pesquisa e trata o Empreendedorismo Social no contexto atual que emerge como uma via promissora da renovação da intervenção social, ao gerar tanto valor social quanto valor econômico, a partir da geração de trabalho e renda. O propósito deste estudo foi analisar as dimensões capazes de sinalizar o grau de Empreendedorismo Social presente nos EES, Empreendimentos Econômicos Solidários brasileiros. As dimensões analisadas abrangeram, respectivamente: (1) oportunidades; (2) inovação; (3) autogestão; (4) valor econômico; (5) valor social, e (6) desenvolvimento sustentável. A abordagem foi quantitativa, a partir de um grupo amostral composto de 21.859 EES, abrangendo 48% dos municípios brasileiros. Os resultados obtidos apontaram que estas iniciativas são orientadas pela necessidade de gerar renda em função do atendimento imediato das necessidades básicas dos envolvidos, que são pessoas e comunidades inseridas nos estratos socioeconômicos mais baixos da estrutura social brasileira. Eles não apresentam características contrárias ao empreendedorismo social, nem se destaca por características de alto desempenho. Têm como um dos principais desafios, o de criar contextos favoráveis à organização socioeconômica e política de cidadãos que compartilham mais carências que recursos para a construção e manutenção de um projeto associativo que gere tanto valor econômico, quanto valor social, para um desenvolvimento local sustentável.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Social, Inovação, Autogestão, Valor econômico, Valor social.

### ABSTRACT

This paper is product of a research and has Social Entrepreneurship in the current context that emerges as a promising way of the social intervention renewal, generating both social and economic value, from the creation of jobs and income. The purpose of this study was to analyze the dimensions that were able to signal the degree of Social Entrepreneurship found in Brazilian ESE, Economic Solidarity Enterprises. The analyzed dimensions covered, respectively: (1) opportunities, (2) innovation, (3) self-management, (4) economic value, (5) social value, and (6) sustainable development. The approach was quantitative, based on a sample group composed of 21,859 ESE, covering 48% of Brazilian municipalities. The obtained results indicated that these initiatives are driven by the need to generate income due to the immediate care of basic needs by those involved, who are people and communities that are inserted in the lower socioeconomic strata of the Brazilian social structure. They do not show

\* Recibido: Noviembre 11 de 2011. Aceptado: Diciembre 5 de 2011.

\*\* Professora Adjunta na Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia - FAGEN/UFU. Graduação em Comunicação Social, Mestrado em Administração (Universidade de Uberlândia - FAGEN/UFU), Doutorado em Administração (Universidade de São Paulo FEA/USP), Email: edileusagodoi@uol.com.br

\*\*\* Professor 40hDE – Universidade Federal de Uberlândia – Minas Gerais – Brasil. Engenheiro electricista - UFU, MBA em Gestão – FGV, mestrado em Administração – UFU, Email: peterson@pontal.ufu.br

\*\*\*\* Professor 40hDE – Universidade Federal de Uberlândia – Minas Gerais – Brasil. Economista - UFU, MBA em Finanças– UFU, mestrado em Desenvolvimento Econômico – UFU, Email: raquel@pontal.ufu.br

contrary characteristics to social entrepreneurship, neither stands out for high performance characteristics. They have as a major challenge, creating favorable environments for a socioeconomic and political organization of citizens who share more shortages than resources for the construction and maintenance of a voluntary project that generates both economic and social value to a sustainable local development.

**Key words:** Social Entrepreneurship, Innovation, Self-management, Economic value, Social value.

## INTRODUÇÃO

O século XXI foi identificado desde o seu início como “a era do empreendedorismo”. (Dornelas, 2001: 21). Para esse autor, são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e gerando riqueza para a sociedade.

O empreendedorismo como modelo de gestão aplicável às organizações, ocorre no período de transição para um novo estágio da humanidade, ensejando mudanças estruturais em todos os setores relevantes – econômico, social, político e cultural. (Silva, 2010). Nesse sentido, o tema tem sido objeto de estudo das mais diversas áreas das ciências humanas: Administração, Economia, Sociologia, Psicologia, dentre outras. O empreendedorismo tem se feito presente também na pauta de discussão dentro das instituições de diferentes perfis: públicas, privadas e sem fins lucrativos. Com isso, uma nova dimensão do empreendedorismo começa a se despontar a partir dessas discussões: o *Empreendedorismo Social*.

O Empreendedorismo Social no contexto atual emerge, portanto, como uma via promissora da renovação da intervenção social, das oportunidades do mercado de trabalho, da criação de formas alternativas de produção econômica e de participação social e democrática. Este quadro promissor, além de carrear rapidamente em várias partes do mundo o apoio de agências dotadas de programas sociais e órgãos públicos, tem suscitado o interesse como objeto de debate e de investigação nas universidades, centros de pesquisa e assessorias.

No plano teórico emerge um cenário de debate: primeiro, sobre as sucessivas designações utilizadas por diferentes correntes teóricas para o campo de atuação dos empreendimentos sociais; e segundo, o significado contido nos traços sociais peculiares desses empreendimentos: de socialização dos bens de produção e do trabalho; de geração de valores econômico e social e; dos coeficientes empreendedores presente nos mesmos.

No momento, o desafio é de conjugar estes caminhos: da identidade destes empreendimentos; da geração de valor econômico e social; e do grau de empreendedorismo capaz de proporcionar a inovação e o desenvolvimento local.

No âmbito desta pesquisa são considerados *empreendimentos sociais* aqueles que incluem empreendimentos de negócios de propósitos sociais, tais como associações, cooperativas, grupos informais e empresas autogestoras (Dees, 2001; Oliveira, 2003, 2005).

Para esta discussão, analisou-se a Base de Dados sobre os Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) no Brasil, criada a partir do Primeiro Mapeamento Nacional, e disponibilizada pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES/MTE). Na primeira fase da pesquisa, publicada em 2006, foram identificados 14.954 EES, em 2.274 municípios do Brasil. Na segunda fase, com os dados publicados em 2007, esses empreendimentos somaram-se 21.859, distribuídos em 48% dos municípios brasileiros.

