

O Sucesso do Empreendedorismo Social e de Negócios da Cooperativa Pirambu Digital em Fortaleza/CE

Sílvia Helena Carneiro BAQUIT (UECE)

Samuel Façanha CÂMARA (UFPE)

Elias Pereira LOPES JÚNIOR (UECE)

RESUMO: O estudo foi realizado tendo como objeto de estudo a Cooperativa Pirambu Digital, experiência empreendedora nascida no contexto da Economia Solidária, que tem como principal meta a inclusão social através da tecnologia digital. O estudo objetivou a investigação das especificidades da referida Cooperativa, enquanto negócio desenvolvido no âmbito do terceiro setor. Considerando de grande importância o estudo do empreendedorismo, visto o mesmo ser um fenômeno capaz de provocar profundas transformações sociais, culturais e econômicas, foi feita uma pesquisa de campo com integrantes da Cooperativa, através da aplicação de entrevistas e questionário, buscando identificar os direcionadores de sucesso da mesma. Os resultados do estudo destacam esses elementos, ressaltando a figura do empreendedor, no mesmo tempo que permitiram validar a contribuição da Cooperativa Pirambu Digital para o projeto que a originou: Movimento Emaús, bem como sua importância para a comunidade onde está inserida.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Empreendedorismo Social, Cooperativa Pirambu Digital, Inclusão digital.

1. INTRODUÇÃO

Empreendedorismo tem sido nos últimos anos, tema primordial de debate nas diversas instâncias públicas e privadas. Prova disso é que, em pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), em 1999, o empreendedorismo foi apontado como o principal fator de desenvolvimento econômico de um país.

O aumento da investigação sobre empreendedorismo acaba por ser um reconhecimento da importância que o fenômeno assume no desenvolvimento das economias, situação já destacada por Schumpeter (1982) há mais de 50 anos. O empreendedorismo vem se tornando, cada vez mais, uma significativa força de trabalho, tendo um impacto considerável na economia, portanto trás a geração de emprego, a inovação e a criação de riqueza (GASPAR, 2003).

Caminhando lado a lado com a globalização neoliberal e muitas vezes em reação a ela, emerge uma outra globalização, formada por redes e alianças transfronteiriças, que lutam contra a exclusão social, a precarização do trabalho, o declínio das políticas públicas, a destruição do meio ambiente e da biodiversidade, o desemprego e as violações dos Direitos Humanos. É a globalização alternativa, contra-hegemônica, organizada da base para o topo das sociedades (MELO NETO; FRÓES, 2002).

Frente à grande importância do tema, escolheu-se como objeto de investigação deste trabalho o empreendedorismo social, seu surgimento, significado e caracterização. Fenômeno que nasce buscando ações de enfrentamento da pobreza e da libertação e emancipação social, o empreendedorismo social almeja o resgate da cidadania, propondo para tanto um novo modelo de desenvolvimento: humano, social e sustentável.

Dees (1998) destaca que o empreendedor social é uma espécie de gênero de empreendedores, pois são empreendedores com uma missão social. Acreditando que os empreendedores sociais trazem aos problemas sociais a mesma imaginação e seriedade que os do mundo dos negócios trazem à criação de riquezas.

Se indivíduos realizam ações concretas dentro de um determinado contexto e alguns têm sucesso e outros não, certamente existem fatores e particularidades que levam um empreendimento a prosperar enquanto outros fracassam, independente do setor a que ele pertence. Surge então a pergunta que norteia este estudo: Quais os determinantes do sucesso da Cooperativa Pirambu Digital como negócio despontado na Economia Solidária? Assim, o objetivo deste trabalho é identificar os principais determinantes de sucesso da experiência de Empreendedorismo Solidário da Cooperativa Pirambu Digital, à luz de um conjunto de teorias que explicam o fenômeno empreendedorismo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.2. Empreendedorismo

Em um momento em que grandes corporações se reestruturam visando uma maior eficiência, o tema empreendedorismo passou a receber uma crescente atenção, em virtude do reconhecimento de seu papel no desenvolvimento das nações.

A difusão da cultura empreendedora tem recebido um grande destaque em todo o mundo, chegando a ser considerada a grande revolução silenciosa no século XXI. Para Gaspar (2003), três aspectos principais, atribuídos a este fenômeno, são destacados na literatura: a criação de empregos, a inovação e a criação de riquezas.

Segundo Fillion (1997), existem mais de 1.000 publicações anuais sobre o tema empreendedorismo, bem mais de 50 conferências e 25 jornais especializados. O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é um relatório publicado anualmente, e tem como objetivo principal a busca da compreensão e da difusão do empreendedorismo, compilando e fornecendo dados, informações e indicadores acerca da realidade empreendedora, dentro do contexto de cada país.

O GEM 2006 foi realizado em 42 países, compreendendo uma população de 4,6 bilhões de pessoas, ou seja, 2/3 da população mundial. Deste total, 2,7 bilhões de pessoas estão na faixa compreendida entre 18 e 64 anos e aproximadamente 9,5% deste universo estava envolvida em alguma atividade empreendedora, ou seja, a Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA) foi de 9,5%.

