

## O MEIO EMPREENDEDOR PROMOVENDO INOVAÇÃO: A geração de capital social no Porto Digital

Kaline Maria Tenório Salviano<sup>1</sup>  
Iris Calado de Almeida Costa<sup>2</sup>  
Ana Maria da Silva Barbosa<sup>3</sup>

**Resumo:** Os insumos relacionais são compreendidos no universo dos negócios por conhecimento, informações, confiança, ideias, lealdade e compromisso, formadores do bem intangível denominado capital social. O meio empreendedor evidencia as interfaces das dimensões territoriais e socioculturais no âmbito local. Esse campo ainda tem carências, exigindo assim uma maior atenção, tanto por parte dos indivíduos que interagem no mesmo território em busca de objetivos afins, como dos cientistas pesquisadores para o alcance da evolução e sustentabilidade das instituições. O estudo se propõe a descrever o modo como funciona a produção de capital social e seus efeitos de geração de inovação no caso empírico do Porto Digital. Os resultados revelam que há um ambiente adequado para o desenvolvimento social e tecnológico, além de ações pertinentes à postura e comportamentos decorrentes do aspecto relacional dos atores imersos na rede. Os componentes dos relacionamentos interpessoais são imprescindíveis à criação do meio inovador e sua sustentabilidade progressiva.

**Palavras-chave:** Meio empreendedor. Inovação. Recursos estratégicos. Capital social. Sustentabilidade.

### 1 Introdução

Nos últimos anos, o empreendedorismo e suas áreas de articulação, como redes de cooperação, desenvolvimento, competências e perfis empreendedores, são temas que vêm sendo destacados nos estudos organizacionais em todo o mundo. Por outro lado, algumas questões permanecem carentes de discussão, como é o caso da análise do meio empreendedor e das relações com o capital social. O meio empreendedor é considerado “a chave da diferenciação” por Julien (2010, p. 159), uma vez que “é o lugar e ao mesmo tempo o mecanismo coletivo que pode explicar e facilitar os diferentes laços sociais, permitindo assim o desabrochar de um espírito empreendedor coletivo”.

São crescentes as discussões sobre questões relacionadas às mudanças que afetam a sociedade de forma rápida e transitória. Segundo Becker e Silveira (2011), a natureza das transformações no modo de produção capitalista, desde o final do século XX, e a

<sup>1</sup> Administradora. Mestranda em Administração. UFPE. E-mail: kalinesalviano@gmail.com

<sup>2</sup> Enfermeira. Mestranda em Administração. UFPE. E-mail: iriscalado2010@hotmail.com

<sup>3</sup> Administradora. Mestranda em Administração. UFPE. E-mail: barbo.ana@gmail.com

*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais*

instantaneidade da informação tem influenciado decisivamente o perfil do consumidor jovem. Paiva Júnior et al (2014, p. 299) observou em sua pesquisa que “[...] o ato de empreender é fator inexorável ao desenvolvimento dos empreendimentos, rompendo com a estabilidade estática que ainda constitui expectativa de futuro de alguns dos jovens dessa geração empreendedora”.

No universo do sistema produtivo de uma rede de negócios em que o empreendedor está exposto a novas ideias e informações, sucedem “fenômenos como: construção de conhecimento, obtenção de recursos, desenvolvimento de capital social, aperfeiçoamento de sistemas de inovação e redução dos riscos de operações em cenários complexos de negócios” (PAIVA JÚNIOR, 2014, p. 294). Nesse contexto, o meio empreendedor do Porto Digital pernambucano, considerado no ano de 2014 o “Vale do Silício” no Brasil, representa o mais próspero dentre os cinco pólos de tecnologia e inovação e um dos principais *clusters* da América Latina, além de ser o novo destino da Economia Criativa no país, ensejando um ambiente de negócios altamente dinâmico e competitivo (PORTO DIGITAL, 2015; PAIVA JÚNIOR; FERNANDES; ALMEIDA, 2010).

Sendo assim, o meio empreendedor do Porto Digital, com a lógica de um novo formato de empreendedorismo é considerado um modelo de negócios que se propõe à fomentação de práticas tecnológicas, bem como “acoplagem de competências” com funções diferenciadas que se potencializam.

Nesse aspecto, justifica-se o enfoque da proposta deste artigo no tocante aos recursos estratégicos, bem como a geração e efeitos do capital social no Porto Digital. Surge então o seguinte questionamento: Quais são os efeitos da geração de capital social que contribuem para a inovação no meio empreendedor do Porto Digital?

## 2 Referencial Teórico

A sociedade moderna busca, cada vez mais, encontrar alternativas que valorizem a inovação, sendo seu recurso de base a informação e o conhecimento a fim de enfrentar desafios. Para Albagli e Maciel (2004), noções de capital social e territorialidade “ganham espaço na reflexão sobre esses temas nas várias áreas do conhecimento, contribuindo para melhor desvendar as diferenças entre os processos de inovação e seus resultados em situações específicas”.

A seguir será discorrido referenciais teóricos que se reportam relevantemente aos autores Julien (2010), referente ao meio empreendedor em seu trabalho sobre “Empreendedorismo Regional e economia do conhecimento”. Primeiramente, será tratado o meio empreendedor e seus atores principais; em seguida, o empreendedor como um ser interativo e transformacional; os recursos estratégicos como suporte essencial à inovação; as proximidades e seus efeitos favoráveis e negativos; a competitividade no cenário estratégico de inovação; por fim, o capital social como fomentador de inovação e desenvolvimento do meio empreendedor, destacando-se neste item a pesquisa de Melim (2007).

### 2.1 O meio empreendedor

A condição chave do desenvolvimento envolve a organização, os empreendimentos e os meios empreendedores e inovadores. Esses meios são referidos não apenas às dimensões

Organizadores:

ANEGEPE  
Associação Nacional de Estudos  
em Empreendedorismo e Gestão  
de Pequenas Empresas

Realizadores:



*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais*

espaciais, mas também aos mecanismos coletivos e elementos de informação, conhecimento e variedade de recursos. O meio empreendedor não deve ser visto como um espaço neutro e amorfo, uma vez que a inércia vista tradicionalmente pela economia e interesses individuais não favorece o desenvolvimento. Assim, meio empreendedor pode explicar e facilitar os diferentes laços sociais, estimulando a coletividade (JULIEN, 2010).