A escolha destes empreendimentos para este estudo se justifica, pelo fato deles constituir a primeira Base de Dados de empreendimentos dessa natureza no Brasil. E ainda, pelo fato dos dados do mapeamento conterem indicadores importantes quanto ao grau de empreendedorismo dessas iniciativas. A proposta de explorações dessa Base de Dados foi no sentido de aferir se as práticas de gestão e as formas de participação desses empreendimentos na sociedade evidenciam características específicas do Empreendedorismo Social como um fenômeno de inovação e desenvolvimento local. Tais características foram identificadas a partir de categorias identificadas na literatura específica.

Neste sentido, estar-se-á ampliando o debate realizado até então sobre empreendimentos sociais, considerando-se que a abordagem sobre esses empreendimentos ainda não conta no Brasil com o necessário suporte de fatos documentados, o que justifica a necessidade de pesquisas nessa direção.

## 1. REFERENCIAL TEÓRICO

### 1.1. Empreendedorismo Social - as raízes teóricas de um debate em curso

Com suas bases teóricas e empíricas ainda em construção, novos parâmetros e estudos sobre o empreendedorismo emergem todos os dias. Mas, apesar de diversos pesquisadores, entre eles Low and Macmillan (1988), Cunningham and Lischeron (1991) e Fillion (1997), em publicações internacionais e Dolabela (1999), Dornelas (2001), Freire (2001), Paiva Jr. e Cordeiro (2002), Silva (2010) entre outros no Brasil; terem buscado estruturar e organizar a literatura sobre o fenômeno, ainda não há um consenso entre os teóricos de uma definição legitimada.

Para Freire (2001) a larga abrangência de interesses sobre esse tema o torna um campo de conhecimento sem contornos nem regiões internas nítidas, dificultando uma definição precisa do termo. De modo complementar, Paiva Jr. e Cordeiro (2002) acreditam que uma das razões da pouca concordância sobre a natureza do empreendedorismo é que o termo vem sendo aplicado a diferentes níveis de análise, por exemplo, indivíduos, grupos e organizações. Todavia, os estudiosos do tema se põem de acordo quanto ao fato de que o empreendedorismo não pode ser enclausurado numa definição universal, pois isso não traduziria a complexidade do fenômeno. Dessa maneira, para Minuzzi, Belinazo e Lezana (2005), o empreendedorismo vem sendo compreendido como um processo multidimensional, envolvendo-se as variáveis sociais (mobilidade social, cultura, sociedade), econômicas (incentivos de mercado, políticas públicas, capital de risco) e psicológicas como influenciadoras no ato de empreender.

Melo Neto e Froes (2002) destacam quatro correntes de estudos e desenvolvimento do empreendedorismo: (1) empreendedorismo como fomento tecnológico; (2) empreendedorismo como gestão; (3) empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento local integrado e sustentável (DLIS) e; (4) empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento de pequenas e médias empresas (PME's). Até recentemente, predominou as correntes associadas ao empreendedorismo relacionado à área de negócios empresariais, na medida em que os fundamentos teóricos sobre o tema vieram de escolas de pensamento lideradas por autores vinculados às áreas da Economia e da Administração.

Contudo, nas últimas décadas o tema tem ganhado evidência investindo-se de novos significados em meio a um conjunto de transformações inter-relacionadas: (a) o declínio dos níveis de emprego e a apologia do auto-emprego; (b) o aprofundamento do processo de globalização motivando a busca por inovações contínuas e por

novas oportunidades e; (c) o avanço na organização da sociedade civil e a maior pressão pelo "empoderamento" de segmentos sociais excluídos e regiões marginalizadas. (Albagli e Maciel, 2002). A partir de então, emerge uma nova dimensão nessa área de conhecimento: o *Empreendedorismo Social*, cujas raízes teóricas estão ligadas à corrente do empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento local integrado e sustentável (DLIS).

Para Quintão (2004: 18), o Empreendedorismo Social é, assim, "[...] um tema que tem vindo a emergir como consequência do desenvolvimento e afirmação do terceiro setor e das organizações sociais em particular". As potencialidades atribuídas ao Empreendedorismo Social, de acordo com essa autora, enquadram-se no âmbito de três grandes problemáticas: (1) a luta contra a pobreza e a exclusão social; (2) o emprego e a inserção sócio-profissional e; (3) o desenvolvimento local e sustentável.

Dees (2001), um dos primeiros autores a definir o Empreendedorismo Social, conjuga as noções de *geração de valor* de Say (1803), *inovação e mudança* de Schumpeter (1934), a *busca de oportunidades* de Cantillon (1755) e de Drucker (1994), a *utilização máxima dos valores* de Stevenson (1993) e chega ao entendimento de que o empreendedor social busca a posição de agente no setor social pela adaptação de uma missão para criar e sustentar o valor social e não apenas o privado. Esse autor afirma ainda, que o empreendedor deve buscar reconhecimento e perseguição incansável de novas *oportunidades* para seguir aquela missão.

Seguindo este enfoque, Mair and Marti (2004) entendem o Empreendedorismo Social a partir da utilização inovadora de recursos para explorar oportunidades e preencher necessidades sociais de uma forma sustentável. Nessa mesma linha de raciocínio, Alvord, Brown and Letts (2004) centraram seus estudos na busca da compreensão do Empreendedorismo Social que cria soluções inovadoras para problemas sociais imediatos e mobiliza os ideias, capacidades, recursos e mecanismos sociais necessários às necessidades das pessoas. Particularmente, esses autores compreendem o Empreendedorismo Social como um catalisador para a transformação social.

Austin, Stevenson and Wei-Skillern (2006) concordam que o condutor central do Empreendedorismo Social é a geração de valor social. Para eles, a forma organizativa de um empreendimento social deve ser uma decisão tomada com base no formato mais eficaz de mobilizar os recursos necessários para enfrentamento dos problemas sociais. Na percepção desses autores, os exemplos de Empreendedorismo Social podem ser encontrados dentro ou pode abranger as organizações sem fins lucrativos, empresas, ou setores governamentais. Assim, na perce-

ção destes autores o Empreendedorismo Social se configura na busca de oportunidades para a mudança social e a geração de valores, num processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo.