Pesquisas realizadas pelo IBGE e citadas no Boletim Estatístico de Micro e Pequenas Empresas do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) em 2005 (*on line*) mostram que das 4,92 milhões de empresas formais em atividade no Brasil, as microempresas perfaziam um total de 4,61 milhões, representando 93,6% do volume total, sendo que o total de micro e pequenas empresas chegavam a 99,2% do total.

Schumpeter (1982) foi o primeiro teórico a destacar a importância do empreendedor para a economia, acreditando ser este “o motor da economia capitalista”, mas devido à característica singular da área de estudos do empreendedorismo, há dificuldades em uma definição exata do termo. Existem tantas definições de empreendedorismo quantos autores que tratam do tema. Percebe-se também uma grande dificuldade em definir-se o objeto de estudo foco da matéria.

Boava e Macedo (2007) explicam esta característica singular pautados na idéia do empreendedorismo ser: inter, multi e transdisciplinar. É interdisciplinar porque estabelece relações entre a área e outros ramos de conhecimento, atuando em duas ou mais disciplinas. É multidisciplinar, quando demonstra que a área contém, envolve e espalha-se por diferentes disciplinas. É transdisciplinar porque busca fora e além de si mesmo respostas a seus questionamentos, trazendo dados que geram uma nova visão de sua natureza e realidade.

Obter uma definição clara e objetiva sobre o empreendedorismo é uma tarefa complexa, devido às singularidades da área. A variedade de definições do que seja

empreendedorismo, o grande número de conceitos e a pequena convergência entre os estudos já efetuados demonstram a fragmentação do ramo. Assim, cada pesquisador vem escolhendo suas áreas de interesse (BOAVA; MACEDO 2007).

Com a percepção da ausência de paradigmas e de uma definição dos temas de empreendedorismo, questiona-se como estudar o assunto. Danjou (2002) destaca as inúmeras áreas que disputam o campo de pesquisa do empreendedorismo, mas ressalta que algumas privilegiam apenas um dos três ângulos possíveis: o do contexto, o do ator e o da ação.

Afinal, o que é empreendedorismo? Qual seu foco de estudo: a inovação? O empreendedor? O risco?

2.3. Empreendedorismo - histórico, conceitos e definições

O alicerce para o estudo sobre o empreendedorismo parece estar pautado em três disciplinas básicas: a Sociologia, com Weber (2005), a Economia, com Schumpeter (1982) e a Psicologia, com McClelland (1961). As definições de empreendedorismo e empreendedor têm evoluído de diferentes formas e possivelmente não há uma definição que possa ser aceita por todos, e na ausência de um consenso, tem-se algumas mais conhecidas no Quadro 1.

QUADRO 1 - Definições de empreendedorismo e empreendedor

AUTOR	DEFINIÇÃO
Cantillon (1755)	Empreendedores como auto-empregados que se ajustam ao risco, quando o retorno é incerto.
Say (1821)	Indivíduo que combina recursos diversos.
Knight (1921)	Indivíduo que toma decisões em condições de incertezas.
Schumpeter (1934; 1949)	Indivíduo que inova, motor da economia capitalista. Inclui o Estado no <i>hall</i> dos agentes de inovação.
Drucker (1969)	Alguém que procura maximizar as oportunidades.
Liles (1974)	Nem toda pessoa que cria uma empresa é empreendedora. O empreendedor inova, identifica e cria oportunidades e combina recursos para extrair máximo benefício.
Casson (1982)	Lida com recursos escassos e sabe discernir (“juízo empreendedor”).
Bracker, Keats e Pearson (1988)	Distinção entre empreendedor e dono de PME. O 1º usa inovação e gestão estratégica para fazer lucro e o 2º gere um negócio para atingir seus objetivos pessoais.
Gartner (1989)	Empreendedorismo é a criação de organizações e termina quando o estágio de criação da empresa acaba.
Stewart (1991)	O empreendedorismo pode ser definido como o processo de criação de rendas, através da inovação.
Palich e Bagby (1995)	Economistas tendem a adotar a definição de Schumpeter. <i>Corporate executives</i> vêem o empreendedor como gestores de PME, incapazes de dirigirem empresas maiores.
Westhead e Wright (1999)	Distinguem entre empreendedor ocasional, empreendedor em série e empreendedor que constrói um portfólio de negócios.
Filion (1999)	Empreendedor é a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.
Dornelas (2002)	O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive.
Venkataraman e Shane (2000)	Empreendedorismo é um processo pelo qual se faz algo novo e diferente com a finalidade de gerar riqueza para indivíduos e agregar valor para a sociedade.
Henderson (2002)	Empreendedorismo é descobrir e desenvolver oportunidades de criar valor através da Inovação.
Boava e Macedo (2007)	Empreendedor é uma pessoa que transforma sua potencialidade em realidade, caracterizando-se por ser temporal e impermanente, abarcando as mais variadas esferas da vida social.