De acordo com Oliveira (2013), o processo de inovação tecnológica pode ser caracterizado como uma ação cooperada de vários atores relacionados a um sistema produtivo e existe uma potencial relação entre inovação tecnológica e o melhor desempenho ambiental. Os atores do meio afetam o dinamismo, uma vez que, imersos no território, compartilham cultura, normas e convenções sociais, gerando informação e oportunidades para estimular a criação e o desenvolvimento das empresas e laços externos que potencializam comportamentos e favorecem o enfrentamento de desafios econômicos.

O meio, segundo Julien (2010, p. 163), facilita “os múltiplos laços entre os recursos e as competências, por um lado, e os compradores, por outro lado”; como “um contexto de produção territorial medido pelo *savoir-faire*, pela cultura técnica e pelas capacidades de aprendizado”.

Cada local ou região tem características e combinações que favorecem as interações locais. Aglomerações produtivas constituem cenário territorial propício à análise que abrange, sobretudo, os indivíduos e organizações tomados individualmente, para considerar centralmente suas interações, focando nos condicionantes e resultados dos fluxos de conhecimentos entre os atores locais e destes com atores externos. Particularmente, pode-se verificar e avaliar o papel da proximidade territorial e da dinâmica socioinstitucional, pois são espaços potencialmente privilegiados de conhecimento, aprendizado e inovação interativos. Não devem ser, no entanto, compreendidas apenas como espaços econômicos, mas sobretudo como ambientes sociais em toda sua complexidade (ALBAGLI; MACIEL, 2004).

### **2.1.1. O empreendedor como um ser interativo e transformacional**

Em estudos atuais a respeito do empreendedorismo, o empreendedor ainda é concebido como um ser que age de forma individualizada (PAIVA JUNIOR et al, 2014). Entretanto, a busca de oportunidades com ideias inovadoras, comuns ao empreendedorismo, tende a uma ação cooperativista que estimula a criatividade, sempre oferecendo valor para o outro.

Os empreendedores se destacam como agentes de fortalecimento das economias locais, em decorrência de seu poder de promover o crescimento econômico ligado a seus negócios, resgatando recursos, introduzindo criatividade e inovação, respondendo aos desafios que se apresentam como fonte de oportunidades, com efeitos positivos sobre a geração de emprego e desenvolvimento local (PAIVA JUNIOR; CORDEIRO, 2002; PAIVA JUNIOR, 2004).

De acordo com o estudo de Filardi et al. (2011), as características do perfil empreendedor contemporâneo são de natureza mais objetiva que subjetiva, mais profissional que amadora, com foco na inovação e criatividade baseada em melhor qualificação, estando o perfil atual mais dinâmico e complexo, exigindo mudança constante em busca de adaptação. Por fim, vale reportar ao empreendedor como um ser transformacional e não mais transacional, contrapondo, portanto, a visão de Schumpeter (1988) que designou que uma

*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais*

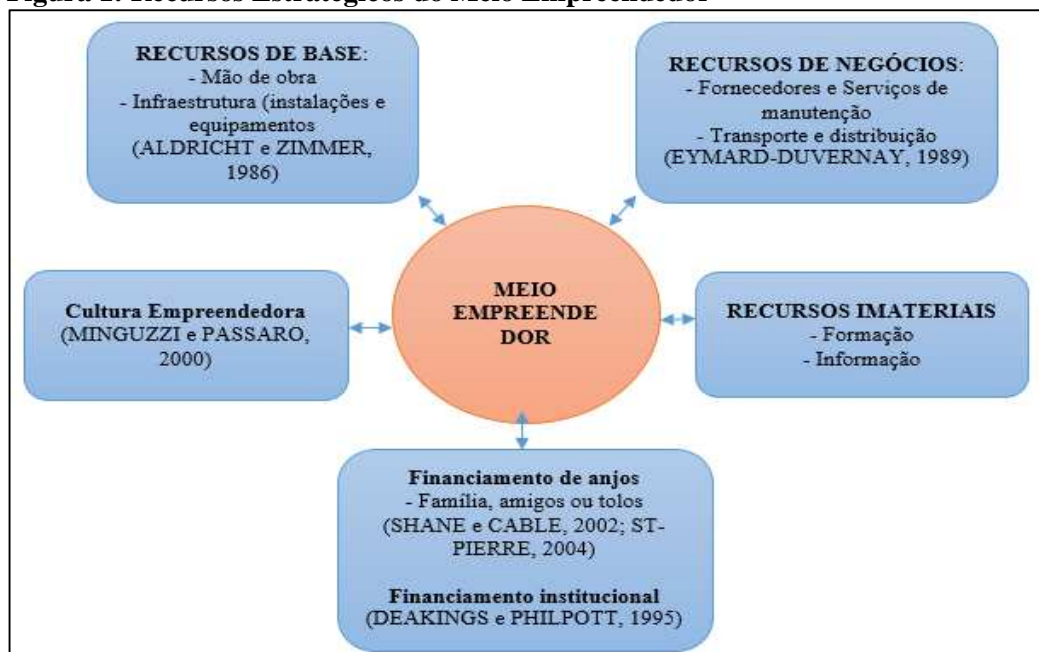
“inovação no sentido econômico somente é completa quando há uma transação comercial envolvendo uma invenção e assim gerando riqueza”.

**2.1.2. Os recursos estratégicos como suporte à inovação**

O empreendedor numa rede de negócios está inserido em um cenário com uma gama de recursos estratégicos que fortalece a atividade inovadora (PAIVA JÚNIOR et al, 2014, p. 297). Ainda segundo os autores, “aliar recursos no processo de interação com parceiros-chave e manter conexões de negócios intensas” gera inovação e, nesse sentido, o acesso a recursos se torna imprescindível e são ilustrados por elementos como “capital financeiro, propriedades materiais ou ainda a construção de marca e projeção da imagem”.

Na pesquisa de Paiva Júnior et al (2014), os autores identificaram que, no arranjo do meio empreendedor do Porto Digital, a articulação potencializa a dinâmica empreendedora, sendo evidenciado que seu engajamento na rede faz emergir processos inovadores.