O Empreendedorismo Social nas suas diversas formas, neste estudo é entendido como um fenômeno em desenvolvimento, com finalidade multidimensional - ao lado das dimensões econômica e social, tende a integrar as dimensões cultural, ecológica e política - promovendo a qualidade de vida, o desenvolvimento humano e sinalizando respostas às necessidades de transformação social e desenvolvimento sustentável. As dimensões oportunidade, inovação, valores, desenvolvimento e outras advindas das definições de empreendedorismo no campo empresarial, se revestem de significados com sentidos mais justos e humanos.

## 1.2. Empreendimentos Sociais – algumas categorias de identificação

Embora se considere que as atividades empreendedoras sejam difíceis de medir (Ahmad e Seymour, 2010), alguns estudos têm buscado indicadores capazes de medir determinados aspectos do empreendedorismo. (Verheul et al., 2001; Martins, 2006). O programa internacional GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*, coordenado pela *Babson College* e pela *London Business School* também tem se destacado atuando nesse sentido. O GEM, por meio da aplicação de metodologias padronizadas, permite a comparação entre a atividade empreendedora dos países pesquisados - atualmente são mais de 40 países, dentre eles o Brasil.

O principal indicador desenvolvido pelo programa é a TEA – *Total Entrepreneurial Activity*, que corresponde a proporção da população envolvida na criação e no desenvolvimento de novos empreendimentos. Em 2004, um novo indicador foi proposto pelo GEM – a atividade do Empreendedorismo Social (SEA - *Social Entrepreneurship Activity*) - que reflete os indicadores da atividade do Empreendedorismo Social nacional.

No entanto, tudo indica que a medição do empreendedorismo está longe de ser consensual, conforme percebe Martins (2006: 84): “[...] em parte porque não existe um consenso sobre a definição do termo empreendedorismo, que se apresenta como multifacetado, nem sobre o que pode constituir um conjunto fidedigno e prático de indicadores, que sejam capazes de medir e comparar regiões e países.” Ao reportarmos-nos ao Empreendedorismo Social, parece-nos que a dificuldade se multiplica, pois nos deparamos com algumas dimensões como: valor social, impacto social, transformação social, e tantas outras que se configuram como quase que impossíveis de serem medidas.

Cientes desta dificuldade buscou-se no aporte teórico utilizado neste estudo, subsídios para identificar dimensões capazes de sinalizar o grau de Empreendedorismo Social presente nos EES. A análise do referencial utilizado permitiu categorizar alguns indicadores de Empreendedorismo Social, e propor um painel, o qual agrupa seis categorias: (1) oportunidades; (2) inovação; (3) autogestão; (4) valor econômico; (5) valor social; e, (6) desenvolvimento sustentável, que, em conjunto podem possibilitar, em parte, a medição do grau de empreendedorismo presente nas iniciativas a serem analisadas. Em cada categoria encontram-se entre 1 a 3 indicadores, dependendo das características de cada uma e do número de variáveis presentes no Banco de Dados a ser analisado que possibilitam a sua medição.

### 1.2.1. Oportunidades

Para conseguir atingir a sua missão, os empreendimentos sociais necessitam reconhecer novas oportunidades, encontrar recursos para servir a essa missão e prosseguir um processo contínuo para ir ao encontro das necessidades dos seus públicos. Mort, Weerawardena and Carnegie (2003: 79) entendem que no Empreendedorismo Social a oportunidade é tida como áreas de preocupação social. Trata-se, portanto, de o empreendedor “[...] avaliar o que tem em mãos, para evitar despender tempo e recursos em uma ideia que talvez não agregue tanto valor.” (Dornelas 2001: 56). Sendo o reconhecimento de oportunidades, a motivação para se criar novas iniciativas e atividades, indo ao encontro das necessidades e mudanças ocorridas na sociedade, percebe-se essa como categoria passível de se medir o coeficiente de Empreendedorismo Social. Assim, propõe-se que a *motivação da criação do empreendimento* seja um indicador dessa categoria.

### 1.2.2. Inovação

Com o impacto que os empreendimentos sociais criam ao nível local e nacional, quer em termos de geração de trabalho e renda, de projetos e iniciativas desenvolvidas em prol da comunidade, de criação de valor social, é importante entender a *inovação* como algo essencial para o processo empreendedor. Com essa percepção, Oliveira (2004) diz que o Empreendedorismo Social é, antes de tudo, uma ação inovadora voltada para o campo social, um processo que se inicia com a observação de uma determinada situação ou problema local, em seguida procura-se elaborar uma alternativa para enfrentar essa situação. Albagli e Maciel (2002) contribuíram também ao reconhecerem a importância de processos interativos e cooperativos de aprendizado como ambientes propícios à geração de inovação, inclusive na área social. Conforme essa visão, o complexo de instituições, costumes e relações de confiança locais conducentes à cooperação



assume 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.” (Albagli e Maciel, 2002: 4). Nesse sentido, entendemos que as alianças estratégicas intersetoriais, ressaltadas por Fischer (2002), também podem vir a se configurar como uma prática inovadora, ao agregar valores aos empreendimentos sociais.

Assim, acredita-se que a inovação pode ser, em parte, verificada por meio da iniciativa do empreendimento em buscar estabelecer parcerias, tanto para o desenvolvimento de projetos sociais, como também para a capacitação das pessoas envolvidas no empreendimento. Portanto, *parcerias de cooperação estabelecidas* podem ser encaradas como um indicador de Empreendedorismo Social, pois denota iniciativa e abertura para o desenvolvimento de projetos de cooperação, que permitem uma abordagem mais integrada.

### 1.2.3. Autogestão

Gaiger (1996) enfatiza que a autogestão não se opera apenas em nível da produção, mas no conjunto da vida social. Neste sentido, para a Associação Nacional dos Trabalhadores em Empresas de Autogestão e Participação Acionária - Anteag (2002), a autogestão caracteriza-se como um processo em construção, no qual o trabalho e a relação entre as pessoas devem resgatar seu dimensionamento humano enquanto sujeitos que produzem e decidem. E aponta que não basta ser sócio, possuir quotas-partes de uma propriedade coletiva e participar apenas subscrevendo decisões periódicas.