Fonte: Adaptado de Gaspar (2003, p. 192-193) e complementado pelos autores

Apesar dos estudiosos do tema empreendedorismo acreditarem existir uma confusão acerca da definição do que é empreendedor, Filion (1997) prefere usar o termo diferença, acreditando que as diferentes percepções e definições acontecem porque estes pesquisadores usam premissas de suas próprias disciplinas.

Verheul *et al.* (2000) acreditam que empreendedorismo é uma concepção multidimensional e que sua definição depende do foco escolhido pela pesquisa. Um empreendedor pode realizar diferentes funções, tais como: a aplicação do capital financeiro, a inovação, alocação de recursos em diferentes usos e a tomada de decisões.

Com a expansão do campo do empreendedorismo e seus componentes múltiplos, o tema tem sido observado e analisado por economistas, sociólogos, historiadores, psicólogos, especialistas de ciências do comportamento ou de ciências da gestão. Segundo Filion (1997), pode-se identificar concepções diferenciadas, associadas à escola dos economistas, a escola dos behavioristas (comportamentalistas) e a escola dos precursores da teoria dos traços de personalidade.

Com a percepção da ausência de paradigmas e de uma definição dos temas de empreendedorismo, surge uma importante questão: como os pesquisadores estudam o assunto? Danjou (2002) reconhece que inúmeras áreas do conhecimento disputam o campo de pesquisa do empreendedorismo, mas destaca que algumas privilegiam apenas um dos três ângulos possíveis: o do contexto, o do ator e o da ação:

- a) O contexto: condições ou efeitos da ação empreendedora, originando-se dos campos da Economia, Sociologia e Antropologia;
- b) O ator: o empreendedor, originando-se a partir da Psicologia;
- c) A ação: a Administração ou o processo empreendedor, originando-se de estudos organizacionais.

2.4. Empreendedorismo Social

Desponta um novo tipo de globalização, que é alternativa e organizada da base para o topo das sociedades. Movimentos sociais, organizações não governamentais, redes e alianças transfronteiriças se mobilizam para lutar contra: a exclusão social, a precarização do trabalho, o declínio das políticas públicas, a destruição do meio ambiente e da biodiversidade, o desemprego e as violações dos direitos humanos (MELO NETO; FRÓES, 2002).

O Terceiro Setor surge da profunda necessidade de mudança no papel desempenhado pelo Estado e mercado para com a participação do cidadão na esfera pública. Pode-se afirmar que sua importância cresce em decorrência da incapacidade do Estado como promotor de políticas públicas de desenvolvimento social.

A mobilização através do trabalho conjunto entre cidadãos, governo, empresas e terceiro setor desponta cada vez mais como alternativa eficiente e democrática. É a sociedade assumindo responsabilidades e agindo em benefício da coletividade, sem mais esperar apenas pelo governo (FISCHER; MENDONÇA, 2002).

Segundo Falconer (2000), na década de 90, o Terceiro Setor surge como portador de uma nova e grande promessa: a renovação do espaço público, o resgate da solidariedade e da cidadania, a humanização do capitalismo e, se possível, a superação da pobreza. Promessa a ser alcançada com atos simples e fórmulas antigas, como o voluntariado e a filantropia, porém revestidas de uma roupagem mais empresarial.

Mais do que um conceito rigoroso ou um modelo solidamente fundamentado em teoria – organizacional, política ou sociológica – terceiro setor, no Brasil, é uma ideia-força, um espaço mobilizador de reflexão, de recursos e, sobretudo, de ação. (FALCONER, 2000, p. 2).

Na busca por um projeto de futuro, luta-se pela emancipação social. Segundo Fischer e Mendonça (2002), o termo Terceiro Setor foi inicialmente usado por pesquisadores nos Estados Unidos no início da década de 70, e por pesquisadores europeus a partir dos anos 80. Falconer (2000) acredita que o termo “Terceiro Setor” foi utilizado pela primeira vez no Brasil em 1993 por Leilah Landim, pesquisadora do Instituto de Estudos da Religião (ISER).

Apesar da corrente do Terceiro Setor ser a mais utilizada (FALCONER, 2000; FISCHER; MENDONÇA, 2002), o termo é muito genérico, pois engloba organizações atuantes na área social com características, papéis e modelos totalmente diferentes. Devido à grande importância dessas entidades na economia mundial, por ser reconhecidamente geradora de empregos e provocar impacto social com suas ações, pesquisadores acadêmicos interessam-se cada vez mais pelo tema e diferentes correntes emergem, interpretando o mesmo fenômeno (ROSSONI; ONOZATO; HOROCHOVSKI, 2006).

Oliveira (2004) acredita que empreendedorismo social se apresenta como um conceito em desenvolvimento, mas com características teóricas, metodológicas e estratégicas próprias, sinalizando diferenças entre uma gestão social tradicional e uma empreendedora. Ele compilou diversas definições de empreendedorismo social, de diferentes fontes, internacionais e nacionais (QUADRO 2).