Nesse sentido, infere-se que essa articulação entre as empresas e a geração de recursos no meio empreendedor, em conjunto com a cultura empreendedora e a identificação de oportunidades, são de certa forma dimensões indutoras de inovação (SOUZA et al, 2012, p. 24). A partir disso, demonstra-se na figura abaixo os principais recursos fornecidos pelo meio, elencados por Julien (2010):

**Figura 1: Recursos Estratégicos do Meio Empreendedor**

Fonte: Adaptado de Julien (2010).

O meio empreendedor disponibiliza recursos estratégicos que são fundamentais para o seu desenvolvimento. A figura 1 relaciona os principais recursos componentes do meio, quais sejam: os recursos de base, recursos de negócios, a cultura empreendedora, recursos imateriais e os financiamentos de anjos e institucional.

*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais*

Os Recursos de base e de negócios compreendem a gestão de componentes como infraestrutura e transporte, podendo ser providos de laços relacionais de proximidade, conduzindo, por sua vez, a uma economia nos custos e facilitando o arranjo das atividades. Já os recursos imateriais são inerentes aos atores envolvidos (formação e informação).

Com relação ao financiamento de anjos, Julien (2010, p. 168) discorre que “esse tipo de financiamento provém de pessoas físicas [...] que desejam investir parte da poupança em empresas que conhecem ou em jovens empreendedores em quem têm confiança”, para isso o autor pondera que além do projeto, é imprescindível a reputação do empreendedor. Ainda segundo o autor a cultura empreendedora “[...] é fundamentalmente essa atitude ou aptidão pela qual uma sociedade territorial reconhece e estimula entre os empreendedores os valores pessoais e as habilidades de gestão” (JULIEN, 2010, p. 167). Assim, a cultura favorece atitudes fundamentadas em valores que motivam ações e iniciativa, estimulando a capacidade de inovar e gerir de acordo com âmbito local.

## 2.2. As proximidades e seus efeitos favoráveis ou negativos

De acordo com Julien (2010), o meio empreendedor, além de recursos, oferece cinco tipos de proximidades societárias descritas a seguir, com seus efeitos favoráveis e efeitos negativos. O desenvolvimento territorial pode ser beneficiado pelo reforço de diversas proximidades:

Na **proximidade cognitiva**, são compartilhados o conhecimento de base, de *safoir faire* e de referências comuns, favorecendo as trocas de funcionários, a absorção de ideias e novas tecnologias e a aprendizagem. Quando provoca um conformismo, a proximidade de qualquer tipo pode tornar-se obstáculo à mudança ou, até mesmo, um bloqueio institucional.

Na **proximidade organizacional**, há uma referência espacial comum que favorece a intensidade e a qualidade das relações e transações internas da organização ou externas entre as redes. No entanto, quando hierárquica, obscurece as ideias novas por assimetria informacional e rigidez, tendendo ao “gosto pelo *status quo*”.

Na **proximidade sociocultural**, os atores estão imersos em um tecido estruturado de relações pessoais que se envolvem em uma história comum e no compartilhamento de valores, normas e convenções. Contudo, a emotividade excessiva, tende a desacelerar a mudança.

Na **proximidade institucional**, as regras do jogo são impostas pelo governo por meio de leis e normas institucionais, também pode compreender laços sociais e as “formas de fazer” habituais. Por outro lado, cria um bloqueio ou uma forte inércia que limita o empreendedorismo ou obriga os empreendedores a usarem de subterfúgios para contorná-las.

Na **proximidade geográfica**, não se considera a mais importante para apoiar a inovação, mas são facilitados os encontros não oficiais para se obter outros recursos de base. Aliados a uma forte especialização, trazem o risco de restringir a inovação. Entretanto, de acordo com Paiva Júnior (2014, p.300), as experiências anteriores no ramo de TIC e a especialização são itens essenciais para se empreender nesse segmento.

*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais***2.3. As vantagens competitivas no cenário estratégico de inovação**

Em relação à vantagem competitiva, Paiva Júnior et al (2014, p. 299) inferem que pode estar relacionada com o tamanho da empresa e com as disponibilidades de recursos, além da habilidade dos empreendedores em mobilizar conhecimento e tecnologia para criar produtos, processos ou serviços e concluem que:

É necessário que os líderes das empresas estimulem a inovação para obtenção de vantagens competitivas e consolidação no mercado. Apesar dos dirigentes do Porto Digital apresentarem um perfil empreendedor, precisam se preocupar mais com o capital financeiro, com propriedades materiais e ainda mais com bens simbólicos, como marca e imagem.

Assim, reforça a importância da aprendizagem e inovação do saber sobre os processos de inovação tecnológica e gerencial, por meio de decisões compartilhadas na rede.

Paiva Júnior (2001, p. 5) relata que recursos indispensáveis à sobrevivência competitiva são associados ao imperativo do *oportunisto* que é a posição inelutável das transações entre grupos e indivíduos como *favoritismo, subornos, dribles e embustes*. Estes, apesar de opostos ao fortalecimento da confiança e cooperação interorganizacionais, são comuns nas articulações de redes de negócios.

**2.4. O capital social como fomentador de inovação e desenvolvimento do meio empreendedor**

Diferentemente do capital físico que é tangível, o capital social é intangível; em contraste ao capital palpável que pode constituir posse de apenas uma pessoa, a presença do capital social pressupõe a existência de uma malha de pessoas, ou no mínimo duas; ao contrário do capital físico, que se consome ao longo do seu uso e da sua aplicação, o capital social quanto mais utilizado se fortalece e demanda crescimento (MELIM, 2007).

Na ótica de Julien (2010), esse valioso recurso é fornecido pelo meio e se adiciona aos outros, como é o caso do capital financeiro para dar suporte à multiplicação e a dinâmica vitalidade das empresas. Ainda segundo o autor, o capital social está relacionado a recursos específicos da cultura empreendedora.

De acordo com Melim (2007), o conceito de capital social ainda não está suficientemente consolidado, talvez pelo fato do seu campo tangenciar determinadas áreas, como a economia, sociologia, ciência política, dentre outras. Sendo assim, dependendo da especialização do autor, a definição do termo varia, embora a essência dos conceitos expresse algo comum.

Na visão de Jacobi (apud MELIM, 2007, p. 42):

capital social refere-se à habilidade que os atores desenvolvem em garantir benefícios através de associação em redes de relações sociais ou outras estruturas sociais sustentadas por confiança recíproca, normas e costumes. O capital social é a argamassa que mantém as instituições coesas e as vincula ao cidadão visando à produção do bem comum.