Participar é muito mais do que votar de vez em quando e simplesmente fazer sugestões. Participação democrática pressupõe poder de decidir, controlar o processo, avaliar e usufruir dos resultados, não apenas no sentido econômico e financeiro, mas das práticas sociais, culturais etc. (Anteag, 2002: 50).

Ao perceber o Empreendedorismo Social como um campo propício ao exercício da autogestão, e considerando ainda as características das organizações autogestionárias, destacam-se alguns indicadores que acredita-se serem capazes de medir o grau de empreendedorismo na categoria autogestão: (a) origem da matéria prima ou insumo; (b) instâncias de direção e coordenação; e, (c) formas de participação de sócio(as) nas decisões.

### 1.2.4. Valor Econômico

Para o valor econômico, o Sekn (2008) aponta que, esse pode ser medido de diferentes maneiras. Para as empresas ou organizações com fins lucrativos, por exemplo, a

forma mais utilizada tem sido por meio de indicadores de desempenho financeiro tradicionais relacionados à lucratividade, como: retorno sobre investimento, retorno sobre ativos totais, margem líquida e outros. Para as organizações sem fins lucrativos, o valor econômico pode ser medido por intermédio de resultados líquidos financeiros positivos e pela redução da dependência por doações. Ou, no caso de empreendimentos sociais, por meio de resultados financeiros positivos que, após a distribuição de recursos aos associados, são capazes de manter a operação da organização e um padrão de investimento na capacidade produtiva. Assim, para a categoria *valor econômico* sugere-se alguns indicadores que acredita-se que possam ajudar a medir o grau de Empreendedorismo Social relacionado a essa categoria: (a) comercialização de produtos e/ou serviços do empreendimento; e, (b) investimentos, acesso à créditos e remuneração dos sócios atuantes.

### 1.2.5. Valor Social

As pesquisas já realizadas sobre Empreendedorismo Social apontam o desafio de se medir o valor social gerado pelas ações dos empreendimentos no seu contexto de atuação (Dees, 2001). Nessa questão, as pesquisas decorrem de observação de fenômenos capazes de satisfazerem algumas das necessidades sociais, como: melhoria da qualidade de vida das pessoas, diminuição da exclusão social e aumento do apoio e dos benefícios à comunidade. Desse modo, a verificação da geração de valor social não se deriva de indicadores já testados. Embora, exista esta dificuldade de mensurar a categoria *valor social*, com base nas variáveis presentes no Banco de Dados dos EES, pode-se utilizar alguns indicadores que possivelmente apontem o grau de Empreendedorismo Social no sentido de geração de valor social: (a) destino do excedente/sobras; e, (b) desenvolvimento de ação social na comunidade e preocupação com a qualidade de vida das pessoas.

### 1.2.6. Desenvolvimento Sustentável

O conceito de desenvolvimento sustentável que tem ganhado espaço nos últimos tempos, pode ser entendido como o processo de mobilização, que implementa mudanças capazes de elevar as oportunidades sociais, a viabilidade econômica e as condições de vida da população. (Franco, 2000). O enfoque do desenvolvimento sustentável leva em conta não somente o aspecto econômico, mas também o ecológico, político, social e cultural, os quais são, também, necessários para o crescimento e manutenção de todos os agentes envolvidos (seres humanos, fauna, flora e a biodiversidade). Assim, o desenvolvimento que se pretende é aquele que contemple a comunidade como um todo, onde unidos pela ajuda e confiança mútua, e

pela posse e uso coletivo de certos meios essenciais de produção ou distribuição, preservem a qualidade de vida de toda comunidade. (Oliveira e Verardo, 2007). É na concepção desse contexto que o Empreendedorismo Social tem papel fundamental e preponderante na dinâmica do desenvolvimento sustentável.

Com base nas informações disponibilizadas no Banco de Dados dos EES, buscou-se alguns indicadores que podem e mostrar o grau de Empreendedorismo Social na categoria desenvolvimento sustentável: (a) cuidados com a destinação dos resíduos e a preservação do ambiente natural; e, (b) preservação das condições de vida da população.

## 2. METODOLOGIA

Quanto à abordagem, este trabalho trata-se de uma pesquisa quantitativa. Quantitativa porque traduz em números as opiniões e as informações, requerendo o uso de recursos e técnicas estatísticas (Richardson, 1999). Nesta abordagem quantitativa foram analisados os dados levantados sobre a realidade dos *Empreendimentos Econômicos Solidários* (EES) que atuam no Brasil, disponibilizados no Banco de Dados elaborado pela SENAES do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Foi avaliada a descrição estatística das categorias elaboradas a partir da literatura consultada, cujas variáveis expressam o coeficiente de Empreendedorismo Social presente na realidade investigada. As categorias definidas foram: (1) oportunidades; (2) inovação; (3) autogestão; (4) valor econômico; (5) valor social; e, (6) desenvolvimento sustentável.

### 2.1. Algumas características do Universo da Pesquisa

O mapeamento sobre os *Empreendimentos Econômicos Solidários* (EES) no Brasil, começou a ser realizado em 2004, sendo publicado os primeiros dados em 2006, com **14.950** empreendimentos pesquisados, constituindo a primeira base do Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (SIES). Em 2007, o banco de dados foi ampliado com visita a mais 6.905 empreendimentos, totalizando **21.859** EES, em todas as unidades da federação, abrangendo **48%** dos municípios brasileiros e envolvendo cerca de **1 milhão e 650 mil** homens e mulheres. Para a realização do trabalho de campo houve um processo de mobilização nacional com a constituição de equipes gestoras estaduais (EGEs) e a formação de equipes de trabalho envolvendo mais de 230 entidades e 600 técnicos e entrevistadores.

A pesquisa apresentou dados sobre ano de criação, produtos e serviços, comercialização, crédito, finanças, autogestão e compromisso social e ambiental de cada um dos empreendimentos solidários identificados, distribuídos

por municípios, estados, regiões, microrregiões, mesorregiões, territórios de cidadania e nacional. A seguir é apresentada uma síntese dos principais dados do mapeamento dos EES (2005-2007).

