

Análise do modelo SEBRAE à luz das contribuições da Economia Solidária

Analysis of the SEBRAE Model, based on contributions of Solidarity Economy

Por Andressa da Silva Corrêa

Mestranda em Sociologia (UFRGS)

Grupo de Pesquisa em Economia Solidária (UNISINOS)

Bolsista CNPq

andressa_teatro@yahoo.com.br

Resumo:

Este trabalho irá descrever o cenário brasileiro das micro e pequenas empresas individuais e associativas, contrastando-o com a concepção de empreendedorismo empregada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. Para tanto, realiza-se uma pesquisa documental em bases de dados nacionais e em textos da biblioteca *online* da instituição supracitada. A análise dos materiais evidencia uma distância significativa entre o padrão de fomento divulgado, o qual se funda nos cânones do típico empreendedor schumpeteriano, e uma realidade precária que não logra preencher tais assertivas. Considera-se que tal incoerência – entre modelo de fomento e empreendimentos – não auxilia na promoção dos pequenos empresários e torna necessária uma revisão do conceito de empreendedorismo. Neste caminho, evidenciam-se algumas contribuições da Economia Solidária, materializadas em uma compreensão plural de economia que, na reprodução dos empreendimentos, comporta, além do intercâmbio (trocas com o mercado), a redistribuição e a reciprocidade.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Associativismo e Economia Solidária.

Abstract:

This paper describes the Brazilian scenario of micro and small individual or associated companies. It contrasts this scenario with the concept of entrepreneurship used by the *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE*. Therefore, it makes a documental research on national database and texts of the online library of that institution. The data analysis shows a significant distance between the publicized development pattern, which is based on the canons of the typical Schumpeterian entrepreneur, and a precarious reality that fails to fulfill such assertions. The inconsistency between development model and entrepreneurship does not contribute to the promotion of small entrepreneurs and it requires a review of the concept of entrepreneurship. In this way, some contributions of the Solidarity Economy were shown. Those are materialized in a plural understanding of economics, which, in the reproduction of entrepreneurships, includes redistribution and reciprocity besides exchange (market exchange).

Keywords: Entrepreneurship. Partnership. Solidarity Economy.

Introdução

No mundo do trabalho, a década de 1970 caracteriza-se pelo início de uma crise que, até o final do século XX, transformará a configuração produtiva estabelecida até então. Mesmo que no Brasil não tenha ocorrido o pleno emprego, a crise do trabalho formal teve como consequência números significativos no que se refere às demissões, à precarização das relações de trabalho e

à seguridade social junto ao Estado, tendências intensificadas na década de 1990.¹

Diante de tais transformações, o novo século evidencia a emergência de um ator social pouco lembrado até o momento: os pequenos empreendedores. Na economia formal, *atualmente as*

¹ Só no ABC paulista, neste momento, foram eliminados 120 mil postos de trabalho. PAMPLONA, João Batista; ROMEIRO, Maria do Carmo. Desvendando o setor informal: relatos de uma experiência brasileira. *Revista da Associação Brasileira de Estudos do Trabalho*, v. 2, n. 1, 2002.

empresas com até 4 pessoas ocupadas são responsáveis por 83% do total;² na economia informal, 88% do total das empresas são chefiadas por trabalhadores por conta própria, somados a apenas 12% de propriedade de pequenos empregadores;³ e na economia solidária, 38,7% dos empreendimentos têm de 1 a 5 pessoas, números que somados com os empreendimentos que tem até 30 pessoas figuram 85% do total.⁴

A relevância destas iniciativas estaria na própria constituição do empreendimento, pois são fundados, em sua grande maioria, de maneira endógena na resolução de problemas locais, via força de trabalho. Contemplam ainda a ativação econômica de grupos que não estavam acessando o mercado laboral e a redução da dependência dos sistemas de proteção social públicos.⁵ Qualidade que legitima a necessidade dos governos investirem, junto a políticas de transferência de renda e distribuição de riqueza, em medidas de ativação econômica que promovam a criação de novos sujeitos empreendedores e potencialize os já existentes.