Complementando, a partir da definição de Capital Social, Melim (2007, p.43) elenca algumas características inerentes a esse tipo de capital, que são:

Organizadores:

ANEGEPE  
Associação Nacional de Estudos  
em Empreendedorismo e Gestão  
de Pequenas Empresas

Realizadores:



*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais*

existência de uma rede de relações sociais ou de uma estrutura social, ou seja, de um conjunto de pessoas ligadas a um objetivo comum; utilização como recurso para que também indivíduos, e não apenas o conjunto deles, atinja suas metas e satisfaçam os seus interesses; necessidade de confiança entre os participantes da rede; existência de regras, normas e padrões de convivência e de uso, explícitas ou não, para garantir o fortalecimento do capital social e evitar a sua deterioração; presença de sistemas de participação nas redes; compartilhamento de valores pelos participantes do grupo; importância de valores (solidariedade, reciprocidade, etc.) como elementos das redes; possibilidade de estoque de capital social, existente no grupo, poder se multiplicar e crescer, assim como diminuir se não utilizado adequadamente.

Nessa linha de raciocínio, Julien (2010) afirma que o capital social se encontra na interseção do comportamento da empresa com o da sociedade e nesse contexto o empreendedor, por sua vez, se nutre dos laços e interações criadas pelo vínculo firmado com a malha empreendedora que lhe dar suporte. Nesse processo de interação, o indivíduo se apresenta como ser inovador com relação a conhecimentos especializados ou seu *metier* que remontam à tradição dos ofícios ou a eventos antigos, distanciando-o de erros que certamente aqueles que não fazem parte do grupo cometem no seu cotidiano de trabalho, face ao conhecimento insuficiente dos obstáculos ainda não claros para eles (JULIEN, 2010).

Além de toda essa situação, o autor evidencia a similaridade do capital social com o financeiro, no tocante ao compromisso com o retorno sobre o que fora investido, ou seja, os que se beneficiam do aporte não mercantil do meio, como informações, ideias, apoio e afins devem se comprometer em disponibilizar retorno ao ambiente. Uma espécie de reembolso dos recursos adquiridos fora do âmbito mercantil, como acontece nas transações financeiras. Diante dessa dinâmica, ele argumenta que o capital social é um celeiro de saberes oportunizando a criação de empresas e a produção concorrente, e nesse processo se constitui um operador coletivo onde habita invenções que emergem da circulação de ideias e de trocas de toda espécie. Diante dessas assertivas, Julien (2010) infere que, quanto mais capital social é adicionado a uma cultura empreendedora que o associe às necessidades, mais dinâmico será o meio, ajudando a região a se distinguir pela inovação.

Face às dificuldades de conceituar e expressar adequadamente esse tema de grande relevância no desenvolvimento inovador, alguns autores preferem discorrer sobre os efeitos e resultados de sua utilização, a expressarem o seu conceito, evidenciando, portanto, os resultados surgidos num determinado grupo de pessoas (MELIN, 2007).

Melin (2007, p. 87) propõe um “modelo didático” com vistas a analisar a geração do capital social e seus efeitos principais de forma mais ágil. Sendo assim, na construção do modelo, considera que a geração do capital social se deriva das relações adequadas entre as pessoas de um grupo. Como suporte ao desenvolvimento dessas relações adequadas, conta-se com um ambiente cultural associado a um compartilhamento de valores que os integrantes do grupo validam como corretos. Então, para que esses integrantes gerem o capital social e este, por sua vez, mantenha-se e evolua satisfatoriamente, é necessário a existência de normas e padrões pré-estabelecidos para regulamentar o interagir no grupo. Com a prática dessas relações saudáveis, determinados efeitos são gerados e classificados em grupos, a saber: grupo das manifestações e grupo dos resultados.

Com relação às manifestações, são aferidas dimensões relacionadas aos comportamentos que se derivam da prática das relações entre os indivíduos do grupo. Por

## Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais

outro lado, os resultados consistem nos benefícios que as pessoas e seus grupos obteriam em decorrência das posturas e comportamentos adotados, conforme evidenciado na figura 2.

**Figura 2: Geração do Capital Social e seus efeitos**



Fonte: Adaptado de Melim (2007, p. 89).

### 3. Metodologia

Este estudo constitui uma pesquisa qualitativa básica de caráter descritivo. De acordo com Roesch (1999, p. 155), “[...] Na pesquisa qualitativa [...] a postura do pesquisador é captar a perspectiva dos entrevistados, sem partir de um modelo preestabelecido”. Sendo assim, compreender aspectos da realidade sociocultural e humana, por meio de experiências, significados e valores, dentro do ambiente natural permeado pelo sujeito, é uma fonte direta de dados, além de reforçar o caráter descritivo e qualitativo (GODOY et al, 2010).

A inquietação se deu a partir das discussões e trocas de conhecimentos e experiências na disciplina de Empreendedorismo, Intra-empreendedorismo e Comportamento Empreendedor do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Federal de Pernambuco.

O objetivo de explorar uma temática com pouco conhecimento sistematizado, induziu a questão do presente trabalho, que é analisar o meio empreendedor e sua relação com a inovação, por meio de um olhar mais aprofundado do capital social e os efeitos gerados no Porto Digital.

Diante disso, foram sistematizadas a coleta e a análise dos dados. Para Vergara (1990) os procedimentos metodológicos classificam-se quanto aos fins e quanto aos meios. Neste caso, a pesquisa proposta quanto aos fins, possui caráter descritivo, na medida em que procurou expor as opiniões e percepções dos sujeitos, quanto ao lócus do estudo no Porto Digital.

Com relação aos meios, o artigo caracteriza-se como bibliográfico e documental. Na pesquisa bibliográfica, ocorreu um estudo apurado de artigos, dissertações, teses, capítulo de livros, revistas, legislações e material disponível no site da Porto Digital sobre o tema



*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais*

proposto. Na documental, explorou-se documentações internas, como o regimento interno e a relação dos benefícios e resultados gerados pela Rede, constantes em seu sítio (VERGARA, 1990). Concomitantemente, realizou-se uma pesquisa no *Youtube* com análise de reportagens e entrevistas de dirigentes do Porto Digital, identificados por E1 e E2, coletando-se os dados das entrevistas não estruturadas desses empreendedores. Isso posto, a análise dos dados se deu a partir da transcrição das entrevistas e comparação destas com o referencial teórico, sobretudo com o modelo elaborado por Melim (2007), bem como os dados da análise documental.