**Quadro 1.** Síntese dos principais dados do mapeamento dos EES (2005-2007)

VARIÁVEL	MAPEAMENTO 2005 - 2007
EES mapeados	21.859 EES
Trabalhadores /as associados/as	1.687.496 trabalhadores/as
Não sócios/as que trabalham nos EES	28.674 trabalhadores/as
Trabalhadores/as associados/as, por sexo	1.057.114 (63%) homens
	630.382 (37%) mulheres
Zona de atuação (rural/urbana)	10.513 (48%) só rural
	7.539 (35%) só urbana
	3.711 (17%) rural e urbana
Distribuição regional	9.498 (43%) Nordeste
	3.912 (18%) Sudeste
	3.583 (16%) Sul
	2.656 (12%) Norte
	2.210 (10%) Centro-Oeste
Formas de organização	11.326 (51%) associação
	7.978 (37%) grupo informal
	2.115 (10%) cooperativa
	440 (2%) outra (sociedade mercantil etc.)
Data de criação	468 (2%) entre 1900 e 1980
	1.903 (9%) entre 1981 e 1990
	8.554 (40%) entre 1991 e 2000
	10.653 (49%) entre 2001 e 2007

Fonte: Banco de dados do SIES.

## 3. ANÁLISE DOS DADOS

As categorias e os indicadores construídos neste trabalho buscaram explorar o máximo as informações contidas na Base de Dados sobre os Empreendimentos Econômicos Solidários (EES). No entanto, talvez não sejam necessariamente os melhores do ponto de vista conceitual, pelo fato da necessidade de adaptação aos dados já disponíveis na Base de Dados. Esse fato constitui um dos li-

mites desta pesquisa, sem comprometer os resultados da mesma, pois acredita-se que tais categorias e seus indicadores se mostraram relevantes. Em sequência são analisadas as categorias definidas com os seus respectivos indicadores.

### 3.1. Categoria Oportunidade

Na categoria Oportunidades, tem-se o indicador Motivação da criação do empreendimento como passível de se medir o coeficiente de Empreendedorismo Social. De acordo com os resultados da frequência de escolha das alternativas, aproximadamente 30,9% das iniciativas foram motivadas pela construção de alternativas ao desemprego. Outra parte importante dos EES foi motivada por desenvolver uma atividade onde todos são donos (7,2%) e desenvolvimento comunitário de capacidades e potencialidades (5,2%), conforme mostra o Quadro 2.

Tudo leva a crer que as motivações na criação destes empreendimentos sociais estão associadas mais ao contexto de crise social gerada pelo desemprego, suscitando a necessidade de se organizar a produção social sob outras formas de gestão do trabalho e da produção, do que de alternativa organizativa para o desenvolvimento local sustentável e integrado, como defendem alguns autores (Albagli e Maciel, 2002; Quintão, 2004; Oliveira, 2005; Godói-de-Sousa, 2010). Isso talvez justifique porque o desemprego apareceu como o maior motivador da criação de mais de 30% dos empreendimentos pesquisados.

### 3.2. Categoria Inovação

Para a categoria Inovação, tem-se o indicador parcerias de cooperação estabelecidas. De acordo com os resul-

tados de frequência da resposta sim para as variáveis, na variável “acesso a algum tipo de apoio, assessoria ou capacitação”, houve identificação de aproximadamente 73% de respostas afirmativas. Em relação a “participa de alguma rede ou fórum de articulação”, identificou-se por volta de 46% e para “tem alguma relação ou participa de movimentos sociais e populares”, aproximadamente 58% (Quadro 3). Além disso, analisando-se os dados de forma agrupada, identificou-se aproximadamente 89% de no mínimo uma resposta sim levando-se em consideração os três indicadores.

O estudo destas iniciativas mostrou que a maioria teve algum tipo de apoio, assistência ou assessoria para se formalizar ou se consolidar no mercado. Constatou-se que a maior parte dos empreendimentos pesquisados tem buscado articular-se com outras instituições. Fischer (2002) reforça a importância do estabelecimento destas parcerias ao apontar que a capacidade de desenvolvimento dos empreendimentos sociais depende, cada vez mais, das suas relações intersetoriais. Para a autora, os projetos sociais, realizados por meio de alianças, têm melhores condições de obterem resultados concretos. Por serem projetos que se mostram mais complexos e que apresentam uma abrangência muito ampla, dificilmente alcançam resultados significativos se realizados exclusivamente por uma organização.

### 3.3. Categoria Autogestão

Para a categoria autogestão avaliou-se três indicadores. São eles: (1) Origem da matéria prima ou insumo, (2) Instâncias de direção e coordenação e (3) Formas de participação de sócio(as) nas decisões. Em relação ao item (1) origem da matéria prima ou insumo, verificou-se que somente 3,2% da aquisição vinha dos próprios associa-

**Quadro 2.** Indicadores e Variáveis da Categoria Oportunidades

Indicador	Variáveis		Resultados (% da frequência de escolha)
Motivação da criação do empreendimento	v05/1	Uma alternativa ao desemprego	30,86%
	v05/4	Desenvolver uma atividade onde todos são donos	7,17%
	v05/8	Desenvolvimento comunitário de capacidades e potencialidades	5,16%

Fonte: desenvolvido pelos pesquisadores

**Quadro 3.** Indicadores e Variáveis da Categoria Inovação

Indicador	Variáveis		Resultados (% da frequência de escolha)
Parcerias de cooperação estabelecidas	v126	Acesso a algum tipo de apoio, assessoria ou capacitação.	72,7% Sim
	v215	Participa de alguma rede ou fórum de articulação	45,7% Sim
	v230	Tem alguma relação ou participa de movimentos sociais e populares	57,7% sim

Fonte: desenvolvido pelos pesquisadores

dos e 18,1% dos outros empreendimentos. Em relação (2) Instâncias de direção e coordenação, 76,5% dos grupos apresentavam a assembléia de sócios(as) ou reunião do coletivo de sócios/as e 60,8% apresentavam diretoria/conselho diretor e coordenação. Entretanto, somente 18,2% apresentavam Conselho Administrativo. Em relação ao item (3) formas de participação de sócio(as) nas decisões, houve 48,2% do destino das sobras definido em assembléia geral e 41,3% dos plano de trabalho definido em assembléia geral/ reunião do coletivo de sócios/as, demonstrado no Quadro 4, a seguir:

Estes resultados apontam a incapacidade dos empreendimentos de se autosustentarem em termos da origem da matéria-prima, talvez pela falta de redes de comércio justo ou desenvolvimento de cadeias de produção. Os

grupos são formalizados com assembléias que pode ser explicado pelo grau político norteador do movimento, mas com pouco índice de conselhos administrativos e plano de trabalho definido em assembléia geral, comprovando uma baixa capacidade de gestão.