Os dados⁶ apontam para uma realidade difícil na qual as experiências compartilham de produção em pequena escala, de baixo nível de organização e divisão do trabalho, com predominância de setores tradicionais, escasso acesso a crédito, junto a grandes taxas de mortalidade, com exceção para pequenas empresas que tem o conhecimento como principal recurso, como por exemplo, os

empreendimentos de áreas relacionadas à tecnologia da informação. Diante desta realidade, as pesquisas acadêmicas, concentradas em sua maioria, nas áreas de *marketing* e administração, estabelecem como escopo de compreensão dos microempreendedores a capacidade de ampliação das trocas efetivadas junto ao mercado.

Em geral, o *medium* da capacidade empreendedora é estabelecido a partir das inovações realizadas, as quais gerariam lucros extraordinários. Neste sentido, operam nos estudos e nas políticas um padrão ideal (empreendedorismo de oportunidade) e um padrão marginal (empreendedorismo de necessidade) de empreendedorismo que desconhece tipos intermediários, híbridos, cuja existência é altamente presumível pelo simples fato de que os dois padrões não são incompatíveis e podem manifestar situações momentâneas, intercambiáveis, antes do que um estilo definitivo de ação econômica.⁷ Desta forma, torna-se central refletir sobre as concepções teóricas imersas nas políticas que trabalham atualmente com o microempreendedorismo no Brasil, buscando entender em que medida contemplam as necessidades manifestas pelos empreendimentos individuais e associativos.

Características das micro e pequenas empresas no Brasil

Como vimos nos parágrafos anteriores, as pequenas empresas constituem a maioria de iniciativas do complexo mundo do trabalho atual. Os dados das empresas formalizadas, do setor informal e da economia solidária confirmam a tendência ao micro e salientam características comuns a estes quadros que conceitualmente e em suas práticas diárias têm características diversas. Estas experiências compartilham a produção em pequena escala, o baixo nível de organização e divisão do trabalho, a similaridade dos mercados aos quais se inserem áreas comuns de atuação,

² IBGE. *Demografia das empresas 2005*. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2007. p. 15. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/demografiaempresa/2005/demopreempresa2005.pdf>>. Acesso em: 29 ago. 2008.

³ IBGE; SEBRAE. *Economia Informal Urbana 2003*. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/ecinf/2003/default.shtm>>. Acesso em: 29 ago. 2008.

⁴ UNISINOS. *Dados do Mapeamento Nacional da Economia Solidária*. São Leopoldo, 2007.

⁵ PORTELA, José et al. *Microempreendedorismo em Portugal: experiências e perspectivas*. Coimbra: POEFDS, 2008; GAIGER, Luiz Inácio; CORRÊA, Andressa. *A ativação econômica dos pobres como via de combate às desigualdades*. Texto apresentado no Congresso da ANPOCS, 2008.

⁶ IBGE, 2005; IBGE, 2003; UNISINOS, 2007; PASSOS, Carlos et al. *Empreendedorismo no Brasil 2007*. Curitiba: IBPQ, 2008.

⁷ GAIGER, Luiz Inácio; CORRÊA, Andressa da Silva. Considerações sobre os modelos de microempreendedorismo (resumo expandido). In: *VII Workshop Empresas, Empresários e Sociedade*. Florianópolis, 2010.

formas similares de captação de recursos e uma grande rotatividade nos mercados.

Nas indústrias formais, pouco menos da metade surge nos últimos cinco anos, representando 42,1% do total. Destas, 20% não sobreviveram no primeiro ano de vida; e depois de 8 anos, apenas 51,6% ainda continuam ativas.⁸ No mercado informal, salienta-se o aspecto relativo ao contexto local e aos limites de capital, pois 45% têm o domicílio como parte de sua prática laboral; 70% utilizam equipamentos e instalações próprios para desenvolver as atividades; 94% das empresas não utilizaram crédito nos últimos três meses anteriores à pesquisa (entre as que o fizeram, 58% recorreu a bancos públicos ou privados, 16% a fornecedores e 16% a amigos).⁹

No mapeamento nacional da Economia Solidária,¹⁰ os dados também revelam as dificuldades na garantia de boas condições de vida aos trabalhadores, pois 48% dos associados recebem menos que meio salário mínimo e somente 38% pagam as despesas e têm excedente. A forma de comercialização inclui, assim como nos outros contextos (informal/formal), o caráter local: 39,7% fazem entrega (dos produtos) direta ao cliente; 22,5% em feiras livres; e 16,4% em lojas próprias. Em relação ao crédito 52,3 % não tiveram acesso e 31,9% não buscaram crédito.¹¹