#### **4. Análise dos dados: o caso empírico do Porto Digital**

##### **4.1. O Porto Digital**

Atualmente, localizado em um dos bairros mais tradicionais do Recife, o Porto Digital está ancorado em um patrimônio arquitetônico e histórico da humanidade de importância internacional. Vale ressaltar que, a história da cidade estabeleceu um valor simbólico ao bairro, pelas diversas atividades comerciais perpetradas a partir da instalação do porto do Recife por volta do Séc. XVII (PORTO DIGITAL, 2015).

Nesse aspecto, sua localidade, no contexto histórico, favorece, de certa forma, um ambiente adequado para o desenvolvimento cultural e tecnológico, ao passo que as próprias legislações municipal, estadual e federal, juntamente com a participação efetiva do âmbito público promovem e incitam investimentos da iniciativa privada na concepção de um ambiente empreendedor de dimensão mundial (PORTO DIGITAL, 2015).

O Porto Digital nasce no ano 2000 com um propósito de contribuir, de acordo com o superintendente, entrevistado E1, para “o ressurgimento da economia pernambucana acoplado com um tipo de atividade econômica extremamente moderna”, além da concepção de desenvolvimento econômico, fomentado por investimentos do setor público, da iniciativa privada e das universidades, a fim de incentivar o desenvolvimento local, por meio da inovação e produção do conhecimento (BERBEL, 2008).

O cluster também conta com duas incubadoras e duas aceleradoras de negócios, organizações de serviços associados, dois institutos de pesquisa, diversas representações governamentais, uma instituição de nível superior, além de duas unidades avançadas nas cidades de Caruaru e Petrolina (PORTO DIGITAL, 2015).

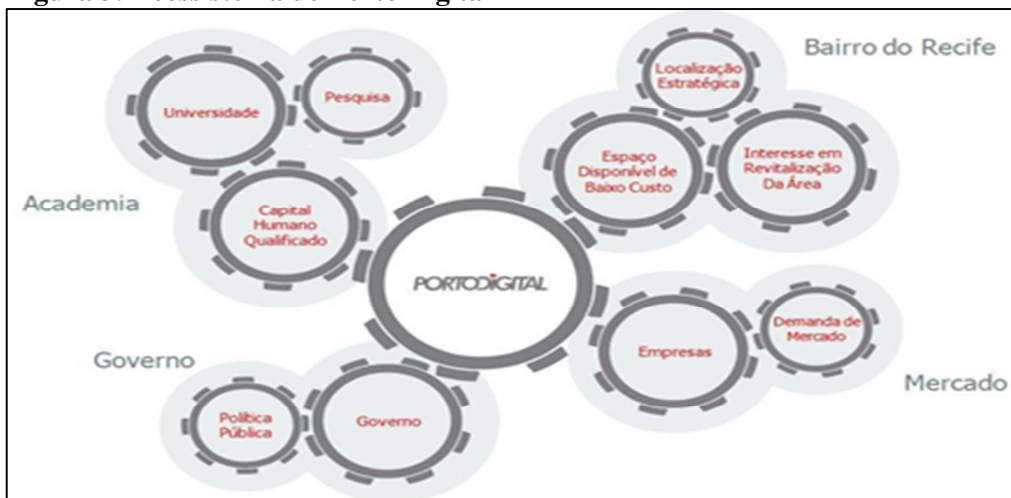
As empresas que compõe essa rede de negócios presente no ramo de tecnologia da informação e comunicação (TIC) e economia criativa (EC) faturou nos últimos três anos mais de R\$ 1 bilhão e, por meio da Lei Municipal nº 17.762/2011, o Porto se expandirá na área de EC para o bairro de Santo Amaro (PORTO DIGITAL, 2015). Na Figura 3 consta a estrutura da rede do Porto Digital.

Segundo entrevista concedida pelo entrevistado E1, o Porto Digital:

É um habitat de inovação e para tanto tem que ter empresas produzindo, universidades gerando conhecimento, instituições planejando as formas de conectar as partes, instituições financeiras provendo capital, um território físico onde essas empresas, essas instituições e pessoas possam conviver e desfrutar da proximidade (PORTO, 2015).

## Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais

Figura 3: Ecossistema do Porto Digital



Fonte: Porto Digital (2012).

Corroborando com essa afirmação, o presidente do conselho de administração do Porto Digital e consultor do Centro de Estudos e Sistemas Avançados (C.E.S.A.R), Sílvio Meira, entrevistado E2, afirma que o Porto Digital “é um sistema-local de inovação, é um ambiente de articulação, principalmente de empresas de negócios, cujo foco é criar um melhor ambiente de negócios e tecnologia de informação da América Latina”.

Segundo E1, a meta estipulada para o ano de 2020 é de 20.000 pessoas de alta qualificação profissional, empregadas nesse meio empreendedor, com vista ao desenvolvimento de software, EC, serviços de TIC e atividades fortemente suportadas por essa tecnologia, além de um valor agregado de 400 empreendimentos inovadores. O entrevistado afirma ainda, que o salário dos funcionários são três vezes maiores do que a média salarial da região metropolitana do Recife.

Considerado um dos principais parques tecnológicos e ambiente de inovação do Brasil, além de possuir uma relevante representação na nova economia do Estado de Pernambuco, o Porto Digital, possui clientes que vão desde pessoas físicas com interesse em simples jogos, até grandes empresas como bancos e agências de telecomunicações que, por sua vez, possuem bilhões de dólares de faturamento (PORTO, 2015).

Segundo E2, o ambiente está envolvido em redes sociais, em design de jogos, em jogos educacionais, veículos aéreos não tripulados para fazer supervisão de linha de alta tensão, bem como em informatização da cidade com o conceito cidade-esperta, inovação para minas de cobres no Chile e uso de satélites para vigiar o andamento de plantações. Por sua vez, as empresas que compõem o Porto Digital se conectam em um só território, criando um ambiente integrado, com uma infraestrutura e acesso à certificação, qualificação, investimentos e à incubadoras de novos negócios. Diante disso, o Diretor da empresa Sophia afirma em entrevista, que sua empresa instalou-se no meio empreendedor do Porto Digital por conta da maioria das empresas de software estarem na rede e, portanto, isso facilitar o contato com possíveis parceiros e eventuais clientes.