A este respeito, Dart et al. (2008) explica que são vários os limites apontados nesse tipo de iniciativa: desde a instabilidade financeira, que leva a uma grande dependência do apoio governamental ou de outros financiadores, a uma precária estrutura organizacional.

Para o enfrentamento destes limites, Schwengber et al. (2006) mostram, por meio de seus estudos, experiências que têm apostado na cooperação técnica com universidades, instituições não-governamentais e outras entidades

**Quadro 4.** Indicadores e Variáveis da Categoria Autogestão

Indicador	Variáveis		Resultados (% da frequência de escolha)
Origem da matéria prima ou insumo	v53/3	Aquisição dos próprios Associados(as)	3,2%
	v53/1	Aquisição de outros empreendimentos	18,1%
Instâncias de direção e coordenação	v145	Assembléia de sócios(as) ou reunião do coletivo de sócios/as	76,5%
	v146	Diretoria/conselho diretor/coordenação	60,8%
	v148	Conselho Administrativo	18,2%
Formas de participação de sócio(as) nas decisões	v155	Decisão sobre destino das sobras e fundos em assembléia Geral/reunião de sócios/as	48,2%
	v158	Contratações e remunerações definidas em assembléia geral/ reunião do coletivo de sócios/as	13,2%
	v159	Plano de trabalho definido em assembléia geral/ reunião do coletivo de sócios/as	41,3%

Fonte: desenvolvido pelos pesquisadores



civis para difundir, construir, experimentar, viver novas práticas, capacitar para a autogestão, criar novos vínculos sociais e redes solidárias.

### 3.4. Categoria Valor Econômico

Como indicadores do Valor Econômico, destacam-se a comercialização de produtos e/ou serviços do empreendimento e os investimentos, acesso à créditos e remuneração dos sócios atuantes. Com relação à comercialização dos produtos e serviços, eles são destinados predominantemente aos espaços locais. As indicações apontam para 57% que vendem diretamente ao consumidor e 16,4 % em lojas ou espaços próprios. Apesar de somente 2,2% apontarem o destino como nacional, esta variável se torna irrelevante visto que 76,6% não responderam à pergunta. Em relação aos investimentos, acesso à créditos e remuneração dos sócios atuantes, destaca-se que 39% terem realizados investimentos nos últimos 12 meses e 15,8% terem tido acesso ao crédito, mais de 50% não têm conseguido remunerar os sócios, conforme mostrado no Quadro 5.

Observou-se, portanto, que a dimensão econômica destas iniciativas apresenta um caráter restrito no plano dos recursos materiais mobilizados. Ou seja, essas associações são orientadas pela necessidade de produzir renda suficiente para satisfazer o consumo essencial dos grupos implicados e garantir a reprodução imediata das condições de vida. Tais empreendimentos, ao agirem apenas nos circuitos populares da economia, marcados pela pobreza das condições de vida, funcionando em condições precárias, com um baixo nível de estruturação interna e de articulação externa, dificilmente conseguem ir além da geração de renda apenas para os seus membros diretamente envolvidos. Quando o ideal seria gerar ocu-

pação e renda também para a própria comunidade, ativando um circuito de relações de troca, produção e consumo de bens e serviços que pudesse reforçar a cadeia socioproductiva local.

### 3.5. Categoria Valor Social

O valor social pode ser entendido a partir dos indicadores destino do excedente/sobras e desenvolvimento de ação social na comunidade e preocupação com a qualidade de vida das pessoas. Verificou-se 98,9% das respostas com não houve excedente da organização. Em relação ao indicador desenvolvimento de ação social na comunidade e preocupação com a qualidade de vida das pessoas, 56,8% das organizações participa ou desenvolve alguma ação social ou comunitária e 70,1% delas tem iniciativas à qualidade de vida de consumidores.

Nesta categoria pode-se verificar que apesar de não haver excedente/sobras na organização, os grupos se preocupam com ações comunitárias e possui iniciativas vistas a qualidade de vida de consumidores, demonstrando a existência de uma preocupação social, que pode ser entendida como valor social superior aos critérios econômicos de lucratividade.

Isto mostra um alinhamento teórico ao que fora argumentado por Boschee (2001), Mort et al. (2003) e Quintão (2004), para os quais os empreendimentos sociais emergem com um potencial de intervenção capaz de criar um valor social superior.

### 3.6. Categoria Desenvolvimento Sustentável

A categoria desenvolvimento sustentável pode ser verificada como por meio dos indicadores cuidados com a

**Quadro 5.** Indicadores e Variáveis da Categoria Valor Econômico

Indicador	Variáveis		Resultados (% da frequência de escolha)
Comercialização de produtos e/ou serviços do empreendimento	v69/1	Venda direta ao consumidor	57% venda direta ao consumidor
	v75/5	Mercado/comércio nacional	2,2% nacional Obs.: 76,7% não responderam
	v76/1	Lojas ou espaços próprios	16,4% lojas ou espaços próprios
Investimentos, acesso à créditos e remuneração dos sócios atuantes.	v94/1	Realizados investimentos no empreendimento nos últimos 12 meses	39% investimentos últimos 12 meses
	v100/1	Teve acesso a crédito ou financiamento nos últimos 12 meses	15,8% acesso ao crédito
	v182	Está conseguindo remunerar os sócios(as) que trabalham no empreendimento	50,3% não consegue remunerar

Fonte: desenvolvido pelos pesquisadores

**Quadro 6.** Indicadores e Variáveis da Categoria Valor social

Indicador	Variáveis		Resultados (% da frequência de escolha)
Destino do excedente/ sobras	v167	Fundo de assistência educacional	98,9% não houve excedente
	v168	Fundo de solidariedade	1,3% fundo de solidariedade (não houve excedente)
Desenvolvimento de ação social na comunidade e preocupação com a qualidade de vida das pessoas	v240	O empreendimento participa ou desenvolve alguma ação social ou comunitária	56,8% houve ação na comunidade
	v249	O empreendimento tem alguma iniciativa vistas à qualidade de vida de consumidores(as)	70,1% ação na qualidade de vida dos consumidores