QUADRO 2 – Conceitos sobre empreendedorismo social

ORGANIZAÇÃO	ENTENDIMENTO
School Social Entrepreneurship - SSE, UK - Reino Unido	<p>“É alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de ganhar dinheiro.”</p> <p>“Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais, públicos, voluntários e comunitários [...] Empreendedores sociais nunca dizem 'não pode ser feito'.”</p>
Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE, Canadá	<p>“Um empreendedor social vem de qualquer setor, com as características de empresários tradicionais de visão, criatividade e determinação, e empregam e focalizam na inovação social [...] Indivíduos que [...] combinam seu pragmatismo com habilidades profissionais, perspicácias.”</p>
The Institute Social Entrepreneurs - ISE, EUA	<p>“Empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado sem perder de vista sua missão (social) e são orientados por um duplo propósito: empreender programas que funcionem e estejam disponíveis às pessoas, tornando-as menos dependentes do governo e da caridade.”</p>
Ashoka, Estados Unidos	<p>“Os empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade.”</p>
Erwing Marion, Kauffman Foundation	<p>“Empreendimentos sem fins lucrativos são o reconhecimento de oportunidade de cumprimento de uma missão para criar e sustentar um valor social, sem se ater exclusivamente aos recursos.”</p>
Ashoka Empreendedores Sociais e Mackisey e Cia. INC (2001)	<p>“Os empreendedores sociais possuem características distintas dos empreendedores de negócios. Eles criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Alguns dos fundamentos básicos do empreendedorismo social estão diretamente ligados ao empreendedor social, destacando-se a sinceridade, paixão pelo que faz, clareza, confiança pessoal, valores centralizados, boa vontade de planejamento, capacidade de sonhar e uma habilidade para o improviso.”</p>

Rouere e Pádua (2001)	“Constituem a contribuição efetiva de empreendedores sociais inovadores cujo protagonismo na área social produz desenvolvimento sustentável, qualidade de vida e mudança de paradigma de atuação em benefício de comunidades menos privilegiadas.”
-----------------------	--

Fonte: Oliveira (2004)

Para Dees (1998), considerado o primeiro a empregar nos Estados Unidos (EUA) o termo empreendedor social, empreendedorismo social pode ser novo, mas o fenômeno não. Sempre existiram empreendedores sociais, embora não fossem assim chamados. Atualmente o conceito de empreendedorismo social está ganhando popularidade, mas ainda é um pouco confuso, pois significa diferentes coisas para diferentes pessoas.

No momento que a maioria das instituições do setor social era vista como ineficiente, inútil e irresponsável e muitos programas governamentais e filantrópicos falharam, surge à idéia de empreendedorismo social: uma combinação de paixão para a missão social com uma imagem de negócios, envolvendo disciplina, inovação e determinação (DEES, 1998).

A responsabilidade social ou gestão empreendedora social vem marcando forte presença nas empresas em cooperação com governos locais, ONGs e entidades filantrópicas, mas apesar de contribuírem na solução de problemas sociais emergentes, provocam transformações sociais passageiras na sociedade. É o social do negócio.

Por outro lado, o empreendedorismo social ou gestão do empreendedorismo social vem complementar o modelo anterior. Agora não é mais o negócio investindo no social, mas o social se empresariando e gerando novos negócios. É o “negócio do social”.

Empreendedores sociais é uma espécie de gênero de empreendedores. São empreendedores com uma missão social (DEES, 1998) e um empreendimento social é, antes de tudo, uma ação inovadora voltada para o campo social. O processo empreendedor inicia-se com a observação de determinada situação problema local seguida da busca de solução de enfrentamento da mesma (OLIVEIRA, 2004).

Os empreendedores sociais operam no mercado, mas frequentemente não se submetem às regras deste mercado. Normalmente competem por doativos, subsídios e voluntários. É, portanto, muito difícil mensurar o valor social criado por uma instituição social ou quanto de uma melhoria pode ser atribuída a uma determinada intervenção da mesma. Para Dees (1998), a habilidade de atrair recursos filantrópicos talvez seja uma indicação do valor criado aos olhos dos doadores, mas não é um indicador concreto.

O empreendedorismo social difere do empreendedorismo propriamente dito em dois aspectos: 1) não produz bens e serviços para vender, mas para solucionar problemas sociais; e 2) está voltado para segmentos populacionais em situações de risco social (exclusão social, pobreza, miséria, risco de vida) e não para o mercado.

3. METODOLOGIA

3.1. Local e sujeitos da pesquisa

O campo de investigação será a Cooperativa Pirambu Digital, um empreendimento sócio-econômico e cultural comunitário, decorrente do apoio do Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará do Pirambu (CEFET – Pirambu) em parceria com o Movimento Emaús. Trata-se de um projeto de extensão para jovens, realizado no bairro do Pirambu, cujo principal objetivo é a inclusão social com tecnologia digital.

Originado da parceria entre o Centro Federal de Educação e Tecnologia do Ceará (CEFET-CE) e o Movimento Emaús, o CEFET - Pirambu é um projeto de extensão, que dá a cada turma formada de 120 jovens, a oportunidade de freqüentar um curso técnico de

desenvolvimento de *software*, em uma universidade pública e de qualidade e, posteriormente, devolver ao seu entorno social o benefício recebido, em forma de projeto social.