Organizadores:



ANEPEPE  
Associação Nacional de Estudos  
em Empreendedorismo e Gestão  
de Pequenas Empresas

Realizadores:



#### 4.2. Recursos Estratégicos do Porto Digital

O ambiente inovador do Porto Digital corrobora com a literatura estabelecida no trabalho de Julien (2010), no tocante aos diversos recursos estratégicos vinculados ao cluster, conforme demonstrado na figura 1 deste trabalho.

Com relação aos recursos de base (mão de obra e infraestrutura), o Porto digital conta com cerca de 7.100 funcionários altamente qualificados, dispersos em uma infraestrutura de 250 empresas na área de TIC e EC, reunidas nos diversos prédios revitalizados do bairro do Recife, que além do importante significado histórico-social, possuem equipamentos modernos e acessíveis, facilitando, portanto, a entrada de novas empresas, além de consolidar a estrutura existente e atuar no desenvolvimento local.

Os recursos de negócios (fornecedores e serviços de manutenção, transporte e distribuição) existentes na rede estão relacionados ao que se tratou nas entrevistas acerca da “facilidade de se obter recursos pela proximidade e articulação das empresas”. Vale ressaltar que alguns desses recursos são obtidos por meio da “laços pessoais de proximidade”, o que facilita a coordenação das atividades da empresa, além de diminuir os custos de transação. (EYMARD-DUVERNAY *apud* JULIEN, 2010, p. 167).

Outro fator relevante a ser considerado é a Cultura Empreendedora existente no Porto Digital, que segundo E1, o Brasil possui um conjunto de legislações que emperram a ação empreendedora, entretanto as pessoas podem desenvolver determinadas características empreendedoras pelo alto grau de criatividade:

Ser um empreendedor aqui na nossa região, no país como um todo, é quase que exercer um sacerdócio, porque as condições não são as mais propícias, de um lado você tem um povo criativo, um povo talentoso, um povo que trabalha, um povo que se esforça e por outro lado você tem um emaranhado de legislações e políticas erráticas que dificultam bastante a atividade empreendedora.

Nesse aspecto, apesar de todas as dificuldades relatadas, como as condições desfavoráveis ao ato de empreender, além da implicação das legislações e políticas, o povo brasileiro detém uma criatividade, talento e esforço que potencializa a atividade empreendedora.

Entretanto, a cultura no país ainda é um recurso que não colabora para a atividade empreendedora, no sentido de que nas escolas, nas universidades e na própria família, ainda é embrionário o estímulo do ato de empreender (E2).

Essa cultura pode ser aferida por meio de duas dimensões: a taxa e o estoque (JULIEN, 2010). A taxa se refere ao grau de abertura para os atores econômicos relacionando-os a criação de novas empresas e às mudanças positivas, nesse aspecto o Porto Digital promove *Startups*, por meio das suas incubadoras e aceleradoras, no momento estão incubadas 5 empresas de TIC e 4 empresas de EC. Já com relação ao seu estoque, isto é, o grau de educação e experiência dos empreendedores, na reportagem analisada tem-se que “há 10 anos, antes do porto digital, Recife não exportava ideias inovadoras, exportava cérebros. Hoje Recife atrai pessoas para trabalhar” (E2) e essa nova realidade demanda, cada vez mais, pessoas qualificadas e experientes.

Por último, estão os financiamentos dos anjos e o institucional, que são acrescidos como formas de financiamento para os novos empreendedores, além de, ao mesmo tempo, fazer parte da rede, instituições financeiras, como as capitalistas de risco e os bancos. Importa

*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais*

dizer que no cerne do Porto Digital ocorreu um investimento inicial de R\$ 33 milhões do Governo do Estado na implementação da sua infraestrutura e sua operacionalização.

#### **4.2. O Capital Social no Porto Digital**

A partir da literatura dos diversos autores que discorrem sobre o Capital Social, elegeu-se o modelo de Merlin (2007) para ser aplicado no lócus de investigação deste trabalho.

O caso empírico estudado à luz das definições de autores consagrados, pesquisadores do tema, constitui o maior parque tecnológico brasileiro, onde se verifica a teoria da geração de capital social, acontecendo por meio da união de empresas que atuam de modo integrado no mesmo ambiente, ou seja, o Porto Digital.

Em consulta ao sítio do cluster, localiza-se o que a teoria define por normas e padrões de convivência. A gestão do Porto instituiu decretos relacionados às atividades que desenvolve, regimentos, estatutos, manual de responsabilidade, guia de boas práticas, dentre outras normas que regulam a organização.

Quanto ao ambiente cultural e compartilhamento de valores, o cluster restaurou várias edificações do patrimônio arquitetônico do bairro do Recife em sua diversidade de estilos onde se fundem o colonial, o eclético, o industrial e o moderno mantendo suas características arquitetônicas adequando a infraestrutura do bairro para receber empresas modernas, se esforçando para evidenciar que é possível combinar o desenvolvimento tecnológico com a preservação da história e da cultura.

Como se não bastasse a essência cultural do meio, o Porto Digital realiza atividades com grandes repercussões, a exemplo da iniciativa Recife que foi considerada em 2014 pelo Jornal britânico, como uma das dez iniciativas que estão mudando a cultura no mundo.