**Fonte:** desenvolvido pelos pesquisadores

destinação dos resíduos e a preservação ecológica e preservação das condições de vida da população. Os empreendimentos, de modo geral, não fazem algum tipo de tratamento dos resíduos gerados antes de eliminar (1,3% dos casos afirmativos) e somente 26% das organizações indicaram que fazem algum tipo de reaproveitamento dos resíduos no empreendimento. Além disso, para preservação ecológica e preservação das condições de vida da população, verificou-se que apenas 28,1% dos empreendimentos ofertam produtos orgânicos ou livres de agrotóxicos e 23,9% promovem incentivo ou promoção do consumo ético e comércio justo, embora 36,2% indiquem

seus produtos facilitam o acesso aos consumidores. Isso pode ser verificado no Quadro 7.

Apesar de os empreendimentos sociais voltados à geração de trabalho e renda no Brasil, representarem um movimento em prol do desenvolvimento sustentável local (Albagli e Maciel, 2002; Quintão, 2004; Oliveira, E. M., 2005; Godói-de-Sousa, 2010), verificou-se que a categoria desenvolvimento sustentável, ainda não é implementada na prática, pela maioria desses empreendimentos. Esta constatação vai de acordo com a afirmação de França Filho e Laville (2004) para quem o alcance deste

**Quadro 7.** Indicadores e Variáveis da Categoria Desenvolvimento Sustentável

Indicador	Variáveis		Resultados (% da frequência de escolha)
Cuidados com a destinação dos resíduos e a preservação ecológica	v257/3	Faz algum tipo de tratamento dos resíduos gerados antes de eliminar	1,3% faz algum tratamento
	v257/4	Reaproveitamento dos resíduos no empreendimento	26,0% reaproveita%
Preservação das condições de vida da população	v250	Oferta de produtos orgânicos ou livres de agrotóxicos	28,1% ação de qualidade de vida aos consumidores * oferta de produtos orgânicos
	v251	Incentivo ou promoção do consumo ético e comércio justo	23,9% ação de qualidade de vida aos consumidores * consumo ético e comércio justo
	v253	Preços dos produtos e/ou serviços facilita o acesso aos consumidores(as)	36,2% ação de qualidade de vida aos consumidores * preço dos produtos facilita o acesso ao consumidor

**Fonte:** desenvolvido pelos pesquisadores

tipo de iniciativas, na maioria dos casos, não consegue ir além do plano de uma “reprodução simples” - aquele da sobrevivência dos grupos.

## CONCLUSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar as dimensões capazes de sinalizar o coeficiente de Empreendedorismo Social presente nos EES, verificou-se que estes empreendimentos estão longe da “perfeição”, pois a maior parte apresentaram práticas empreendedoras abaixo de um patamar mínimo (50%).

Esse percurso analítico leva a concluir que as práticas de empreendedorismo social características dos EES mais sobressalentes, do ponto de vista da expressão de sua singular racionalidade social e econômica, medida pelo que chamamos alto desempenho empreendedor, bifurcam-se em duas vias: por um lado, o surgimento destes empreendimentos sociais revela pontos significantes, tais como a criatividade, a audácia dos empreendedores em gerir formas até então inexistente, que apontam e introduzem novos horizontes na dinâmica social e no desenvolvimento local; e por outro, existe a dificuldade deles por não conseguirem ir além de assegurar a sobrevivência dos grupos.

A maioria desses empreendimentos no Brasil encontra-se em estado de vulnerabilidade e precariedade, com um baixo nível de estruturação interna e de articulação externa. Isso pode ser verificado a partir da categoria autogestão com a baixa incidência de conselhos administrativos e planos de trabalho definidos em assembléia geral. Isso pode ser entendido como um processo de formação e articulação em desenvolvimento, visto que a maioria dos grupos são formalizados por assembléias.

Eles mal conseguem gerar renda para aqueles diretamente envolvidos, muito menos para a própria comunidade, com vistas ao desenvolvimento local e com pouca ação efetiva de desenvolvimento sustentável. Apesar disso, eles demonstram valor social. Mesmo sem haver excedente da organização ou investimentos no último ano, os grupos se preocupam com ações comunitárias e possuem iniciativas vistas a qualidade de vida de consumidores.

Em conclusão, os empreendimentos analisados não estão rentes ao chão, próximos aos patamares mínimos, mas tampouco concentrados no topo. Não apresenta características contrárias ao empreendedorismo social, nem se destaca por características de alto desempenho. À luz do instrumento de análise aqui utilizado, eles estão acima do ponto crítico e abaixo do ponto ótimo: distribuem-se pelo gradiente existente entre esse dois níveis, com práticas variáveis mas efetivas de empreendedorismo social.

## REFERÊNCIAS

- Ahmad, N., & Seymour, R. (2010). *Defining Entrepreneurial Activity: definitions supporting frameworks for data collection*. Recuperado em 11 novembro de 2010, <http://www.oecd.org/dataoecd/2/62/39651330.pdf>.
- Albagli, S., & Maciel, M. L. (2002) *Capital social e empreendedorismo local - Políticas para Promoção de Sistemas Produtivos Locais de MPME*. Rio de Janeiro: UFRJ/ FINEP/SEBRAE/CNPQ.
- Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: an exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40 (3), pp. 260-282.
- Anteag - Associação Nacional dos Trabalhadores em Empresas de Autogestão a Participação Acionária. (2002). *Economia Solidária e Democracia. Anais do Seminário Economia Popular Solidária no Fórum Social Mundial - Artigos de Entidades Participantes*. Porto Alegre, Brasil.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 30 (1), pp. 1-22.
- Boschee, J. (2001). Eight basic principles for nonprofit entrepreneurs. *Madison. Non Profit World*, 19 (4).
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*, Recuperado em 30 novembro de 2010, <http://socserv.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/cantillon/essay3.txt>.
- Cunningham, J, & Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29 (1).
- Dart, R. et al. (2008). Not Living Up To Their Billing: A Population Survey Of Social Purpose Businesses. *Anais de 8th ISTR International Conference and 2nd emes-istr European Conference in Partnership with Cinefogo*, Ontario, Canada.
- Dees, J. G. (2001). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Original Draft: October 31, 1998. Reformatted and revised: May 30, 2001. Recuperado em 21 agosto de 2010 [http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees\\_SE.pdf](http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf).
- Dolabela, F. (1999). *Oficina do Empreendedor: A Metodologia de Ensino que Ajuda a Transformar Conhecimento em Riqueza*. São Paulo: Cultura Editores Associados.
- Dornelas, J. C. A. (2001). *Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios*. Rio de Janeiro: Campus.