O Movimento Emaús foi fundado pelo Padre Abbé Pierre em 1949, na França, que tinha como lema: “Servir e fazer servir primeiramente os mais sofredores é a fonte da verdadeira paz”. ONG que atua em todos os continentes, presente em mais de 40 países, o Emaús chegou ao Brasil em 1986, através do Padre Henri Le Boursicaud.

3.3. Técnicas, instrumentos e procedimentos metodológicos

A pesquisa teve um caráter exploratório, visto ter por objetivo descrever, explicar e explorar um fenômeno: o empreendedorismo social

E utilizou-se um questionário aplicado aos jovens empreendedores do Pirambu Digital e a opção por perguntas fechadas aconteceu porque as mesmas são mais aceitas pelo entrevistado, por serem facilmente respondidas, demandando um menor tempo e esforço, além de serem fáceis de codificar. Sabendo, entretanto, que algumas vezes o entrevistado pode cair em uma pauta de resposta marcando sempre a mesma alternativa, para terminar logo o questionário, procurou-se mudar as respostas, para quebrar o ritmo (RICHARDSON, 2008).

Após uma revisão da literatura sobre o tema, foi feita uma relação dos principais pontos a serem abordados dentro das seis teorias escolhidas, e, visando fugir de um questionário longo e exaustivo, limitamos ao número de três as perguntas acerca de cada uma das teorias, utilizadas como base para determinação dos fatores de sucesso. As quatro últimas perguntas destinam-se a identificar o perfil do empreendedor social (QUADRO 3).

Quadro 3 – Dados para elaboração do questionário

TEORIA 1	Economistas	Schumpeter	Inovação
TEORIA 2	Sociologia	Weber	Comportamento moralmente apropriado, pautado na ética, honestidade, firmeza de caráter, obstinação pelo trabalho.
TEORIA 3	Psicologia	McClelland	Necessidade de afiliação; Necessidade de realização; e Necessidade de poder.
TEORIA 4	Psicanálise	Collins e Moore	Necessidade de autonomia, independência e autoconfiança;
		Zaleznik e Kets de Vries	Sentimentos de rejeição e insatisfação oriundos da infância.
TEORIA 5	Contemporânea	Filion	Visão: visão do mundo, energia, liderança e relações.
TEORIA 6	Contemporânea	Eclética	Recursos (oportunidades de negócios, desenvolvimento econômico e tecnológico) X espírito empreendedor.
EMPREENDEDORISMO SOCIAL			Desejo de mudanças sociais; Preocupação com o coletivo; Impacto social como medida de desempenho.

Fonte: Elaborado pelos autores

Embora o questionário tenha sido escolhido como um dos instrumentos de coleta, sendo a pesquisa uma pesquisa social, entendeu-se como necessária a realização de algumas entrevistas, tanto pela flexibilidade que este método oferece possibilitando uma maior riqueza de detalhes acerca do local pesquisado e dos atores e suas ações.

3.4. Tratamento e análise dos dados

Os dados obtidos no questionário foram tratados por análise fatorial com o objetivo de descrever um conjunto de variáveis originais através da identificação de um número menor de variáveis (fatores), optou-se por esta técnica, seguindo os seguintes passos:

- Análise das relações entre as variáveis como um todo, realizada pelo teste KMO e de esfericidade de Barlett;
- Extração dos fatores que agrupam variáveis com comportamentos semelhantes, considerando os valores de suas comunalidades e os autovalores das variáveis na composição dos fatores;
- Rotação dos fatores para confirmação da composição dos mesmos, com explicação de pelo menos 80% da variância;
- Interpretação dos fatores extraídos, no caso considerando qual fator mais relevante e quais variáveis o compõem, revelando quais combinações de variáveis que representam as diferentes abordagens teóricas explicam, na opinião das pessoas envolvidas no projeto, o comportamento dos empreendedores sociais.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1. A experiência de negócio da Cooperativa Pirambu Digital

Segundo Gildenis, Diretor Presidente da Cooperativa Pirambu Digital, vários jovens com conhecimento em Tecnologia da Informação, desenvolvimento de *software* e rede começaram a reunir-se semanalmente, toda sexta-feira às 13:00 h, com o intuito de estudar a melhor maneira de disseminar na comunidade todo aquele benefício recebido, a aprendizagem adquirida. As reuniões aconteciam em uma salinha, no galpão do Emaús, onde era reciclado o material coletado por eles.

A Cooperativa Pirambu Digital iniciou com cinquenta e duas pessoas, dentre as 120 que fizeram o curso do CEFET. Cada integrante entrou na Cooperativa com uma cota de R\$ 500,00, integralizados em 10 parcelas de R\$ 50,00. Estes jovens enfrentaram resistência por parte dos familiares e tiveram que optar entre uma vaga garantida no mercado de trabalho e a incerteza de iniciar um negócio sem nenhuma garantia.

A Cooperativa Pirambu Digital é agora estruturada por quatro unidades de produção. Nela executa-se uma diversidade de atividades, sendo que estas unidades possuem um apelo comercial e financeiro, busca gerar renda e aproximar-se do mercado.

O PODES que trabalha com desenvolvimento de *software*, a FÁCIL fábrica de computadores, que trabalhava apenas reciclando máquinas; a TREVO que trabalha com treinamentos, mantendo contrato de capacitação com algumas empresas e a NÊGA é o setor de negócios, comercial, administrativo e financeiro.

4.2. Os direcionadores de sucesso da Cooperativa Pirambu Digital

Como resultado da aplicação dos questionários e subsequente análise fatorial, com todas as observações coletadas, num total de 40 válidas, as principais inferências estatísticas a serem observadas foram: o teste de esfericidade de Bartlett, que é uma estatística usada para examinar a hipótese de que as variáveis não sejam correlacionadas; e a medida de adequação de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), índice usado para avaliar a adequação da análise fatorial.

Verificou-se que a análise fatorial feita é adequada e confiável, pois se encontrou o valor da estatística KMO = 0,477 ($\geq 0,5$) e a significância do teste de esfericidade = 0,001 ($< 0,05$). Confirmada a adequação e a significância da análise, segue-se para a análise fatorial propriamente dita, estimação do número de fatores a serem extraídos, análise e interpretação.

Aplicou-se o método de análise de componentes principais, por meio da decomposição espectral da matriz de correlação em seus autovalores e autovetores normalizados, pois, tanto 95% das variáveis tiveram comunalidades superiores a 0,60, como existem 22 variáveis em estudo (HAIR *et al.*, 2005; MINGOTI, 2005).

No processo de análise e interpretação dos fatores extraídos, não se deve esquecer que cada fator foi gerado através do agrupamento de variáveis que têm características em comum (comunalidades). Percebe-se que, em todos os fatores, existe uma associação entre as variáveis que o compõe, apesar desta relação não ter sido mensurada.

Para a estimação do número de fatores a serem extraídos, utilizaram-se dois critérios, em conjunto: (a) análise da proporção da variância total relacionada com cada autovalor λ_i , dada pela relação entre λ_i e o traço da matriz de correlação das variáveis originais, onde este é igual a 22, permanecendo as componentes cujos autovalores representem maiores proporções da variância total (MINGOTI, 2005).

Como não existe um valor limite, adotou-se neste estudo, como uma primeira análise exploratória, valor mínimo de variância percentual acumulada maior ou igual a 73%; (b) comparação do valor numérico de λ_i com o valor 1, também conhecido como “critério da raiz latente” (HAIR *et al.*, 2005, p. 101), onde o número de componentes retidos é igual ao número de autovalores λ_i maiores ou iguais a 1.

O método de rotação utilizado foi o Varimax. Escolheu-se este método porque a sua solução da rotação fatorial é obtida por meio da maximização da variação dos quadrados das cargas fatoriais originais, separando o grupo de variáveis altamente correlacionadas com o fator de outro grupo de variáveis que tenham correlação desprezível.

Após a rotação dos fatores calcularam-se as cargas fatoriais (autovetores) de cada variável em cada um dos oito fatores extraídos e, ordenaram-se decrescentemente, em termos de valores de carga, as variáveis do primeiro fator (primeira componente), visto que o autovalor deste fator implica em um percentual de variância total explicada é 1,373 vezes maior que o percentual da variância explicada pelo segundo fator e 1,914 vezes maior que o percentual da variância explicada pelo terceiro fator. Então, ao ordenar os graus de importância de cada variável pertencente ao primeiro fator, todas com carga fatorial acima de 0,5, ordenam-se estas variáveis (TABELA 1).

TABELA 1 – Grau de importância das variáveis de decisão do Fator 1

VARIÁVEIS	CARGAS FATORIAIS
Necessidade de Independência	0,7880
Necessidade de Poder	0,7827
Necessidade de Autonomia	0,6841
Inovação	0,5104

Fonte: dados da pesquisa

Dentre as quatro variáveis destacadas, encontramos a Necessidade de Independência e a Necessidade de Autonomia, como primeira e terceira em grau de importância. Estas se referem à abordagem dos precursores dos traços de personalidade.

Segundo os trabalhos de Collins e Moore (1970) e de Zaleznik e Kets de Vries (1975) a ação empreendedora seria impulsionada por conflitos gerados na infância. Eventos dramáticos na infância ou uma situação difícil despertariam a necessidade de autonomia e de independência. Vidas marcadas pela pobreza e por sofrimentos reais ou imaginários demandariam uma compensação, alavancando esforços criativos e inovativos.

É interessante observar que a teoria psicanalítica desponta entre os mais importantes fatores no resultado, principalmente quando atentamos para o fato da Cooperativa estar em um bairro pobre e estigmatizado, onde, possivelmente, seus participantes tiveram uma infância difícil e conflituosa, indo de encontro à teoria.

A segunda variável em grau de importância, a Necessidade de Poder, pertence à abordagem comportamentalista. A quarta variável baseia-se na teoria Schumpeteriana, e trata da Inovação atrelada a um novo empreendimento, uma oportunidade de negócio usando meios de produção, métodos ou fórmulas inéditos.

Considera-se que as cargas fatoriais maiores ou iguais a 0,40 e menores ou iguais a -0,40 são consideradas importantes e com significância prática, quando o tamanho da amostra é 100 ou maior. Logo, quanto maior o valor absoluto da carga fatorial, mais importante a carga na interpretação da matriz fatorial. Como a carga fatorial é a correlação da variável e do fator, a carga ao quadrado é a quantia de variância total da variável explicada pelo fator, de acordo com Hair *et al.* (2005).

Percebe-se que, em todos os fatores, existe uma relação de causa e efeito entre as variáveis que o compõe, a qual será detalhada, individualmente, em cada um dos oito fatores extraídos. O título dos fatores foi dado pelos autores e tem como base o significado das variáveis que os compõem (TABELA 2).

TABELA 2 – Composição dos Fatores

FATOR	VARIÁVEIS	CARGAS FATORIAIS
1	Necessidade de Independência	0,7880
	Necessidade de Poder	0,7827
	Necessidade de Autonomia	0,6841
	Inovação	0,5104
2	Desenvolvimento Tecnológico	0,7692
	Inovação	0,7278
	Independência	0,6966
3	Rede de Relações (pessoais)	0,7677
	Estabilidade	0,7308
	Infância difícil	0,5621
4	Necessidade de realização	0,8525
	Infância difícil	0,5171
5	Novo negócio	0,8623
	Níveis de relações	0,6861
6	Honestidade	0,7541
	Mudança social	0,6265
	Necessidade de Poder	0,5815
7	Visão	0,7258
	Políticas Governamentais	0,6327
8	Impacto Social	0,8807
	Determinação	-0,5518

Fonte: dados da pesquisa

O Fator 1 é composto pelas variáveis Independência, Necessidade de Poder, Necessidade de Autonomia e Inovação. A Cooperativa, empreendimento inovador e revolucionário, desponta como uma forma de seus integrantes alcançarem autoridade, sustentabilidade e poder. Jovens de uma comunidade carente, buscando garantir sua liberdade e sair de uma situação de pobreza, usam a inovação como mola propulsora.

Desenvolvimento Tecnológico, Inovação e Independência são as variáveis que formam o segundo Fator. O conhecimento tecnológico proporcionou aos “meninos” do Pirambu a possibilidade de alcançar sua Independência. Os integrantes da Cooperativa tiveram uma oportunidade de montar um negócio inovador graças ao Curso de Formação Tecnológica do CEFET e a capacitação de seu mentor.

O Fator 3 compreende as variáveis Rede de Relações, Estabilidade e Infância Difícil. Uma infância difícil, com sentimentos de rejeição e impotência, pode ser um forte impulsionador ao empreendedorismo, na tentativa de fugir desta situação crítica e encontrar a estabilidade. As relações pessoais de um indivíduo são muito importantes, porque dão suporte nesta caminhada. Para a Cooperativa, estas relações foram fundamentais, pois dificilmente os jovens do Pirambu teriam a oportunidade de ingressar no CEFET, sem a ajuda que tiveram.

Necessidade de realização e infância difícil compõem o quarto Fator. A teoria psicanalítica acredita que a história de um empreendedor sempre carrega uma crise ou eventos dramáticos vividos na infância. Assim, esses empreendedores são orientados para a realização, gostam de assumir responsabilidade por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro. Podemos perceber este perfil nos jovens da Cooperativa, que tiveram propostas de emprego ao término do curso, mas optaram por iniciar um negócio próprio.

Novo Negócio e Níveis de Relações são as variáveis do Fator 5. Fillion (1991) destaca que os três níveis de relações (primárias, secundárias e terciárias) são essenciais para o sucesso de um empreendimento. Em nada adiantaria uma visão se não houvesse uma rede de relações para apoiá-la. Ao iniciar um novo negócio, o empreendedor tem seu risco amenizado se possui uma boa rede de relações. O vínculo com o Emaús, uma ONG conhecida e respeitada, e com o CEFET, Instituição Federal conceituada, facilitou o início da Cooperativa e deu-lhe credibilidade.

O Fator 6 é composto pelas variáveis Honestidade, Mudança Social e Necessidade de Poder. O Empreendedorismo Social busca mudanças sociais, pautadas na ética e na honestidade. A mudança ocorrerá com o empoderamento das classes sociais menos favorecidas. Os integrantes da Cooperativa trabalham princípios éticos e morais na instituição, e embora busquem aproximar-se cada vez mais do mercado, apóiam vários projetos sociais procurando favorecer uma mudança social em sua comunidade.

Visão e Políticas Governamentais formam o Fator 7. Para empreender é necessário que haja pessoas com características específicas e oportunidade de negócio. Muitas vezes uma visão torna-se vã, pela ausência de oportunidade. A figura do mentor e fundador da Cooperativa foi de fundamental importância para sua existência. Mauro Oliveira, como diretor do CEFET, conseguiu uma parceria entre o Emaús e a Instituição Federal, garantindo o ingresso dos jovens do Pirambu. Tendo também ocupado o cargo de Secretário Nacional de Ciências e Tecnologia, tem um maior conhecimento e acesso às políticas governamentais, por seu vínculo com órgãos públicos.

O Fator 8 é formado pelas variáveis: Impacto Social e Determinação. A vontade de realizar mudanças e a determinação dos jovens da Cooperativa Pirambu Digital tem realizado uma mudança no bairro, pois a preocupação dos jovens vai além do retorno financeiro. Gerar um impacto social favorável na comunidade também é prioritário.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo tomou como objeto o Movimento Emaús Amor e Justiça, mais especificamente a Cooperativa Pirambu Digital, situada no Grande Pirambu, que tem como principal meta a inclusão social através da tecnologia digital.

Cabe destacar que na análise dos direcionadores de sucesso do empreendedorismo social, o resultado obtido na Cooperativa Pirambu Digital aponta de maneira significativa para a figura do empreendedor como fator principal para o sucesso de um empreendimento, com três variáveis de maior grau de importância dentre as quatro, sendo duas da abordagem dos precursores dos traços de personalidade (teoria psicanalítica) e uma da abordagem comportamentalista.

Isto reforça que a história de vida de um empreendedor, que carrega uma crise ou eventos dramáticos, contribui na motivação primeira pela busca da autonomia, independência, liberdade e autoridade. A conquista de recompensa financeira neste ambiente configura-se muito mais como meio de garantir poder e realização profissional, do que pelo valor do dinheiro em si.

O presente estudo, em função de suas peculiaridades próprias e limitações, deixa várias questões em aberto. Conseqüentemente pode ser continuado em várias frentes, de maneira a preencher e enriquecer as lacunas existentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOAVA, Diego Luiz Teixeira; MACEDO, Fernanda Maria Felício. Constituição ontoteleológica do empreendedorismo. **Anais...** XXXI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, Rio de Janeiro/RJ, 2007.
- COLLINS, O.F.; MOORE, D.G. **The organization makers: a behavioral study of independent entrepreneurs.** New York: Appleton-Century-Crofts (Meredith Corp.), 1970.
- DANJOU, Isabelle. L'entrepreneuriat: un champ fertile à la recherche de son unité. Paris, **Revue Française de Gestion**, v.28, n.138, p.109-125, 2002.
- DEES, J. Gregory. **The meaning of "social entrepreneurship"**. jan. 1998. Disponível em: <http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2008.
- FALCONER, André Pablo. **A promessa do terceiro setor: um estudo sobre a construção do papel das organizações sem fins lucrativos e do seu campo de gestão.** Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor. Universidade de São Paulo, 2000. Disponível em: <<http://www.icd.org.uy/mercosur/informes/2000/falconer1.html>>. Acesso em: 03 maio 2008.
- FILION, L.J. From entrepreneurship to entreprenology. In: USASBE Annual National Conference Entrepreneurship. **Anais...** São Francisco, 1997.
- FISCHER, Rosa Maria; MENDONÇA, Luciana Rocha de. Terceiro setor: inventário da produção brasileira. **In: V International Conferende of the ISTR – International Society for Third Sector Research.** África do Sul, 2002.
- GASPAR, Fernando Antônio da Costa. O estudo do empreendedorismo e a relevância do capital de risco. In: XIII Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica. **Anais...** Lugo (Galiza), 14 fev. 2003.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil.** Relatório global. IBPQ e SEBRAE. 2006.
- HAIR, J. F. J.; ANDERSON, R.E.; TATHAN, R.L.; BLACK, W.C; **Análise multivariada de dados.** Tradução de Adonai Schlup Sant'Anna e Anselmo Chaves Neto. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2000.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/censo>>. Acesso em: 10 jun. 2008.
- McCLELLAND, David C. **The achieving society.** Princeton, New Jersey: Van Nostrand, 1961.

- MELO NETO, Francisco Paulo de; FRÓES, César. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- MINGOTI, Sueli Aparecida. **Análise de dados através de métodos de estatística multivariada**: uma abordagem aplicada. Belo Horizonte: UFMG, 2005.
- OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. **Revista da FAE**, v.7, n.2, p. 9-18, jul./dez. Curitiba, 2004.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. 8. reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.
- ROSSONI, Luciano; ONOZATO, Erika; HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi. Terceiro setor e o empreendedorismo social: explorando as particularidades da atividade empreendedora com finalidade social no Brasil. In: **Anais...** ENANPAD, XXX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, Salvador/BA, 2006.
- SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucra, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- VERHEUL, Ingrid; WENNEKERS, Sander; AUDRETSCH, David; THURIK, Roy. An Eclectic Theory of Entrepreneurship: policies, institutions and culture. In: RENT XIV Conference, Praga, nov. 2000.
- WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Tradução de Pietro. Nassette. São Paulo: Martin Claret, 2005 (1904).
- ZALEZNIK, Abraham; KETS DE VRIES, Manfred F. R. **Power and the corporate mind**. Boston: Houghton Mifflin Company, 1975.