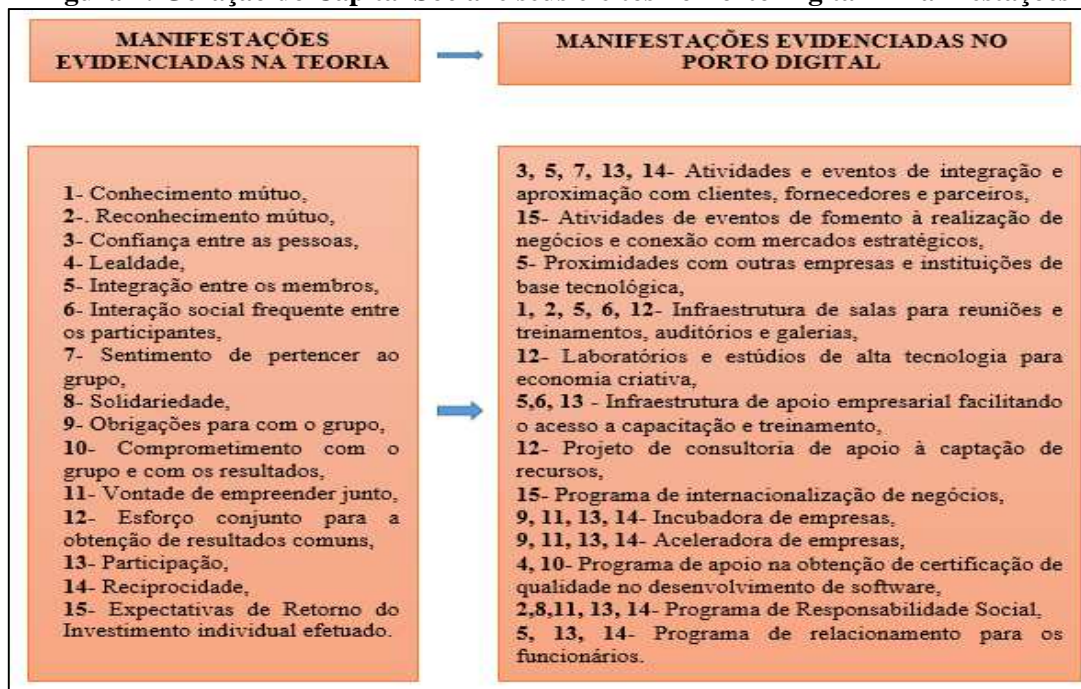
Considerando esse contexto de geração de capital social na rede, originada dos relacionamentos das pessoas, viabilizado pelo ambiente cultural onde interagem, percebe-se que no exercício dessas relações saudáveis, como afirma Melim (2007), efeitos são produzidos e classificados pelo autor como o grupo das manifestações e o grupo dos resultados.

Por manifestações pode-se inferir que são comportamentos surgidos com a prática das relações do grupo. Já os resultados são entendidos como os benefícios adquiridos pelas pessoas e pelos grupos em função das posturas adotadas por eles. Em se tratando do Porto Digital, foi realizada uma associação da teoria da figura 2 deste artigo, com as informações disponíveis no seu portal, demonstradas abaixo:

Considerando a teoria referente às manifestações, pode-se inferir que o (1)Conhecimento e (2)Reconhecimento mútuos, (3)Confiança entre as pessoas, a (5)Integração entre membros, a (6)Interação social frequente, (7)Sentimento de pertencer ao grupo e o (12)Esforço conjunto para obter resultados comuns são viabilizados no Porto Digital pelas atividades e eventos de integração e aproximação com clientes, fornecedores e parceiros, pela proximidade com as outras empresas e instituições de base tecnológica, pela infraestrutura de salas, auditórios e galerias para reuniões e treinamento, pela infraestrutura de apoio empresarial facilitando o acesso à capacitação e treinamento, bem como pelo programa de relacionamento para os funcionários.

Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais

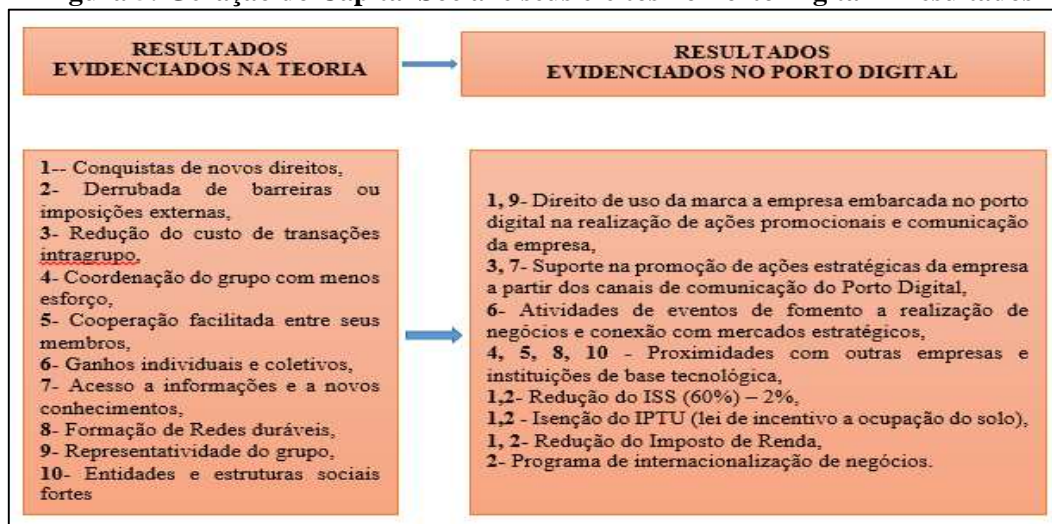
Figura 4: Geração do Capital Social e seus efeitos no Porto Digital – Manifestações



Fonte: as autoras, adaptado de Merlin (2007).

E assim com as demais manifestações e de igual modo com os resultados, se verifica que no Porto Digital, conforme explicitado em seu portal, fica evidente a funcionalidade da teoria estudada na construção deste artigo conforme demonstração a seguir descrita.

Figura 5: Geração do Capital Social e seus efeitos no Porto Digital – Resultados



Fonte: as autoras, adaptado de Merlin (2007).

Percebe-se, portanto, que os resultados apontados na figura 5 evidenciam vantagens nas relações de proximidade entre as empresas do Porto Digital, desde a proximidade física

*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais*

até a cognitiva, uma vez que as relações sociais apresentam-se com afinidades interativas que motivam a participação e a comunicação, incentivando a cultura empreendedora. Pode-se acrescentar ainda, que o incentivo do governo favorece, de certa forma, a inserção das empresas no âmbito local, com a redução ISS, a redução do Imposto de Renda e isenção de IPTU. Assim, em momento de crise financeira mundial, essas vantagens mostram-se competitivas, reconhecendo que valores intangíveis podem ser concretizados com retorno econômico.

### 5. Considerações Finais

O propósito deste trabalho foi aprofundar o conhecimento do meio empreendedor associando-o a geração do capital social e seus efeitos no Porto Digital, perpassando elementos relevantes como seus recursos estratégicos. Considera-se que a inovação e o conhecimento são fatores importantes que colaboram para o desenvolvimento local dos indivíduos, empresas, instituições e regiões. Assim favorece as relações competitivas na sociedade atual, sendo questão preocupante devido a situação econômica e social presente, principalmente, nos países em desenvolvimento.