- Drucker, P. F. (1994). *Inovação e Espírito Empreendedor (Entrepreneurship): prática e princípios*. São Paulo: Pioneira.
- Filion, L. (1997). From entrepreneurship to entrepreneurship. *USASBE Annual National Conference – Entrepreneurship: The Engine of Global Economic Development*, San Francisco, USA. Recuperado em 06 de novembro de 2010, <http://sbaer.uca.edu/research/icsb/1997/pdf/06.pdf>.
- Fischer, R. M. (2002). *O desafio da colaboração: práticas de responsabilidade social entre empresas e Terceiro Setor*. São Paulo: Gente.
- Franco, A. de. (2000). *Porque Precisamos de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável*. Brasília: Millenium.
- França Filho, G. C. de, & Laville, Jean-Louis. (2004). *A Economia Solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Freire, L. (2001). Empreendedorismo: fundamentos conceituais. *Anais de Encontro Nacional de Empreendedorismo*, Florianópolis, Brasil.
- Gaiger, L. (1996). Empreendimentos solidários: uma alternativa para a economia popular? In Gaiger, L. (Org.), *Formas de combate e de resistência à pobreza* (pp. 101-126), São Leopoldo: UNISINOS.
- Godói-de-Sousa, E. (2010). O processo sucessório em associações produtivas no Brasil: estrutura, desafios e oportunidades. (Tese de doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Low, M., & MacMillan, I. (1988). Entrepreneurship: past research and future challenges. *Journal of Management*, 14 (2).
- Mair, J., & Marti, I. (2004). Social Entrepreneurship: What are We Talking About? A Framework for Future Research. *IESE Business School - University of Navarra*. Recuperado em 21 de dezembro de 2010, <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0546-E.pdf>.
- Martins, S. P. L. da S. (2006). *Indicadores para medir o empreendedorismo em regiões Européias*. (Dissertação Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Gestão da Ciência, Tecnologia e Inovação, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro, Portugal.
- Melo Neto, F. P. de, & Froes, C. (2002). *Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Minuzzi, J., Belinazo, D. P., & Lezana, Á. G. R. (2005). As relações entre empreendedorismo e marketing social. As Relações entre Empreendedorismo e Marketing Social. *Anais do II Seminário de Gestão de Negócios*. Curitiba, PR, Brasil.
- Mort, G. S., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: towards conceptualisations. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector*, 8 (1), p.76.
- Oliveira, B. A. de, & Verardo, L. (2007). Desenvolvimento na Perspectiva da Economia Solidária. In: Rumo à IV Plenária Nacional de Economia Solidária - *Caderno de aprofundamento aos debates* - Uma publicação do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES).
- Oliveira, E. M. (2003). *Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias*. (Tese Doutorado em Serviço Social) - Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, SP.
- Oliveira, E. M. (2004). O Empreendedorismo Social Indutor de Auto-Organização no Enfrentamento das Questões Sociais e no Desenvolvimento Integrado e Sustentável: Notas Introdutorias e Aproximativas. *Revista GEPEC*, 8 (1).
- Oliveira, E. M. (2005). Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. *Rev. FAE*, Curitiba, 7(2), pp.9-18.
- Paiva JR., F. G. (2004). *O Empreendedorismo na Ação de Empreender: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz*. (Tese Doutorado em Administração) - CEPEAD, Faculdade de Ciências Econômicas – FACE, UFMG, Belo Horizonte, MG.
- Quintão, C. (2004). Empreendedorismo social e oportunidades de construção do próprio emprego. *Anais do Seminário Trabalho Social e Mercado de emprego*. Porto, Portugal.
- Say, J.B. (1803). *Traité d'économie politique: ou, simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses*, Translation: *Treatise on Political Economy: On the Production, Distribution and Consumption of Wealth*, Kelley, New York: 1964 (1st edition: 1803). Recuperado em 21 de outubro de 2010, [http://classiques.uqac.ca/classiques/say\\_jean\\_baptiste/traite\\_eco\\_pol/traite\\_eco\\_pol.html](http://classiques.uqac.ca/classiques/say_jean_baptiste/traite_eco_pol/traite_eco_pol.html).
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Published in German (1912), 1st edition in English: Cambridge, Mass, Harvard University Press 1934, also:

Cambridge, Mass.: *Harvard Economic Studies*, 46, London: Oxford University Press.

Schwengber, A. M. et al. (2006). Programa Oportunidade Solidária: construindo uma política pública de economia solidária. In: França Filho, G. C. et al. (org.). *Ação pública e economia solidária: uma perspectiva internacional*. Porto Alegre: editora da UFRGS.

Sekn - *Effective Management of Social Enterprises – Lessons from businesses and civil Society Organizations in Iberoamerica*. (2008). Cambridge, Massachusetts: Harvard University/David Rockefeller Center for Latin American Studies, p. 234.

Silva, H. E. da. (2010). *Empreendedorismo: o caminho para o sucesso no século XXI*. Recuperado em 21 de outubro de 2010, <http://www.daeln.ct.utfpr.edu.br/~denisedavid/aulas/empreendedorismo/EmpreendedorismoXXI.doc>.

Stevenson, H. H. (1993). *New business ventures and the entrepreneur*. Boston: Irwin.

Verheul, I. et al. (2001). *An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture*. Tinbergen Institute Discussion Paper. Recuperado em 11 de novembro de 2010, <http://www.tinbergen.nl/discussionpapers/01030.pdf>.