Outros dados importantes são manifestados pela pesquisa GEM,¹² a qual também deflagra um contexto difícil para os pequenos empreendedores. A investigação corrobora o caráter local, devido a

negócios de capital muito baixo,¹³ em que predominam as atividades pouco inovadoras¹⁴ e a falta de perspectivas expansionistas e de geração de emprego.¹⁵ Para este estudo, os principais motivos de entrave aos empreendimentos seriam as barreiras técnicas e institucionais, as características pouco inovadoras das atividades e o comportamento tradicional dos empreendedores.

Como podemos perceber, é consenso entre as investigações a descrição de uma realidade difícil, fundada quase que essencialmente na força de trabalho dos microempreendedores. A falta de clientes e a competitividade, em um mercado calcado nas grandes inovações tecnológicas, deixam estas experiências em situação de precariedade. Neste sentido, torna-se importante pensar alternativas de inserção econômica que possibilitem a reprodução das organizações e melhores condições de vida para os trabalhadores envolvidos.

O modelo SEBRAE de empreendedorismo

Objetivando compreender como o assunto é disseminado no Brasil e contribuir para o avanço teórico do conceito de empreendedorismo, empenha-se uma análise de documentos divulgados pelo SEBRAE. Esta instituição surge em 1972 e tem como principal objetivo conceber projetos que beneficiem às micro e pequenas empresas associativas ou individuais, contemplando serviços como a capacitação de funcionários, diminuição da carga tributária, pesquisa tecnológica, organização de feiras para comercialização, acesso a conhecimentos de gestão e auxílio nas questões burocráticas.

O recorte que delimitou o *corpus* de dados da pesquisa foi definido com o objetivo de caracterizar a concepção de empreendedorismo utilizada pelo SEBRAE. A instituição é escolhida por trabalhar

⁸ IBGE, 2007.

⁹ IBGE, 2005.

¹⁰ Para tal mapeamento, o Ministério do Trabalho considerou economia solidária: “o conjunto de atividades econômicas de produção, distribuição, consumo, poupança e crédito, organizadas sob a forma de autogestão”. Disponível em: <http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/ecosolidaria_oque.asp>. Vários acessos.

¹¹ UNISINOS, 2007.

¹² Diferentemente das outras pesquisas, esta tinha como objetivo perceber o comportamento empreendedor do povo brasileiro. Assim, entrevistou indivíduos que não estavam necessariamente envolvidos com empreendimentos reais.

¹³ Menos de R\$ 2.000,00 para empreendedores novos, sendo que 1/3 destes afirmam não necessitar de recurso algum para começar o negócio. PASSOS, 2008.

¹⁴ Salientam-se o setor de alimentos e venda de roupas no varejo, os quais são logo seguidos pelo setor de transformação. PASSOS, 2008.

¹⁵ 87% não têm expectativas de exportação e a maioria (54,9 para empreendimentos novos e 61,5% para os estabelecidos) dos empreendedores não têm expectativa de gerar empregos nos próximos 5 anos. PASSOS, 2008.

especificamente com os pequenos e microempreendimentos, caracterizando-se como a mais importante do país.

O material foi coletado entre maio de 2008 e janeiro de 2009 na biblioteca online do SEBRAE. Foram 20 textos selecionados, postados no site pela equipe da organização entre 2002 e 2008, a partir do filtro “empreendedor”. Experimentou-se ainda outros filtros, como empreendedorismo. Entretanto, os documentos obtidos fugiam da temática, configurando-se, em sua maioria, como relatos de experiência e textos técnicos.¹⁶ Ainda que utilizássemos o filtro, a biblioteca exibia mais de cem textos. Em decorrência disto, outros critérios empregados foram o título e o ano de postagem (de 2003 a 2009). Posteriormente, visando a delimitação do número de textos, utilizou-se o princípio de saturação das informações.

Os documentos tinham procedência predominantemente acadêmica e técnica. Seus autores estão envolvidos com as áreas de administração, economia, finanças ou *marketing*. Muitos dos documentos não possuem caráter científico, mas exortativo, tendo como objetivo convencer o leitor do caminho ideal a seguir, outros se referem a relatórios e pesquisas. Nossa análise admite estes diferentes papéis, e agrega ambos, por buscar perceber o que há de comum à totalidade dos textos, identificando o pano de fundo dos discursos.

Através de uma análise de conteúdo, foi possível identificar duas categorias centrais: o empreendedor e o empreendimento. Com relação ao empreendimento, as temáticas emergentes envolviam: planejamento econômico e financeiro, gestão estratégica, serviços de *marketing*, pesquisas de mercado, plano de negócios, descentralização das decisões, fomento da postura intraempreendedora, entre outros, os quais são

colocados como condições prévias ao desenvolvimento da atividade.

É necessário que haja uma boa pesquisa de mercado antes de se projetar o modelo de negócio. [...] Conhecido isso, parte – se para a definição do produto a ser disponibilizado para esse mercado. Nesta etapa, unem-se aos profissionais de Marketing todos aqueles que de certa forma colaboram para a criação do produto, tais como os designers, engenheiros, gerentes de produção, etc. O empreendedor deve procurar localizar seu negócio o mais próximo possível de seus clientes. É hora de pensar nos cargos, nas funções e em quem vai fazer o quê. No fim, o empreendedor estará apto a implantar seu negócio com maior segurança, visto que ele terá nas suas mãos os requisitos fundamentais de um empreendimento.¹⁷

Já os textos relacionados aos empreendedores centram-se nas **características comportamentais** dos indivíduos. Neste contexto, o empreendedor é concebido como um ser dotado de características superiores que o levam a perceber oportunidades de negócios que outros não percebem. Em geral, a partir dos padrões de inovação e mudança, salientam listas infindáveis sobre a personalidade empreendedora, das quais destacamos as palavras mais frequentes: busca oportunidades, tem iniciativa, corre riscos calculados, exige qualidade e eficiência, possui persistência, comprometimento, independência, autoconfiança, persuasão, busca informações, planeja, estabelece metas e constitui uma rede de contatos.

Em relação à motivação empreendedora, são consensuais nos textos as seguintes ideias: autorrealização, sucesso individual, ambição, prazer de vencer e vontade de alcançar o sucesso – “em geral, as pessoas que sonham em ter o seu próprio negócio são movidas pela ambição de ganhar muito

¹⁶ Com o filtro empreendedor, tínhamos na maioria dos textos, temáticas relacionadas ao perfil e a concepção de empreendedorismo, foco da nossa pesquisa, a qual era complementada por textos técnicos e relatos, que utilizamos na análise também. Diversidade que não era encontrada na utilização de outros filtros.

¹⁷ RICARTE, Marcos Antônio Chaves. *Empreendedor: O arquiteto dos negócios*. SEBRAE, 2003. p. 1-2. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/82A3968C3ABB54B803256D520059C405/\\$File/114_1_arquivo_arquiteto.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/82A3968C3ABB54B803256D520059C405/$File/114_1_arquivo_arquiteto.pdf)>. Acesso em: 14 maio 2008.

dinheiro e ser independentes. A simples idéia de estarem subordinadas a alguém as apavora”.¹⁸

Outro fator importante relacionado aos empreendedores é a classificação em empreendedores por *oportunidade* e empreendedores por *necessidade*, a qual é corrente em todos os documentos. Segundo o SEBRAE, o primeiro tipo seria categorizado como alguém que empreende por considerar este tipo de negócio uma alternativa lucrativa e seria dotado das características comportamentais mencionadas nos parágrafos anteriores. Já em relação ao segundo tipo, não enumeram características, a única peculiaridade seria a escolha de um negócio próprio calcada na falta de alternativas. Em geral, o empreendedorismo por necessidade é descrito como um padrão marginal ao primeiro:

No entanto, os dados continuam a revelar o lado sombrio de nosso alto índice de empreendedorismo, que coloca o país entre os dez mais empreendedores. Dos 7,5 milhões de brasileiros que empreendem, 41,6% não o fazem voluntariamente, mas por necessidade. Mesmo considerando-se a função social que esse contingente exerce, o fato de contarmos com um esforço produtivo tão elevado entre os indivíduos que se aventuram pela via da sobrevivência pode ser **uma das causas do baixo crescimento qualitativo de nossa economia**, na qual não acontecem as transformações no sentido schumpeteriano, da inovação e da ruptura com o existente. Não se criam como acontece com o empreendedor que explora novas oportunidades, utiliza tecnologias de ponta e vai em busca de mercados internacionais, as condições necessárias ao crescimento sustentável e à geração da efetiva riqueza nacional.¹⁹

Por fim, salienta-se que o SEBRAE coloca estes requisitos como passíveis de serem apropriados por todos que desejam empreender, salvo algumas exceções que ainda glorificam o talento. Em geral, os textos são superficiais e

poucos autores são apontados.²⁰ A informação que fica evidente é um padrão determinado de características individuais que se repete com pequenas variações de um autor para outro: *o empreendedor bem-sucedido é uma pessoa com características de personalidade e talento que **preenchem um padrão determinado**, o que o leva a agir de tal forma que alcança o sucesso, realiza os seus sonhos e atinge os seus objetivos.*²¹

Crítica ao modelo SEBRAE

Nos textos do SEBRAE, fica evidente o privilégio dado ao **empreendedor individual atomizado**, ao redor do qual são apontados como elementos centrais a inovação, as oportunidades e as características comportamentais. Estes elementos têm origem em Schumpeter, pois ele considera o empreendedor como o indivíduo promotor de inovações (novas formas de produção, abertura de mercados, descoberta de novas fontes de oferta de matérias primas, ou novas tecnologias), que gerariam desequilíbrios ao sistema, transformando o próprio mercado e impulsionando o desenvolvimento econômico.

Acresce-se ainda o caráter revolucionário diante dos padrões institucionais vigentes, a condição efêmera da condição empreendedora, junto a uma motivação de caráter individualista que se assemelha muito com as afirmações contidas nos textos do SEBRAE: “la voluntad de fundar un reino privado”, compreendendo desde a ambição ao esnobismo; “la voluntad de conquista”, caracterizada como “el impulso de luchar, de manifestarse como superior a los demás, de tener éxito por el éxito mismo”; e “el gozo creador, de hacer las cosas, o simplemente de ejercitar la energía y el ingenio”.²²

A concepção supracitada tem seus pressupostos básicos abrandados pelo SEBRAE quanto à inovação, pois a instituição considera também como empreendedor os indivíduos que incorporam mudanças adaptativas ao processo de

¹⁸ POMBO, Adriane Alvarenga da Rocha. *O que é ser empreendedor*. SEBRAE, 2003. p. 2. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/A2EEEAD6407D759003256D520059B1F8/\\$File/230_1_arquivo_seremp.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/A2EEEAD6407D759003256D520059B1F8/$File/230_1_arquivo_seremp.pdf)>. Acesso em: 14 maio 2008.

¹⁹ PASSOS, 2008, p. 8. Grifo nosso.

²⁰ Os textos mais técnicos apontam Schumpeter e alguns admitem a influência da psicologia comportamental.

²¹ POMBO, 2003, p. 3.

²² SCHUMPETER, Joseph. *Teoria del desenvolvimiento económico*. México: FCE, 1944. p. 143-144.

trabalho. Neste sentido, parece haver coerência em ressignificar o discurso, em certos aspectos, diante de um contexto diverso ao pronunciado por Schumpeter. Entretanto, efetivamente não há um esforço da instituição em buscar novos padrões empreendedores que caracterizem a realidade micro. Tanto nas colocações do autor quanto nos textos do SEBRAE, mantém-se o empreendedor como indivíduo atomizado, ignorando-se as posições sociais distintas e a dimensão conflitiva, excludente e, via de regra, predatória da economia concorrencial capitalista, bem como o fato de estar estruturada em relações de poder e em processos de dominação.

Em geral, a instituição entende o empreendedorismo como uma variável independente, sem considerar determinantes econômicos ou contextuais necessários ao seu desenvolvimento. Fatores encontrados nas análises da sociologia econômica focalizam o estudo do empreendedorismo considerando o ambiente político-institucional; o contexto social e cultural; e as redes de relacionamentos sociais (capital social). Neste emaranhado que relaciona Estado, mercado e organizações, pautam-se ainda considerações relativas aos diferentes interesses e valores dos indivíduos/coletivos envolvidos nas interações econômicas.²³ As pessoas não agem a partir de um padrão único, como professava a teoria neoclássica. Logo, um modelo de fomento responsável necessitaria incorporar os diferentes padrões culturais, considerando que as relações e as instituições influenciam as práticas empreendedoras.

Neste sentido, categorias como *empreendedorismo por oportunidade* e *empreendedorismo por necessidade* deveriam ser problematizadas. Pois, este último, sendo relegado a uma posição marginal e complementar, é palidamente compreendido, conformando uma dicotomia que desconhece os tipos intermediários. Os dois padrões de empreendedorismo, concebidos como altamente determinantes dos resultados do agir econômico,

são considerados como pilares do modelo explicativo. Contudo, eles se viabilizam e se expressam em contextos socialmente distintos. Seria mais razoável inverter a cadeia causal, entendendo tais padrões como resultantes de um conjunto específico de condições prévias – materiais, intelectuais, culturais e sociais – que condicionam a ação econômica. Os padrões de empreendedorismo passariam à condição de variáveis-desfecho, o que altera profundamente a compreensão do problema e a metodologia de promoção do empreendedorismo.²⁴

Assim, diante da maioria de empreendedores por necessidade, configura-se uma incoerência fomentar as experiências a partir de um padrão ideal, de caráter evolutivo, pouco existente na realidade. Potencializar as experiências a partir das lógicas já contidas nas iniciativas e de ativos já existentes em suas comunidades de trabalho que expressam características contextuais em mercados de caráter local, de atividades pouco inovadoras e com poucos recursos de capital, seria a forma mais orgânica de conceber tais políticas. Do contrário, a utópica garantia de sucesso a todos que seguirem os conselhos do SEBRAE terá como função principal produzir réplicas imperfeitas do modelo ideal.

O modelo SEBRAE à luz das contribuições da Economia Solidária

A definição de empreendimento econômico solidário designa coletivos de trabalhadores, constituídos pela livre associação, que se orientam a partir da organização democrática e da cooperação no trabalho. As iniciativas circundantes ao conceito comportariam ainda uma dimensão política, caracterizada pela inserção na esfera pública, e social, voltada à solução de problemas locais, que se articulariam pela supremacia autogerida da força de trabalho em busca de melhores condições de vida para os sujeitos envolvidos.

Em certa medida, trata-se de um conceito de caráter predominantemente operacional que se

²³ MARTINELLI, Alberto. O contexto do empreendedorismo. In: MARTES, Ana Cristina B. (Org.) *Redes e Sociologia Econômica*. São Carlos: UFSCar, 2009.

²⁴ GAIGER; Luiz Inácio; LAVILLE, Jean-Louis. Economia Solidária. In: CATTANI, Antonio David et al. (Orgs.). *Dicionário Internacional da Outra Economia*. Coimbra: Almedina, 2009.

locupleta quando imerso no marco teórico da Economia Solidária. Este vem sendo delineado a partir de modelos reprodutivos que comportam a ideia da solidariedade, através do compartilhamento de uma racionalidade vinculada a padrões de reciprocidade e à reprodução ampliada da vida, em contraposição a uma racionalidade utilitária, vinculada à reprodução ampliada do lucro.²⁵

A definição é oriunda de pesquisas empíricas compostas pelo estudo das estratégias reprodutivas das *unidades domésticas*,²⁶ de empreendimentos econômicos solidários e de suas instituições de apoio; de pesquisas históricas que retomam o movimento operário do século XIX, junto aos princípios cooperativistas e algumas iniciativas como as comunas; além de pressupostos teóricos relacionados às assertivas sobre diferentes tipos de racionalidade, encontradas em Weber, e a concepção de economia plural empenhada por Polanyi. Referenciais que variam sua importância de acordo com a filiação teórica dos estudiosos que trabalham com a temática.²⁷

A maioria dos autores atribui o germe destas iniciativas a experiências empenhadas junto à economia popular. Esta é caracterizada de forma controversa pelos autores,²⁸ mas tendo como elemento comum a mobilização da força de trabalho para lograr a sobrevivência da unidade doméstica. Neste sentido, pese diferenças relativas à forma de organização, há um contexto de necessidade e uma lógica predominantemente comum entre os empreendimentos associativos e as pequenas empresas individuais que caracterizam parte do setor informal e do setor formal. O que torna coerente buscar nas contribuições teóricas da Economia Solidária, elementos para empenhar uma revisão do padrão empreendedor empenhado pelo SEBRAE.

Como percebemos na sessão anterior, o modelo SEBRAE tem seu foco no indivíduo empreendedor focalizado no mercado. Entretanto, o “sucesso” de uma empresa nunca é dado de forma estritamente mercantil, mas compõe-se conjuntamente de subsídios estatais e de formas de cooperação com outros empresários. Neste sentido, o escopo teórico da economia solidária parece servir para complexificar a questão, pois Polanyi aponta que predomina uma leitura errônea, a qual considera como sinônimo de economia um modo específico de organização econômica – a economia de mercado. Em seus estudos, conclui que na produção da vida três padrões de interação são articulados: a redistribuição, o intercâmbio e a reciprocidade; para os quais são referidos três padrões institucionais, respectivamente, centralidade, mercado e simetria.²⁹

Quando se retoma as estratégias relativas ao empreendimento definidas pelo SEBRAE à luz das contribuições de Polanyi, percebe-se que a reprodução do empreendimento nesta instituição engloba somente as trocas com o mercado (*marketing*, contabilidade, plano de negócios, etc.). Não são consideradas a importância de parcerias com outros microempreendedores ou com entidades da sociedade civil, além de ações de caráter redistributivo – lutas por políticas públicas, preferências em editais, etc. Em uma pesquisa relativa ao microempreendedorismo associativo,³⁰ concluiu-se que a utilização dos diferentes princípios de integração econômica é central no sucesso das organizações. Os empreendimentos econômicos solidários em expansão mantinham um equilíbrio entre o vetor solidário e o vetor empreendedor, pautando o fortalecimento os laços recíprocos – internamente (por conformarem uma coesão e comprometimento interno) e externamente (para manutenção de parcerias comerciais e de formação e promoção das

²⁵ CORAGGIO, José Luiz. Una perspectiva alternativa para la economía. In: CORAGGIO, José Luiz (Org.). *La economía social desde la periferia: contribuciones latinoamericanas*. Buenos Aires: Altamira, 2007. p. 172.

²⁶ Concepção de CORAGGIO, 2007.

²⁷ Dentre estes, destacamos Paul Singer, José Luiz Coraggio, Luiz Inácio Gaiger, Jean-Louis Laville e Luiz Razzeto.

²⁸ TIRIBA, Lia; ICAZA, Ana Mercedes Sarria. Economia Popular. In: CATTANI, Antonio David et al. (Orgs.). *Dicionário Internacional da Outra Economia*. Coimbra: Almedina, 2009.

²⁹ LAVILLE, Jean-Louis. Economia Plural. In: CATTANI, Antonio David et al. (Orgs.). *Dicionário Internacional da Outra Economia*. Coimbra: Almedina, 2009.

³⁰ CORREA, Andressa; GAIGER, Luiz Inácio. O diferencial associativo do empreendedorismo solidário. In: *II Seminário de Sociologia e Política da UFPR*. Curitiba: UFPR, 2010.

atividades); o apoio de políticas estatais; e as trocas com o mercado.

Quanto à centralidade no aspecto individual, considera-se útil retomá-la quando considerado o caráter contextual e relacional na formação do líder, ator de grande importância para a manutenção de qualquer organização. Entretanto, advoga-se a importância de expandir a análise do empreendedorismo individual, através da incorporação do conceito de *comunidade de trabalho*. Nesta, o caráter individual do empreendedor só é compreendido a partir do conjunto de atores envolvidos no empreendimento (família nas organizações individuais e associados nos empreendimentos associativos), nos quais, na maioria das vezes, logra-se a condição empreendedora somente diante de decisões coletivas. Quanto às características comportamentais dos empreendedores, corrobora-se quanto à necessidade de propensão a mudança, pois o trabalho em Empreendimentos Econômicos Solidários exige que todos, pelo menos em certa medida, cambiem seus hábitos de trabalho, caracterizados, em sua grande maioria, por experiências anteriores de subordinação.

Em contrapartida, advoga-se cuidado em relação às motivações psicológicas elencadas por Schumpeter, utilizadas descomedidamente pelo SEBRAE. Considera-se que, além do caráter especulativo evidenciado pelo próprio autor, é um despropósito utilizá-las diante das contribuições de Weber, que descreve a existência de uma racionalidade formal, sustentada pelo cálculo, e de uma racionalidade substantiva, ligada a valores; de um tipo de ação econômica denominada *oekonomia* (economia doméstica) e outra *kbrematistike* (geração de lucros). Do mesmo modo, essa separação pode ser percebida na concepção deste autor com relação à ação econômica, a qual estaria relacionada à satisfação do desejo de utilidade, admitindo, neste último, tanto a maximização do lucro, quanto a satisfação de necessidades.³¹ Assim, diante de

diferentes lógicas possíveis para empenhar ações econômicas, não procede traçar uma asserção de causalidade entre motivações de marca individualista e as propriedades empreendedoras. Além disso, a análise de Empreendimentos Econômicos Solidários demonstra que a hipótese não procede, dado que muitos dos empreendimentos em expansão não comportam lógicas de caráter individualista.

Em relação à centralidade das inovações no processo de desenvolvimento, entende-se que a tese deve ser considerada, entretanto, a partir de uma concepção plural de economia. Logo, torna-se coerente ampliar o conceito, admitindo criações nas relações de troca (mercado), de reciprocidade (simetria) e de redistribuição (mercado). Neste escopo, considera-se também aspectos relativos à intercooperação, tecnologias sociais, luta por reconhecimento, atuação no espaço público, demanda por políticas públicas, principalmente quando combinem ativos não reunidos anteriormente, propiciando benefícios aos empreendimentos, sem lesar a sociedade.

Em suma, estas contribuições chamam a atenção para a necessidade de entender as motivações dos atores e a pluralidade das relações econômicas estabelecidas na provisão da vida. Em Polanyi, complexifica-se o modelo de análise da economia; em Weber, admite-se que a motivação dos atores podem partir de premissas distintas, como *tipo-ideal* que também admite pluralidade, diferenciando-se da abordagem da teoria racional. Logo, conclui-se três orientações que auxiliam a produzir referenciais mais coerentes com a realidade brasileira dos microempreendedores: a) considerar os três padrões de interação econômica (reciprocidade, intercâmbio e redistribuição) na análise dos empreendimentos econômicos solidários (EES); b) atentar para a inovação igualmente em relação aos três padrões de interação econômica (reciprocidade, intercâmbio e redistribuição); c) admitir que as motivações dos atores podem pautar-se tanto pela *oekonomia* (economia doméstica) quanto pela *kbrematistike* (geração de lucros), não sendo assim, pré-

³¹ SWEDBERG, Richard. *Max Weber e a idéia de sociologia econômica*. Rio de Janeiro: UFRJ; São Paulo: Beca, 2005; WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Brasília: Unb, 2004.

determinadas por ensejos de caráter essencialmente privado.

Neste sentido, considera-se incoerente um modelo de empreendedorismo fechado, através da construção de padrões ideais ou marginais, que negam as peculiaridades das realidades em relação às quais são adotados e ainda, negligenciam a possibilidade de diferentes racionalidades empenhadas na ação econômica. Assim, recupera-se a hipótese da existência de vários tipos de empreendedorismo, contrapondo-os à dicotomia empenhada pela instituição que desconsidera padrões híbridos. Como nos afirma Portela, ao trazer os resultados de sua pesquisa,³² “o microempreendedorismo que foi observado, escutado e inquirido in loco, por todo o país [Portugal] e junto a unidades informais, microempresas e organizações apoiantes, revelou-se muito diverso, mutável e sobreposto. Numa palavra, complexo”.³³

[Recebido em: setembro 2010 e
aceito em: outubro 2010]

³² A pesquisa sobre microempreendedorismo realizada pelo autor abrangeu todo o território português, contando com uma mostra de 70 empreendimentos, dos quais foram escolhidos 12 para estudos de caso. Outro fator importante é a diversidade das iniciativas econômicas (coletivas ou individuais, pautadas na tecnologia e no capital ou na força de trabalho, bens e mal sucedidos) e as entrevistas a quinze organizações nacionais e 12 internacionais que tratavam sobre o tema.

³³ PORTELA, 2008, p. 232.