No contexto de ambientes turbulentos, com a velocidade dos processos e a tecnologia influenciando as questões competitivas, como é o caso do Porto Digital, há necessidade de incrementar inovações diferenciadas, a fim de atender as demandas do mercado e promover o desenvolvimento.

Diante disso, busca-se ultrapassar a visão puramente administrativa da gestão, partindo-se para uma visão de meio empreendedor e saindo da inércia que não favorece o desenvolvimento para mecanismos coletivos e elementos de informações ricos em conhecimento e variedade de recursos, destacando, portanto, o capital social que valoriza as estruturas sociais não contempladas por outras formas de capital, como a confiança, solidariedade, interação social, reciprocidade, lealdade, dentre outras.

Nesse aspecto, respondendo ao questionamento inicial sobre quais os efeitos da geração de capital social que contribuem para a inovação no meio empreendedor do Porto Digital, apresenta-se que como o engessamento das legislações e uma cultura nacional que trava a atividade empreendedora, a rede relacional do Porto Digital dispõe de diversos benefícios gerados pelo meio empreendedor.

Desse modo, por ser localizado em um universo considerado de valor histórico e cultural, o Porto Digital possui um ambiente adequado para o desenvolvimento social e tecnológico e dispõe de ações pertinentes à postura e comportamentos decorrentes do aspecto relacional dos atores imersos na rede. Além disso, dispõe-se de efeitos advindos dessas posturas e comportamentos, como os incentivos na redução e isenção de impostos e o direito de uso da marca, infraestrutura.

Diante desse contexto, pode-se inferir que há uma geração de capital social de forma acentuada no meio empreendedor do Porto Digital, contribuindo, portanto, para geração de inovações. Sugere-se, portanto, para estudos futuros um maior aprofundamento no tema do capital social, bem como suas relações com a responsabilidade social e as ações efetivas geradas para a população localizada no seu entorno, tendo como sugestão avaliar a divulgação dessas ações e sua efetividade. Outro assunto relevante a ser estudado é como manter o desenvolvimento local em um meio empreendedor que compete e cocria ao mesmo tempo.

*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais***Referências**

- ABREU, M. A. S. et al. **Desde os primórdios até hoje em dia será que o empreendedor ainda faz o que Schumpeter dizia?** Evolução das características empreendedoras de 1983 a 2010. 2011. Disponível em: <[http://www.dgz.org.br/dez11/Art\\_03.htm](http://www.dgz.org.br/dez11/Art_03.htm)>. Acesso em: 25 mai. 2015.
- ALBAGLI, S.; MACIEL, M.L.. Informação e conhecimento na inovação e no desenvolvimento local. **Revista Ciência da Informação**. Rio de Janeiro, 2004.
- BERBEL, A. C. A. **O Processo de internacionalização de um cluster de empresas de software: o caso do Porto Digital**. 2008. 112 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.
- BECKER, E. L. S.; SILVEIRA, V. P. **O perfil do jovem pós-moderno na cidade de Santa Maria - Rio Grande do Sul - Brasil**. San José. Costa Rica, 2011.
- FILARDI, F.; SILVEIRA, F. A.; CAPRA, L. P.; PEREIRA, L. S.; ABREU, M. A. S. S. Desde os primórdios até hoje em dia será que o empreendedor ainda faz o que Schumpeter? Evolução das características Empreendedoras de 1983 a 2010. **Revista da informação**, v. 12, n. 6, dez. 2011.
- GODOY, A. S. Estudo de caso qualitativo. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. **Pesquisa Qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. Tradução de Maria Freire Ferreira Salvador. São Paulo: Saraiva, 2010.
- MELIM, José Maria. **A formação de capital social entre os empresários de micro e pequenas empresas: a experiência dos núcleos setoriais do empreender (SC)**. 2007. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção)– Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.
- OLIVEIRA, J. A. P. **Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social**. 2.ed. Elsevier. Rio de Janeiro, 2013.
- PAIVA JUNIOR, F. G.; BARBOSA, F. V. B.; GONÇALVES, C. A.; PEREIRA, V. Redes Organizacionais no Sistema de *Cluster*: reflexões sobre sua posição estratégica na busca de oportunidades pelas pequenas e médias empresas. **Cladea**, México-DF, 2001.
- PAIVA JÚNIOR, F. G.; FERNANDES, N. C. M.; ALMEIDA, L. F. L. A competência de relacionamento contribuindo para o desenvolvimento de capital social da empresa de base tecnológica. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 15, n. 1, p.11-28, jan. 2010.

*Tema 9 – Empreendedorismo, pequenas empresas, redes e relações interorganizacionais*

PAIVA JÚNIOR, F. G.; MARTINS, W. S.; FERNANDES, O. L. C.; SILVA, A. D. F. Empreendedor inovando o bem simbólico na rede de negócios: produção & consumo de software no Porto Digital. **Exacta**, São Paulo, v. 12, n. 3, p.293-301, 2014.

PORTO DIGITAL (Pernambuco). Governo do Estado. **Parque**: história e gestão. 2015. Disponível em: <<http://www.portodigital.org/home#submenu-parque>>. Acesso em: 27 maio 2015.

PORTO Digital RECIFE. Direção de Blog do Nordeste. Recife: You Tube, 2010. P&B. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=awLzqN\\_4qK4](https://www.youtube.com/watch?v=awLzqN_4qK4)>. Acesso em: 25 maio 2015.

PORTO Digital <<https://www.google.com.br/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=p%C3%A1gina%20do%20porto%20digital>>. Acesso em: 10 junho 2015.

PORTO DIGITAL. Perspectivas para os setores de TIC e economia criativa com a expansão do Porto Digital para Santo Amaro. **Apresentação Porto Desembarque**. Recife: Porto Digital, 2012.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guias para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SOUSA, A. A. et al (Org.). **Redes de cooperação como indutoras da inovação**: formação de um ambiente inovador na cadeia de petróleo, gás e energia de Sergipe. São Cristóvão: UFS, 2012.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12.ed. São Paulo: Atlas, 1990.

Organizadores:

ANEPEPE  
Associação Nacional de Estudos  
em Empreendedorismo e Gestão  
de Pequenas Empresas

Realizadores:

