

Director
Rogério Roque Amaro

Conselho de Redacção
Carlos Ribeiro
David Marques
Ilídio Mesquita
Júlio Ricardo
Maria do Carmo Bica

Edição e Imagem
António Barata

Propriedade do Título
Animar - Associação Portuguesa
para o Desenvolvimento Local

Distribuição
Animar

Correspondência
Rua Antero de Quental
Edifício Ninho de Empresas
Bairro Olival de Fora
2625-640 VIALONGA
Telef.: 21 952 60 12 / 21 952 74 57
Fax: 21 952 60 12
E-mail: animar@animar-dl.pt
Http: www.animar-dl.pt

ISSN: 1646-852X

Revisão: Gabinete Animar

Impressão
Tondelgráfica
Rua Dr. Abel Lacerda
3460-573 TONDELA

Revista de distribuição gratuita
aos Associados da Animar

Tiragem: 1.000 exemplares

A opiniões expressas nos artigos são
da exclusiva responsabilidade
dos autores

SUMÁRIO

5 Editorial - *Políticas activas de emprego
e empreendedorismo social*
Carlos Ribeiro

7 Cooperação e vínculos em Arranjos
Produtivos Locais: o caso do artesanato
em madeira de Juazeiro do Norte - CE
Paulo Tersio de Oliveira
Rosemary de Matos Cordeiro
Christiane Luci Bezerra Alves

49 Empreendedorismo: a experiência
do Monte, ACE no Alentejo Central
Marta Alter
João Antunes

57 A Importância do Empreendedorismo
João Pedro

57 Empreendedorismo como desafio e solução
Carlos Ribeiro

88 NOTÍCIAS BIBLIOGRÁFICAS

92 ESTATUTO EDITORIAL

93 NORMAS DE PUBLICAÇÃO

Políticas activas de emprego e empreendedorismo social

O esforço para agir na situação do desemprego em Portugal tem-se intensificado nos últimos tempos. A estratégia face à crise tem passado, em primeiro lugar, pelas políticas em torno do emprego e no combate a um aumento drástico do desemprego. A principal expectativa está do lado da economia, que cresça nos próximos meses e que por essa via surjam novas necessidades de mão-de-obra para os empregadores que se traduzam em novas oportunidades para os trabalhadores assalariados. De qualquer forma, a par desse desejo de crescimento económico, têm surgido na praça pública iniciativas governamentais para incentivar a contratação de jovens e ainda várias medidas de protecção social ao emprego com efeitos nem sempre imediatos.

A dúvida reside na sua eficácia, sabendo-se que o contingente de desempregados integra um elevadíssimo número de trabalhadores com baixos níveis de qualificação e com dificuldades acrescidas de adaptação a novos postos de trabalho. Trata-se portanto de equacionar a questão na sua dimensão mais estrutural e sendo assim, também do lado das soluções, apresentar outras que as meramente circunstanciais e pontuais.

Numa abordagem em maior profundidade importa estabelecer uma relação fundamental entre as políticas activas de emprego e o empreendedorismo social.

— |

— |

Não é mais possível, nas actuais condições económicas e sociais, reduzir as alternativas de prestação de trabalho ao emprego por conta de outrem. Do lado da procura têm que ser equacionadas soluções mitigadas, de composição diferenciada que se podem traduzir em fórmulas de responsabilização profissional intermédias comparando-as com as de base empresarial. De qualquer forma a aceitação de percursos profissionais mais erráticos deve ter do lado da oferta um campo de soluções muito mais amplo que faça apelo a uma maior autonomia e a um espírito empreendedor mais intenso.

É neste contexto que as Oficinas para a Empregabilidade e o Empreendedorismo que a Animar dinamizou nos últimos tempos em parceria com vários dos seus associados adquirem uma nova importância por fornecerem um sinal inequívoco de aposta numa maior diversidade de soluções e numa maior responsabilização das associações de desenvolvimento local na definição de alternativas às políticas de emprego unilaterais na sua aplicação e nos seus horizontes.

Combinar de forma inovadora e combativa as políticas activas de emprego com a empreendedorismo social eis um desafio para os próximos tempos que a Animar aceitará de bom grado por sentir que pode contribuir para um desenvolvimento mais sustentável e mais solidário.

Carlos Ribeiro

*Director da Animar para a Informação e Comunicação
Presidente da ANOP – Associação Nacional de Oficinas de Projecto*

Cooperação e vínculos em Arranjos Produtivos Locais: o caso do artesanato em madeira de Juazeiro do Norte - CE

*Paulo Tersio de Oliveira**

*Rosemary de Matos Cordeiro***

*Christiane Luci Bezerra Alves****

Palavras-chave: Arranjo produtivo local, artesanato de madeira, cooperação

* *Graduado em Ciências Econômicas. Universidade Regional do Cariri - URCA.*

** *Mestre em Economia pelo CAEN, Universidade Federal do Ceará - UFC. Professora Adjunta do Departamento de Economia da Universidade Regional do Cariri - URCA.*

*** *Mestre em Economia pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Professora Adjunta do Departamento de Economia da Universidade Regional do Cariri - URCA.*

Rua Cícero Pinheiro, 245, Pimenta, Crato-CE, 63105-160, (88) 9964-1969, christluci@gmail.com

RESUMO

De acordo com as discussões que enfatizam as estratégias de desenvolvimento regional, as micros, pequenas e médias empresas podem beneficiar das mesmas economias que beneficiam as grandes através da proximidade geográfica. A estratégia de desenvolvimento baseada em arranjos e sistemas produtivos locais, nos últimos anos, tem sido a saída para micros e pequenas empresas vencerem as dificuldades e se tornarem mais competitivas. Dentre as várias opções de desenvolvimento, o setor artesanal no Brasil apresenta-se com grande representatividade, gerando emprego e renda para cerca de 8,5 milhões de pessoas. O artesanato é atualmente considerado um instrumento estratégico de desenvolvimento regional por atingir parcelas significativas da população e ter um custo de investimento relativamente baixo. Neste sentido, o presente trabalho objectivou observar o artesanato em madeira da cidade de Juazeiro do Norte sob a perspectiva de um arranjo produtivo local. Para isto, realizaram-se pesquisas bibliográficas; aplicação de questionários; e, análise tabular e descritiva dos dados. Os resultados da pesquisa mostraram que os artesãos entrevistados necessitam de apoio para melhoria da infraestrutura do ambiente de trabalho e para a divulgação de seus produtos, visto que a falta de escoamento da produção constitui-se num dos principais problemas enfrentados por eles. A pesquisa também mostrou a existência de elementos comuns ao surgimento de arranjos produtivos locais, mesmo que de forma incipiente.

ABSTRACT

According to the discussions that focus on regional development strategies, micro, small businesses can benefit from the same economies that benefit large businesses by geographic proximity. The tactic-based development arrangements and local production in recent years has been an outlet for micro and small businesses overcome difficulties and become more competitive. Among the various development options, the artisanal sector in Brazil is presented with a large representation, generating jobs and income for about 8.5 million people. The craft is currently considered a strategic tool for regional development by achieving signifi-

cant portions of the population and have an investment cost relatively low. In this sense, this work aims to investigate the wood craft of the city of Juazeiro do Norte-CE from the perspective of a local cluster. For this, there were literature searches, questionnaires, and tabular and descriptive analysis of data. The survey results showed that the craftsmen interviewed need support to improve the infrastructure and working environment for the dissemination of their products, since the lack of product flow is in one of the main problems faced by them. The survey also showed the existence of elements common to the emergence of local clusters, even in infancy.

RÉSUMÉ

Selon les discussions qui portent sur les stratégies régionales de développement, les micro, petites et moyennes entreprises peuvent bénéficier des mêmes économies qui profitent aux grandes entreprises par la proximité géographique. La tactique à base de modalités de développement et la production locale de ces dernières années a été un débouché pour les micro et petites entreprises à surmonter les difficultés et à devenir plus compétitifs. Parmi les différentes options de développement, le secteur artisanal au Brésil est présenté avec une large représentation, la création d'emplois et de revenus pour environ 8,5 millions de personnes. L'engin est actuellement considéré comme un outil stratégique pour le développement régional par la réalisation d'importantes parties de la population et ont un coût d'investissement relativement faible. En ce sens, ce travail vise à enquêter sur les bateaux de bois de la ville de Juazeiro do Norte-CE dans la perspective d'un cluster local. Pour cela, il ya eu des recherches documentaires, des questionnaires et des tableaux et l'analyse descriptive des données. Les résultats du sondage ont montré que les artisans interrogés besoin de soutien pour améliorer l'infrastructure et environnement de travail pour la diffusion de leurs produits, car l'absence de flux de produit est l'un des principaux problèmes rencontrés par ces derniers. L'enquête a également montré l'existence d'éléments communs à l'émergence de groupements locaux, même dans l'enfance.

1 - INTRODUÇÃO

As últimas décadas do século XX são marcadas por transformações que têm profundos reflexos, em nível global, na dinâmica da economia mundial, onde se destacam a ruptura com a rigidez taylorista-fordista e a emergência de regimes de acumulação flexível, com conseqüentes alterações nos padrões organizacionais e na forma de gestão da força de trabalho; novos padrões de tecnologia, a partir do ambiente da terceira revolução científico-tecnológica. No campo institucional e político, generalizam-se práticas e receituários de orientação neoliberal, nos quais se destacam os processos de liberalização comercial e financeira, que influenciam largamente decisões de internacionalização da produção e dos mercados.

No novo contexto produtivo e tecnológico, o mercado consumidor tornou-se instável e individualizado, demandando a produção de bens de formas mais variadas possíveis, de acordo com gostos específicos, requerendo também a produção de pequenas séries e a renovação frequente de produtos. Neste ambiente de mudança tecnológica, os equipamentos tornaram-se rapidamente obsoletos, sendo necessária a sua renovação acelerada (HELAL, 2006).

A nível nacional, a partir dos anos 1980, o Estado perde a capacidade de intervenção, característica até então do modelo de desenvolvimento brasileiro e passa-se a observar, junto com a desestruturação do sector público, o esvaziamento de políticas setoriais (agrícolas, industriais, científico-tecnológicas, regionais etc.).

O cenário de globalização, as mudanças no padrão tecnológico-industrial, a necessidade de um processo de ajuste às condições impostas pela concorrência internacional, pós abertura comercial e financeira dos anos 1990, marcado pela reestruturação produtiva, também influenciam no reordenamento do espaço industrial brasileiro. Face à crise e incapacidade do Estado nacional de conduzir um novo modelo de desenvolvimento, a intervenção planejada dá lugar, na década de 1990, a um quadro de forte guerra fiscal entre os estados, envolvendo programas de atração de investimento com a concessão de incentivos fiscais e financeiros, fomentados por programas de desenvolvimento, agora estaduais. Passa-se a identi-

ficar, portanto, novos movimentos de migração de indústrias, principalmente do Sul e Sudeste para a região Nordeste, que além dos incentivos estaduais, beneficiam-se de outras vantagens locais, como maior proximidade da região com o mercado consumidor internacional, o que influencia na redução dos custos de transporte e ainda de uma abundante mão-de-obra barata.

Ao mesmo tempo, valorizam-se os espaços e estratégias de actuação local, o que coloca em cena a importância de pequenos produtores e seu consequente papel na perspectiva de desenvolvimento regional. Neste contexto, o fenómeno dos aglomerados industriais com base nas pequenas e médias empresas ganha amplitude e força e possibilita o surgimento de um novo arranjo produtivo que articula uma especialização flexível, ao possibilitar uma rápida resposta às flutuações de demanda, tanto qualitativa como quantitativa, para gerar capacitações tecnológicas endógenas que facilitassem o processo contínuo de inovação (SCHIMITZ, 1994, *apud* PALHANO, 2000).

Diante das dificuldades de reorganização das grandes empresas, principalmente pelas suas estruturas rígidas e verticalizadas, verifica-se a abertura de oportunidades para que conjuntos integrados de pequenas empresas que se adequaram mais facilmente às novas exigências despontassem como alternativas de desenvolvimento, apresentando características que foram fundamentais nesse novo contexto, como flexibilidade, economias de escopo, cooperação inter-firmas, estrutura menos hierárquica e uma maior especialização (LEMOS, 2003).

Dentre as várias abordagens e estratégias de desenvolvimento que surgiram a partir do esgotamento do modelo fordista de produção, destacam--se, como mais emblemáticas, os conceitos de distritos industriais, *milieu innovateur* (ambiente inovador), *cluster* e arranjo ou sistema produtivo e inovativo local, que enfatizam o papel das aglomerações produtivas e a cooperação entre agentes, sendo também determinantes da dinâmica local.

A estratégia de desenvolvimento baseada em Arranjos Produtivos Locais (APLs) (que será objeto do nosso estudo) ou Sistemas Produtivos e Inovativos Locais (SPILs) tem sido uma das formas encontradas pelas empresas para vencerem as dificuldades e ultrapassarem as barreiras ao

crescimento e se tornarem mais competitivas. De acordo com a RedeSist¹ sistemas produtivos e inovativos locais são aglomerações produtivas especializadas de ‘tipo ideal’, com uma forte capacidade endógena de causar inovação; e arranjos produtivos locais são parte de sistemas ainda não constituídos (ALBAGLI; BRITO; *apud* SANTOS, 2005).

No Brasil inúmeros estados e municípios já adotaram, de uma maneira ou de outra, a estratégia de desenvolvimento de arranjos ou sistemas produtivos locais focados nas micros e pequenas empresas. No Ceará, o governo vem tentando identificar focos de desenvolvimento local; várias aglomerações de micro e pequenas empresas já foram localizadas, muitas delas formadas de maneira auto-organizada, isto é, sem a intervenção e fomento do poder público (AMARAL FILHO *et al* 2002). Dentre as várias opções de desenvolvimento local existentes, verifica-se a presença do sector de artesanato com grande representatividade, espalhado por todos estados do Brasil.

A produção de artesanato no Ceará encontra-se disseminada por muitas cidades, sendo uma das mais diversificadas do país. Algumas cidades pequenas têm no artesanato seu principal meio de subsistência. Dentre os arranjos produtivos locais já identificados e estudados no estado no sector de artesanato, estão o de Itaíçaba, que produz artesanato de palha; o de Irauçuba que produz artesanato (bordados); o de Aracati que produz artesanato, etc. (AMARAL FILHO, *et al* 2002).

A microregião do Cariri cearense tem uma tradição muito forte, e o seu artesanato possui uma diversidade de tipologias bastante peculiares, sendo exportado para diversos países. Os artesãos da microregião do Cariri estão distribuídos por várias cidades da região e encontram-se agrupados em associações que trabalham com couro, renda, cerâmica, madeira, barro, gesso, palha, etc. Dentre as cidades do Cariri que produzem artesanato, Juazeiro do Norte apresenta-se como a mais representativa, ou seja, é onde está localizado o maior número de associações que produzem os mais variados produtos (www.cariri.org.br, 2007).

¹ RedeSist - Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais – é uma rede de pesquisa interdisciplinar, formalizada desde 1997, sediada no Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, e que conta com a participação de várias universidades e institutos de pesquisa no Brasil, além de manter parcerias com outras instituições no exterior (CASSIOLATO; LASTRES, 2003, *apud* GUIMARÃES, 2005).

Este trabalho tem como objetivo principal observar a produção do artesanato em madeira na cidade de Juazeiro do Norte sob a perspectiva de um arranjo produtivo local, procurando: identificar as características de sua produção; observar o grau de interação e cooperação entre os produtores; identificar as principais parcerias presentes no sector.

Para a consecução dos objetivos, foi realizada pesquisa de campo, com a aplicação de questionário adaptado da RedeSist². Destaca-se que nem mesmo os órgãos de fomento ao artesanato (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas - Sebrae e Centro de Artesanato do Ceará - Ceart) sabem ao certo o universo total de artesãos da tipologia madeira na cidade de Juazeiro do Norte. De acordo com artesãos locais, existem atualmente em Juazeiro entre 130 e 150 artesãos escultores em madeira que utilizam principalmente a umburana como matéria-prima para desenvolver seus trabalhos. A maioria destes trabalham de forma individual, sem vínculo com associações ou cooperativas, não aparecendo em cadastros oficiais.

Somente no Centro de Cultura Popular Mestre Noza, onde funciona a Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, é que os artesãos estão aglomerados em um espaço único, trabalhando de forma interdependente. Inaugurada em 1984, essa associação, cujo nome fantasia é Associação dos Artesãos do Padre Cícero, reúne os artistas da microregião do Cariri, com cerca de 130 artesãos cadastrados, os quais utilizam além da madeira, barro, palha, flandres, vidro, etc. Do total, 80% da produção é originária da madeira como matéria-prima principal. Trabalhando com a tipologia madeira constam no cadastro atualizado da associação apenas 43 artesãos, dos quais foram entrevistados 32³. Foram aplicados questionários no período de dez/2008 e jan/2009.

² O questionário aplicado encontra-se disponível em Oliveira (2009).

³ Os demais artesãos não foram localizados devido a problemas relacionados à localização, pois, mesmo cadastrados na associação estes continuam trabalhando em suas residências, que pode ser na cidade ou na região do Cariri. Outro fator que dificultou a aplicação dos questionários foi a desatualização do cadastro dos artesãos junto à associação da qual são membros.

2 - ARRANJOS OU SISTEMAS PRODUTIVOS E INOVATIVOS LOCAIS: NOTAS TEÓRICAS

O termo Arranjo Produtivo Local (APL) ganhou importância nos últimos anos, como estratégia para o desenvolvimento económico e social de uma região (SANTOS, 2005). A literatura económica tem diferenciado os conceitos de Arranjos Produtivos Locais (APLs) de Sistemas Produtivos e Inovativos Locais (SPILs). De acordo com a RedeSist, Sistemas Produtivos e Inovativos Locais designa “conjuntos de actores económicos, políticos e sociais, localizados em um mesmo território, com foco em um conjunto específico de atividades económicas e que apresentam interação, cooperação e aprendizagem, os quais são fundamentais para a geração e mobilização de capacitações produtivas e inovativas” e Arranjos Produtivos Locais designa “aqueles casos fragmentados e que não apresentam significativa articulação entre os autores e que, assim, não podem se caracterizar como sistemas” (LASTRES, CASSIOLATO, CAMPOS, 2006, p.23).

Na caracterização desses conceitos, estabelece-se uma hierarquia baseada em uma noção evolutiva do desempenho competitivo das aglomerações – de arranjos a sistemas – buscando ampliar a definição do objecto de análise, com inclusão de diversas realidades com foco no caso brasileiro. A adoção dos termos arranjos e sistemas permitem que a análise empírica e a formulação e implementação de políticas de promoção da inovação e do desenvolvimento local se direcione também para os arranjos que apresentem fragilidade em suas articulações produtivas (LEMOS, 2003). Deste modo, um APL é considerado:

Qualquer forma de aglomeração produtiva territorial, cuja dinâmica e desempenho não apresentam elementos suficientes de interação e que, por meio de articulação de seus actores e da aplicação de instrumentos adequados, possam construir e reforçar processos de aprendizados, cooperação e inovação visando se tornar sistemas produtivos e inovativos locais (LEMOS, 2003, p.81).

Segundo Borin (2006), um ponto central para a concepção de um arranjo é a presença de um aglomerado de empresas em um território, assim como a presença de uma coordenação voltada para este arranjo e de alguma forma de relação inter-empresa. O autor também destaca os

elementos estruturantes comuns que são fundamentais para o desenvolvimento de um arranjo produtivo, qual seja: a coordenação institucional, a cooperação, a inovação, a aprendizagem, a competitividade e o território.

Para Lastres (2004), os SPILs também podem incluir empresas (prestadoras de serviços, fornecedoras de equipamentos e insumos, produtoras de bens e serviços finais, comercializadoras, clientes, entre outros); cooperativas, associações e representações; além de outras instituições públicas e privadas que são voltadas à formação e treinamento de recursos humanos, promoção, financiamento, desenvolvimento e engenharia, informação e pesquisa.

Desta forma, o desenvolvimento dos sistemas e arranjos produtivos locais é mais adequado a ambientes propícios à interação, à cooperação e à confiança entre os actores. O processo de conformação e consolidação encontra-se geralmente associado a trajetórias históricas de construção de identidades e de formação de vínculos territoriais (regionais e locais), a partir de uma base social, cultural, política e económica comum (SANTOS, 2005). Estes vínculos territoriais estão intimamente ligados à proximidade geográfica e levam ao compartilhamento de visões e valores económicos, culturais e sociais, formando assim, fonte de dinamismo local, bem como, vantagens competitivas em relação a outras regiões (REDESIST, 2005, *apud* PEIXOTO, 2005).

Assim, o ambiente regional e local não é constituído somente em delimitação geográfica, mas também de uma unidade própria de análise que condiciona desempenho competitivo e inovativo de empresas articuladas em forma de arranjos e sistemas produtivos (VARGAS, 2002, *apud* PEIXOTO 2005).

A nomenclatura de APLs vem sendo utilizada principalmente em países em desenvolvimento, já que nesses países geralmente são encontrados desde arranjos e sistemas de inovação complexos, até aqueles onde há uma integração mais rudimentar. O argumento básico do enfoque conceitual e analítico adotado pela RedeSist, é que “onde houver produção de qualquer bem ou serviço, haverá sempre um sistema em torno da mesma, envolvendo atividades e actores relacionados desde a aquisição de matérias-primas, máquinas e demais insumos até a sua comercialização” (LASTRES, CASSIOLATO, CAMPOS, 2006, p.23).

Faz-se necessário destacar que o ambiente político, económico, institucional e cultural onde se formaram as aglomerações de micro e pequenas empresas no Brasil é diferente do ambiente da formação das aglomerações internacionais, como por exemplo, a ‘terceira Itália’. Uma vez que, no Brasil, o número elevado de empresas informais e de natureza difusa constitui um factor desafiador para as políticas de apoio voltadas para o desenvolvimento local, baseadas nas micro e pequenas empresas. Sendo assim, é recomendável a constituição de categorias apropriadas, adaptadas a realidade brasileira, já que os *clusters* americanos e os tecnopólos de países industrializados parecem ser sofisticados demais para servir de referências ‘puras’ de estratégias de desenvolvimento local (BORIN, 2006).

No Brasil, após um período de tentativas de transposição descuidadas em torno de algumas noções, pesquisadores e formuladores de políticas parecem ter evoluído para uma tropicalização do conceito ou da estratégia, fixando-se em torno da noção de Arranjos Produtivos Locais – APLs. Isso revela, em certo sentido, que as aglomerações brasileiras de MPMEs ainda se encontram em estágios relativamente baixos de interdependência, entre as próprias empresas e entre as empresas e as instituições de apoio (AMARAL FILHO, 2002, P.7).

De acordo com Terra (2006, *apud* BORIN, 2006), o conceito de APL foi criado no Brasil para difundir iniciativas com recortes regionais e locais em função da diversidade do país. Este conceito atualmente, segundo o autor, já está incorporado às iniciativas da sociedade brasileira, o que vem contribuindo para que os planejamientos estratégicos e as acções voltadas ao desenvolvimento sejam promovidos por meio das instituições locais.

Os estudos realizados pela RedeSist em vários locais do Brasil verificaram que a proximidade entre empresas e organizações tem sido de vital importância para o aproveitamento das sinergias geradas pela interacção, e desta forma, tem ajudado as micro e pequenas empresas a vencer as dificuldades e ultrapassar as barreiras ao crescimento, tornando-as mais competitivas (BRAGA, 2005).

Desta forma, segundo Cassiolato e Lastres (1999; 2003, *apud* GUIMARÃES, 2005, p.23).

Mesmo localizadas em países periféricos com toda fragilidade inerente (políticas, sociais, macroeconômica, institucionais, infra-estrutura, financiamento), as MPME que interagem em seus sistemas produtivos e inovativos tornam-se mais inovativas, melhoram o seu desempenho competitivo e obtêm maiores chances de sobrevivência e desenvolvimento através da criação de vantagens competitivas duradoura.

Para Vargas (2002, *apud* STALLIVIERI, 2004), o aumento da interdependência entre os actores, como estímulo da competitividade local, leva a especialização, num espaço socioeconómico comum, gerando capacitações em nível da firma, permitindo que ela e outros agentes com os quais interage, possam competir num mundo cada vez mais globalizado. Portanto, de acordo com o autor, as empresas que se articulam em arranjos e sistemas produtivos locais podem ampliar sua capacidade de geração, difusão e utilização de novos conhecimentos, em um processo que excede a firma individual e depende da contínua interação entre os agentes locais.

3 - CARACTERIZAÇÃO DO TERRITÓRIO

O município de Juazeiro do Norte está localizado na Região Cariri – Centro Sul do estado do Ceará. Possui uma área total de 248,55 km², contrastando com os 148.825,60 km² do estado. Segundo estimativa do IBGE, em 2006 a população era de 240.638 habitantes. Em 2000, a taxa de urbanização⁴ foi de 95, 33%. O município está a 570 km de distância da capital Fortaleza (IPECE, 2007).

De acordo com o IPECE, o PIB total de Juazeiro do Norte somava, em 2006⁵, R\$ 1.098.232, enquanto que o Estado apresentava no mesmo período um PIB total de R\$ 46.309.884. Isso indica um PIB per capita de R\$ 4.564 para Juazeiro e R\$ 5.636 para o Ceará.

Vale ressaltar que Juazeiro do Norte se destaca como pólo de desenvolvimento para os demais municípios da região do Cariri. Tem no sector de serviços sua sustentação económica, o qual contribui em 2006 com

⁴ Fonte: IBGE – Censos Demográficos 1991/2000.

⁵ Em milhões de reais.

79,83% do PIB, enquanto indústria e agropecuária contribuem com 19,6% e 0,57%, respectivamente (IPECE, 2008). Juazeiro também é considerado um pólo produtor de artesanato⁶.

4 - IDENTIFICAÇÃO DO ARRANJO E CARACTERIZAÇÃO DOS PRODUTORES

O município de Juazeiro do Norte é pólo económico e religioso da região do Cariri. Com tendência espontânea ao turismo religioso, devido à peregrinação de romeiros em culto ao Padre Cícero. Existem no município alguns arranjos produtivos já catalogados, como de jóias folheadas, turismo religioso, calçados, etc., os quais têm sido impulsionados pelo grande fluxo do turismo religioso, mas que aos poucos foram ganhando autonomia em relação ao mercado formado pelos romeiros que visitam Juazeiro, tornando-se independentes destes, expandindo seus mercados para a Região Nordeste e para outras regiões (AMARAL FILHO; CORDEIRO, 2006). O objetivo deste trabalho é a observação do artesanato em madeira na cidade de Juazeiro do Norte sob a perspectiva de um arranjo produtivo local.

De acordo com Amaral Filho *et al* (2002), inúmeros estados e municípios no Brasil já adotaram, de uma maneira ou de outra, a estratégia de desenvolvimento de arranjo ou sistemas produtivos locais focados nas micros e pequenas empresas. Dentre os vários ramos de desenvolvimento existentes, verifica-se a presença do sector de artesanato com grande representatividade, espalhado por vários estados do Brasil.

Segundo dados do Banco do Nordeste (2002), um levantamento realizado no ano (2000), no estado do Ceará, constatou-se que, o artesanato estava presente em 140 municípios. Representando 76,1% da quantidade total de municípios do estado. Os dados revelaram ainda que 30 cidades no estado do Ceará produzem artesanato em madeira, junto elas são responsáveis por 8,7% do artesanato total do estado (considerando todas as tipologias).

⁶ No estudo do BNB (2002) foi considerado como pólo de artesanato, o município que, reunindo condições mínimas para exportação, seja ainda um pólo turístico, possua entidades colectivas de artesãos, e onde tenham sido implementados programas ou projectos de desenvolvimento de artesanato, dentre outros.

O grande potencial turístico de Juazeiro proporciona um fluxo positivo dessa actividade para o desenvolvimento do artesanato, sendo também notável a importância do artesanato para o turismo, considerando o seu grande potencial de encantamento para os visitantes da região (BNB, 2002).

De acordo com Araujo (2005), a acção do Padre Cicero sobre a cidade de Juazeiro foi de grande importância para delimitar o espaço social, político e económico, e suas práticas económicas contribuíram para fixar o ideal de prosperidade presente na memória económica da cidade, tornando-se o mesmo um grande incentivador das actividades artesanais, a partir de sua concepção trabalho e fé. Segundo a autora, a expansão do núcleo urbano de Juazeiro ocorreu a partir das romarias, impulsionando o comércio a pequena indústria, e as actividades artesanais.

Particularmente no que diz respeito à actividade em estudo, para Santos (2008), o Centro de Cultura Popular Mestre Noza é uma das referências na arte popular nordestina. As peças produzidas pelos artistas que fazem parte do Mestre Noza circulam o mundo. Estão em países da Europa, Estados Unidos e no Sul e Sudeste do Brasil. Em entrevista ao jornal *Diário do Nordeste* no dia 4 de janeiro de 2009, o actual presidente da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte informou que cerca de 60% das vendas do Centro estão voltadas para o mercado nordestino, incluindo as capitais de Maceió, Fortaleza e Recife. Do restante da produção, 35% dos produtos vão para o Sul e Sudeste e apenas 4% para o mercado regional e 1% destina-se ao exterior.

Cabe destacar que o Conselho Mundial de Artesanato define o artesanato como toda actividade produtiva que resulte em objectos e artefactos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade (BNB, 2002). Os artefactos produzidos pelos artesãos de Juazeiro do Norte a partir da utilização da madeira como matéria-prima principal, conservam essas características.

Por sua vez, o artesão é descrito como o individuo que tem domínio técnico sobre materiais, ferramentas e processos de produção artesanal de sua especialidade, criando ou produzindo trabalhos que tenham dimensão cultural, utilizando técnica predominantemente manual, podendo

contar com auxílio de equipamentos, desde que não sejam automáticos ou duplicadores de peças (MDIC, 2002). As ferramentas utilizadas pelos artesãos da madeira em Juazeiro do Norte garantem a individualidade das peças, sendo que a maioria das ferramentas é fabricada pelos próprios artesãos. Esse aspecto manual da produção artesanal é muito valorizado pelos consumidores, diferenciando as peças de cada artesão e ao mesmo tempo dando-lhe identidade, através dos traços individuais desenhados manualmente em cada peça.

Segundo os dados da pesquisa, são empregados pelos artesãos associados 18 pessoas, sendo que todas mantêm uma relação de trabalho informal. Essa mão-de-obra é formada por familiares e por empregados temporários.

Quanto ao tempo de trabalho na actividade artesanal, o artesanato está hierarquizado segundo um modelo no qual o artesão com maior conhecimento e qualidade da produção é categorizado como mestre-artesão, que é aquele que se destacou em seu ofício, conquistando admiração e respeito não somente de seus aprendizes e auxiliares artesãos, mas também dos clientes e consumidores. Sua principal função é repassar, para as novas gerações, técnicas artesanais e experiências fundamentais de sua actividade. Esses requisitos, geralmente, estão condicionados ao tempo de trabalho efectivo do artesão.

Entre os artesãos entrevistados, 43,6% começaram a trabalhar com artesanato entre os anos de 2000-2008. Isso significa que as constantes dificuldades de entrar no mercado de trabalho formal e as necessidades económicas têm induzido o crescimento do número de pessoas que buscam o artesanato como alternativas de geração de renda. Por outro lado, essa renovação contínua através do ingresso de novos artesãos aprendizes é de grande importância para preservar as tradições locais e a cultura popular através das gerações.

Em relação à faixa etária dos artesãos entrevistados, observa-se que os mesmos iniciam na actividade artesanal desde cedo. Assim, 65,6% disseram terem até 20 anos quando começaram a exercer essa actividade; enquanto que 28,1% situam-se na faixa entre 21 e 30 anos; somente 6,3% dos artesãos entrevistados disseram terem iniciado no artesanato com mais de 30 anos de idade. Esse número maior de jovens até 30 anos

ingressando no artesanato se explica em parte, pelo facto de ser nessa idade que as pessoas buscam o mercado de trabalho em qualquer ramo de actividade. Em um mercado de trabalho cada vez mais restrito e exigente, o artesanato tem sido uma opção estratégica para reduzir a pressão social causada pela baixa capacidade de absorção de larga faixa da mão-de-obra disponível na sociedade.

Quanto ao género, a maioria é constituída de homens, 87,5%, contra apenas 12,5% de mulheres. Essa predominância masculina não se repete quando se considera os números nacionais das diversas tipologias de artesanato. De acordo com o Sebrae (2002), dentre as pessoas que sobrevivem da cadeia produtiva do artesanato no país, 87% é representado por mulheres. Entende-se essa maior participação de mulheres pela presença marcante de actividades tradicionalmente consideradas femininas, como o bordado, o croché, a costura, a rendas, a tecelagem, etc. (BNB, 2002). Estas são tipologias onde a força física não é muito exigida. Por sua vez, há uma predominância da mão-de-obra masculina em tipologias onde se exigem mais força física como: o couro, o metal, a madeira e a cerâmica, existindo, contudo, excepções significativas. Portanto, essa predominância da mão-de-obra masculina no estudo em questão é explicada como uma característica da tipologia madeira em si.

Quando perguntados se tinham pais artesãos, 75% disseram que não. Tradicionalmente o ambiente familiar torna-se o mais propício para assegurar a continuidade dos valores de arte popular inseridos no artesanato. No entanto, segundo o BNB (2002) é comum a mão-de-obra não-familiar, especialmente nos espaços comuns de produção como nas associações, cooperativas e grupos de produção, onde, ainda que de maneira incipiente, percebe-se a utilização de prestadores de serviço (aprendizes) remunerados. Enquanto que no ambiente familiar o artesão utiliza familiares como ajudantes e aprendizes na produção do artesanato. Este forma de produção, se por um lado garante a continuidade do saber, pode não ser tão estimulante para esses aprendizes, visto que não há remuneração salarial dos familiares participantes dos trabalhos desenvolvidos.

No tocante ao grau de escolaridade dos artesãos pesquisados, 15,6% se declararam analfabetos, 68,8% disse ter o ensino fundamental incompleto, 3,1% o ensino fundamental completo, mesma porcentagem dos que disseram

ter o ensino médio incompleto e 9,4% respondeu ter o ensino médio completo. No estudo do BNB realizado em 2002 em todo o Nordeste, com artesãos de todas as tipologias, prevalece o ensino fundamental incompleto, tendo, contudo, o analfabetismo relevância no quadro geral.

Em se tratando de actividades anteriormente exercidas pelos artesãos entrevistados, observa-se que 84,4% exerceram outras actividades antes de se tornarem artesãos, dentre as diversas actividades citadas, a agricultura foi a mais representativa – apenas 15,6% dos entrevistados disseram ser estudantes. Alguns artesãos também declararam que ainda exercem outras actividades paralelas às actividades artesanais, ficando o artesanato, neste caso apenas, como complemento da renda familiar.

Em relação à estrutura do capital dos artesãos, observa-se que em 2008, 87,5% responderam que receberam adiantamento de recursos da associação da qual são membros. Essa é uma prática comum na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, ou seja, a associação adquire a matéria-prima e repassa para os artesãos, principalmente a madeira que, além de ser difícil adquiri-la no mercado local, é o item mais caro para os artesãos, e estes pagam com peças artesanais. O número de artesãos que utilizaram recursos próprios foi de apenas 9,4%. Em geral, o artesanato, como actividade espontânea, não requer um investimento de capital significativo, já que é uma actividade cuja dinâmica não é do tipo empresarial, a não ser quando a actividade artesanal está sendo induzida por alguma instituição. Assim, quando os artesãos não estão inseridos em associações é mais comum eles se auto-financiarem (SEBRAE, 2005)⁷.

A forma como se organizam as associações é condizente com a ideia de aglomerações geográficas, destacadas pelas literaturas que enfatizam os modelos de arranjos produtivos locais, onde as vantagens advindas da concentração geográfica podem trazer ganhos de escala para os

⁷ As associações são modelos organizacionais de estrutura jurídica formalizada e, por isso, permitem ganhos colectivos na produção em escala, além de contarem com a possibilidade de apoio financeiro. Elas representam a ampliação do poder de articulação produtiva e comercial do artesão, dado que a produção solitária do artesanato pode representar perda de competitividade. A ampliação do poder de barganha em compras de matérias-primas é um dos principais factores que potencializa a união de artesãos em associações (BNB, 2002).

participantes. Na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, a aglomeração espacial dos artesãos envolve dentre outras formas de cooperação a compra da matéria-prima em conjunto, que envolve sua disponibilidade no mercado, controle de qualidade, custos e transporte, além das necessidades e possibilidades de estocagem, evitando-se perdas e desperdícios.

5 - PRODUÇÃO E MERCADO

5.1 Principais Dificuldades

Dentre as dificuldades apontadas pelos artesãos, a que teve maior índice⁸ de relevância foi a compra da matéria-prima, com 0,94%. A matéria-prima em questão é a umburana, utilizada pelos artesãos na confecção de suas peças artesanais. Essa dificuldade deve-se basicamente à inexistência desse tipo de madeira na localidade e à intensificação da fiscalização dos órgãos de defesa do meio ambiente, o que torna a matéria-prima cada vez mais rara, sendo actualmente, comprada em conjunto pelos artesãos da associação da cidade de Salgueiro, no estado de Pernambuco. Em virtude dessas dificuldades, a Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte encomendou à Secretaria do Meio Ambiente - SEMACE, em 2008, um estudo de novos tipos de madeira para substituir a umburana.

Quanto às outras dificuldades apontadas, a falta de capital de giro também teve um índice de relevância bastante significativo, 0,45%. Esse capital de giro, segundo os artesãos, poderia diminuir a dependência do artesão da associação e ao mesmo tempo possibilitaria as mesmas a busca de novos mercados para o escoamento da sua produção a preços melhores.

Em um estudo realizado pelo Sebrae no Distrito Federal em 2003 com todas as tipologias de artesanato, revelou que 51% dos entrevistados citaram a escassez de capital de giro como um dos principais problemas. Em estudo realizado no Nordeste pelo BNB (2002), com todas as tipologias de artesanato, 45% dos artesãos entrevistados que têm como matéria-prima a madeira, citam a falta de capital como principal problema.

⁸ O índice em questão é calculado a partir da relevância atribuída por pesquisados a cada tipo de problemática investigada, variando entre nula, baixa, média e alta, sendo calculado da seguinte forma: $\text{*Índice} = (0 \cdot \text{N}^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot \text{N}^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot \text{N}^{\circ} \text{ Médias} + \text{N}^{\circ} \text{ Altas}) / \text{N}^{\circ} \text{ Artesãos no Segmento}$. O mesmo será utilizado ao longo do presente trabalho.

Outros quesitos aparecem com pouca relevância, como a dificuldade de contratar empregados qualificados, 0,03%, produzir com qualidade, 0,04% e divulgar e vender seus produtos, 0,17%. A baixa relevância desse último factor refere-se ao facto de que toda a produção do artesão (se não for encomenda para clientes) é imediatamente demandada pela associação, que fica responsável pela venda ao consumidor final. As peças de valor agregado elevado não são adquiridas imediatamente pela associação, ficam expostas para a venda em consignação.

A compra dos produtos dos artesãos pela associação representa uma vantagem para os associados e, ao mesmo tempo, é o que possibilita a sobrevivência da própria associação, ou seja, os produtos comprados são repassados para o consumidor final no Brasil e no exterior, geralmente, com uma margem de 40% sobre o valor de compra. Os valores obtidos são todos reinvestidos na produção, já que esta é uma instituição sem fins lucrativos. Para os artesãos, essa garantia de venda da produção permite a continuidade na actividade produtiva. Porém, essa compra indiscriminada de produtos pela associação constitui-se num problema que vem se acumulando nos últimos 25 anos, pois a associação compra mais do que vende. A falta de escoamento dessa mercadoria tem como consequência o abarrotamento do pátio da associação e ultimamente reflete-se na falta de recursos para compra da produção semanal dos artesãos. Estima-se, que exista mais de um milhão em peças no pátio da associação à espera de compradores. A compra da produção dos artesãos da tipologia madeira de Juazeiro do Norte pela associação está, portanto, limitada ao escoamento dessa produção, para que a mesma possa continuar sendo uma alternativa viável para os associados.

5.2 Fatores competitivos

Com relação à competitividade no artesanato em madeira na cidade de Juazeiro do Norte, dois factores obtiveram índice de relevância máximo, ou seja, todos os artesãos pesquisados consideram a qualidade do produto, e o desenho e estilo nos produtos como factores mais importantes para manter a competitividade. Estes dois factores, segundo os artesãos, diferenciam seus produtos dos demais e ao mesmo tempo, estabelecem uma identidade por meio da unicidade dos traços deixados nas peças como uma marca, permitin-

do que o cliente estabeleça uma relação com o produtor e fixe uma imagem ou opinião sobre o produto. A capacidade de atendimento (volume e prazo) teve um índice de relevância de 0,84%. De acordo com os artesãos entrevistados, ao receberem uma encomenda de algum cliente é importante cumprir o que for acordado no momento do pedido, para que esse cliente possa voltar outras vezes. O artesão que deixa de cumprir os prazos na entrega de uma encomenda perde o comprador, sobretudo quando se trata de lojistas, que têm seu calendário de vendas mais ou menos estipulado, segundo os períodos anuais (Natal, Páscoa, dia das mães e outras). O quesito qualidade dos insumos recebeu um índice de relevância de 0,79%. Este factor é importante, segundo os artesãos porque pode influir na qualidade do produto final.

A capacidade de introduzir novos produtos e processos teve um índice de relevância de apenas 0,24%. Esse factor está directamente relacionado à baixa introdução da inovação na atividade artesanal, visto que muitos artesãos preferem se especializar na produção de um produto característico que já possua mercado certo. Quanto à estratégia de comercialização, o índice de relevância foi quase insignificante, apenas 0,07%. Isso se deve basicamente a pouca preocupação dos artesãos com a venda de seus produtos fora da associação. Outro factor pesquisado, que também teve baixo índice de relevância, foi a qualidade da mão-de-obra, com 0,09%. Isso se associa ao facto da mão-de-obra terceirizada no artesanato ficar restrita basicamente ao acabamento das peças que é realizada na maioria das vezes por aprendizes.

5.3 Origem do Consumidor

Neste ítem, a pesquisa buscou identificar de onde provêm os principais compradores do artesanato em madeira. Os dados foram estimados com base nas informações fornecidas pela Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte e pelos artesãos no acto da entrevista, já que a associação não tem um controle formal do que é negociado anualmente na relação directa entre artesãos e clientes.

Os consumidores são originários, na sua maioria, das diversas regiões do Brasil, principalmente da região Nordeste, com destaque para Recife e Maceió e das regiões Sul e Sudeste. Em 2008, as vendas totais para o Brasil (desconsiderando o estado do Ceará) corresponderam a 77%.

Com relação às vendas no estado, atinge-se um percentual de 18% e a participação dos consumidores locais totaliza 4,0%. Os consumidores do exterior ainda assumem pequena participação, 1%.

5.4 Faturamento

Em relação ao faturamento é preciso destacar que os valores para 2008 foram estimados pelos artesãos entrevistados e repassados ao entrevistador, já que não existem dados formais dos vencimentos percebidos anualmente pelos artesãos.

Pesquisa do BNB realizada em 2002 também revelou, através de um levantamento realizado pela bibliografia secundária e por pesquisas directas feitas pela instituição, a inexistência, de um modo geral, de planejamento financeiro por parte dos artesãos, principalmente quando estes actuam sem vínculos com associações ou cooperativas.

Apesar dos artesãos entrevistados estarem integrados em uma associação não é possível obter esses dados financeiros, específicos do artesanato de madeira, já que essa associação congrega outras tipologias. Outro factor que dificulta a obtenção desses dados formalmente é a natureza “livre” do artesão frente à associação para negociar seus produtos directamente com os clientes, sem interferência desta.

Com base nos dados da pesquisa, é possível observar, no ano de 2008, que o faturamento total informado pelos artesãos foi de R\$ 172.200,00, para um total de 32 artesãos participantes, o que corresponde a uma média anual para cada artesão de R\$ 5.381,25 e uma média mensal de R\$ 448,44, equivalendo a uma renda de aproximadamente 1,08% do salário mínimo no período em questão.

6 INOVAÇÃO, COOPERAÇÃO E APRENDIZADO

6.1 Inovações

De acordo com as informações repassadas no acto da entrevista, pode-se concluir que as inovações no artesanato, em geral, ocorrem de maneira bem sutil, geralmente caracterizadas pela introdução de um produto novo, pelo melhoramento no desenho de um produto que o artesão já produz ou por mudanças organizacionais, no caso de associações e

cooperativas. A utilização de máquinas e equipamentos industriais na produção artesanal não é admitida. Todo processo deve ser realizado, quando necessário, por equipamentos manuais simples. Tradicionalmente, o artesanato não agrega à sua produção insumos tecnológicos de carácter industrial, sob pena de perder sua principal característica que é a manualidade (BNB, 2002). Admite-se a utilização de máquinas nas actividades artesanais, desde que não dispensem a criatividade ou a habilidade individual e de que o agente produtor participe, directamente, de todas ou quase todas as etapas da elaboração do produto (LIMA; AZEVEDO, 1982, *apud* CARVALHO, 2006). Em algumas tipologias como é o caso da madeira, do couro, etc. são utilizadas máquinas no estágio inicial de preparação da matéria-prima⁹.

Foi possível verificar, durante as entrevistas, que com a introdução da inovação no artesanato de madeira de Juazeiro do Norte não ocorrem diferenças substanciais no modo como o artesão já vem produzindo. O número de artesãos que introduziu alguma inovação, considerando aqui os anos de 2006 e 2008, foi igual a 21, ou 62,5%, enquanto que 11, ou 37,5% responderam que não introduziram nenhum tipo de inovação de produtos ou processos nos últimos três anos. Dentre os que introduziram inovação, 23,8% disseram que era um produto novo para eles, mas já existente no mercado, de outras tipologias. Enquanto que 76,2% responderam que produziram um produto que ainda não existe no mercado. Ainda com relação à inovação de produtos, 85,7% dos artesãos entrevistados disseram ser o produto introduzido algo novo para o mercado internacional, enquanto que 14,3% responderam que o produto já existe no mercado internacional. Com relação a esses produtos que já existem no mercado, 23,8% dos artesãos declararam que fizeram algum tipo de inovação no

⁹ No caso do artesanato a inovação é do tipo incremental, que se caracteriza pela introdução de qualquer tipo de melhoria em um produto, processo ou organização da produção, sem alteração substancial na estrutura. Porém, os efeitos da introdução dessa inovação são diferentes em outras actividades (como a industrial) e no artesanato. Na indústria, os empresários buscam com as inovações gerar o crescimento da eficiência técnica, aumento da produtividade, redução de custos, aumento da qualidade, e mudanças que possibilitem a ampliação das aplicações de um produto ou processo. No artesanato, os artesãos buscam a inovações através da introdução de um produto novo, para diversificar e ampliar a linha de produtos ofertados e, para manter sua participação no mercado de atuação.

desenho do produto. A introdução de inovações no artesanato de madeira de Juazeiro do Norte representa, portanto, basicamente, a ampliação da gama de produtos ofertados pelos artesãos, a manutenção da participação nos mercados de atuação e a busca de novos mercados.

6.2 Cooperação entre os agentes

A cooperação é o instrumento em que as partes reconhecem que possuem recursos, *expertise* e conhecimento, e que, trabalhando juntas, reduzem os custos de suas transações, melhoram a sua performance na área de actuação, minimizam as desconfianças mútuas e promovem o desenvolvimento (BORIN, 2006). Segundo o autor, em arranjos produtivos locais identificam-se diferentes tipos de cooperação, dentre elas a cooperação produtiva, que visa desde a obtenção de economia de escala e de escopo à melhoria dos índices de qualidade e produtividade.

No artesanato de madeira da cidade de Juazeiro do Norte foi possível observar que a cooperação produtiva está presente, ainda que de maneira incipiente, através do compartilhamento do conhecimento e de ferramentas de trabalho. Também se verifica a cooperação entre os artesãos para a compra de insumos e equipamentos de uso comum, venda conjunta de produtos, participação conjunta em feiras e reivindicações conjuntas junto aos órgãos públicos.

Com relação à cooperação entre os agentes, todos os artesãos entrevistados responderam terem participado de alguma forma de cooperação entre os anos de 2006 e 2008. Essa cooperação se dá com mais intensidade entre os artesãos e a associação da qual são membros. Assim, 90% deles disseram terem participado da compra conjunta da madeira, insumos e equipamentos; enquanto que, 100% dos entrevistados responderam que participaram da venda conjunta de produtos e de feiras conjuntas através da associação. Em relação à importância dessas acções cooperativas desenvolvidas entre a associação e os artesãos para a melhoria do desempenho e da competitividade o índice de relevância foi de 0,93%. Esse índice mede o grau de importância das acções cooperativas acima citadas para os artesãos. Essas acções cooperativas acima discutidas também se constituem na própria razão de existir da associação como uma entidade de apoio ao artesão.

Quanto à cooperação com a Federação das Associações dos Artesãos do Cariri todos os artesãos entrevistados disseram participarem de alguma forma de cooperação com este órgão que se dá via associação da qual são membros. No entanto, como essa entidade está ainda em processo de formação, as formas de cooperação resumem-se basicamente a participação conjunta em feiras. O índice de relevância apresentado para essa cooperação foi relativamente baixo de apenas 0,40%.

Resultados das Ações Conjuntas

O resultado das ações conjuntas realizadas entre os anos de 2006 e 2008 de acordo com os artesãos entrevistados influenciou em pequena proporção nas ações relacionadas a seguir.

Como resultado das ações conjuntas realizadas entre os anos de 2006 e 2008 é possível observar (Tabela 1) que os índices de relevância foram relativamente baixos, sendo que a melhoria na qualidade dos produtos foi apontada pelos artesãos entrevistados como a mais significativa, com um índice de 0,38%. Isso se deve basicamente às sugestões dos artesãos mais experientes aos mais jovens na prática da atividade artesanal, para que estes realizassem melhorias no acabamento e no *design* das peças. O desenvolvimento de novos produtos e as novas oportunidades

Tabela 1 - Resultados das Ações Conjunta

Descrição	Micro				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Melhoria na qualidade dos produtos	18	1	3	10	0,38
	56,3%	3,1%	9,4%	31,3%	
2. Desenvolvimento de novos produtos	19	0	4	9	0,36
	59,4%	0,0%	12,5%	28,1%	
3. Melhoria nos processos produtivos	25	6	0	1	0,09
	78,1%	18,8%	0,0%	3,1%	
4. Melhoria nas condições de comercialização	22	2	3	5	0,23
	68,8%	6,3%	9,4%	15,6%	
5. Novas oportunidades de negócios	19	2	7	4	0,28
	59,4%	6,3%	21,9%	12,5%	

Fonte: Pesquisa Direta

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / N^{\circ} \text{ Artesãos no Segmento}$

de negócios também foram destacados pelos artesãos como resultantes das ações conjuntas, onde o índice de relevância apresentado foi de 0,36% e 0,28% respectivamente. Esses itens estão directamente relacionados à participação conjunta em feiras, onde ocorre a interacção directa do artesão com o consumidor final. As outras acções destacadas pelos artesãos como advindas das acções conjuntas foram a melhoria nos processos produtivos, com índice de relevância de 0,09% e a melhoria nas condições de comercialização, com índice de relevância igual a 0,23%.

6.3 Aprendizado

Fontes de Informação para o Aprendizado

De acordo com Lundvall (1995, *apud* BORIN, 2006), o valor do conhecimento é gerado pela contínua conversão de linguagens científico-tecnológicas (conhecimentos explícitos que circulam nas redes globais) e saberes prático-contextuais (conhecimentos tácitos depositados nas tradições produtivas da realidade local). O processo de aprendizagem pode tanto levar a novos conhecimentos, como também transmitir velhos conhecimentos para novas pessoas.

Dentre as várias formas de aprendizagem, relevantes ao processo de inovação e ao desenvolvimento de capacitações produtivas, tecnológicas e organizacionais, destacam-se: a) formas de aprendizagem a partir de fontes internas à empresa, incluindo: aprendizagem com experiência própria no processo de produção, comercialização e uso e, buscas de novas soluções em suas unidades de pesquisa e desenvolvimento ou instância; b) formas de aprendizagem a partir de fontes externas, incluindo processo de compra, cooperação e interacção com fornecedores (de matérias-primas, componentes e equipamentos), clientes, sócios, organismos de apoio, entre outros (BORIN, 2006).

O conhecimento tácito é frequentemente relacionado ao seu contexto original, ou seja, não podem ser removidos de seu contexto social e humano. Traduzem-se em habilidades específicas e conhecimentos implícitos consubstanciados em um indivíduo ou uma organização e de difícil codificação. A sua transferibilidade requer interacções sociais particulares, normalmente circunscritas espacialmente, semelhantes ao processo de aprendizagem, via interacção humana (LEMOS, 1999).

Esse tipo de conhecimento via interação humana é muito comum no artesanato onde o mestre-artesão repassa o seu conhecimento ao artesão menos experiente, ou seja, é a transmissão de velhos conhecimentos tácitos depositados nas tradições produtivas da realidade local para novas pessoas. No caso do conhecimento ser repassado através de um consultor/ *designer* o aprendizado torna-se menos eficiente em virtude das linguagens utilizadas não serem compatíveis entre si, isto é, o artesão-aprendiz normalmente não compreende o que o consultor pretende com sua proposta pedagógica (BNB, 2002).

Em relação as fontes de informação para o aprendizado no artesanato em geral, ainda segundo o BNB (2002), deve-se preparar treinamentos aplicando uma didática pedagógica específica, adequada aos interesses e à capacidade intelectual do artesão médio. Pessoal qualificado é fundamental para assegurar o andamento da produção em ritmo adequado. O mestre-artesão possui boa qualificação e está em condições de repassar o saber adquirido para aprendizes e artesãos menos qualificados.

Para o Sebrae (2005), as instituições de fomento devem pautar suas ações em um contexto mais amplo do que pela mera capacitação técnica e mercadológica. Devem buscar o resgate da identidade cultural dos artesãos.

São estes elementos únicos que dão sentido ao artesanato e indicam para o artesão seu lugar no mundo. São estas as referências e os atributos mais valorizados por um mercado globalizado, ávido por produtos diferenciados. Conhecer suas origens, seu passado e sua história é o ponto de partida para a construção desta desejada identidade. O acesso a este conhecimento é importante não somente para os técnicos e para os pesquisadores, mas também para os artesãos, pois seu distanciamento das referências autênticas pode levar a um processo de descaracterização dos produtos, de tal forma que, com o passar dos anos, a produção de determinados objetos parece ser uma deformação daquilo que já foram (SEBRAE, 2005, p.12).

A Tabela 2 mostra as fontes de informação que contribuíram para o aprendizado dos artesãos no artesanato de madeira na cidade de Juazeiro do Norte, entre os anos de 2006 e 2008.

Tabela 2 - Fontes de Informação para o Aprendizado

Descrição	Micro				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Fontes Internas					
1.1. Área de produção	6	1	6	19	0,72
	18,8%	3,1%	18,8%	59,4%	
1.2. Área de venda e serviços internos de atendimento ao cliente	30	2	0	0	0,02
	93,8%	6,3%	0,0%	0,0%	
2. Fontes Externas					
2.1. Outros artesãos não associados	25	2	2	3	0,15
	78,1%	6,3%	6,3%	9,4%	
2.2. Clientes	27	0	3	2	0,12
	84,4%	0,0%	9,4%	6,3%	
2.3. Órgãos de consultoria	23	0	2	7	0,26
	71,9%	0,0%	6,3%	21,9%	
3. Universidades e Outros Institutos de Pesquisa					
3.1. Universidades	32	0	0	0	0,00
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
3.2. Institutos de Pesquisa	32	0	0	0	0,00
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
3.3. Centros de capacitação profissional, de assistência técnica e de manutenção	32	0	0	0	0,00
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
4. Outras Fontes de Informação					
4.1. Feiras e Exibições	24	1	2	5	0,20
	75,0%	3,1%	6,3%	15,6%	
4.2. Informações de rede baseadas na internet ou computador	27	1	2	2	0,11
	84,4%	3,1%	6,3%	6,3%	

Fonte: Pesquisa Direta

*Índice = $(0 \times N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \times N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \times N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / N^{\circ} \text{ Artesãos no Segmento}$

De acordo com as informações repassadas pelos artesãos entrevistados, pode-se verificar que das fontes de informação para o aprendizado nos últimos três anos a que obteve maior índice de relevância foi a “área de produção”, com 0,72%. Esse tipo de aprendizado dá-se muitas vezes por experiência própria, no processo de produção, ou através do conhecimento tácito, pelo qual a actividade artesanal é passada de geração em geração. Quanto às informações advindas de órgãos que apoiam o artesanato na cidade e promo-

vem consultorias, o índice de relevância foi de 0,26% e 0,20% de informações adquiridas em feiras e exposições foi de 0,20%.

Outras fontes de informação também foram citadas, mas sem muita relevância, como é o caso da área de venda e serviços internos de atendimento ao cliente, com 0,02%; outros artesãos não associados, 0,15%; informações de rede baseadas na internet ou computador, 0,11%; e clientes, 0,12%.

Com relação às informações advindas das universidades, institutos de pesquisa, centros de capacitação profissional, de assistência técnica e de manutenção, não houve informações relevantes que contribuísse para o aprendizado dos artesãos nos anos considerados. Essa falta de integração entre esses órgãos e o sector artesanal pode estar ligado às características da produção artesanal, onde para o artesão, é mais importante a habilidade manual, adquirida pela prática do ofício no dia-a-dia.

Resultados dos Processos de Aprendizagem

A tabela 3 mostra os resultados dos processos de aprendizagem obtidos entre os anos de 2006 e 2008, no artesanato de madeira na cidade de Juazeiro do Norte.

Tabela 3 – Resultados dos Processos de Aprendizagem

Descrição	Micro				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Melhor utilização de técnicas produtivas, equipamentos, insumos e componentes	23 71,9%	4 12,5%	5 15,6%	0 0,0%	0,13
2. Maior capacitação para realização de modificações e melhorias em produtos	24 96,9%	2 3,1%	4 0,0%	2 0,0%	0,16
3. Melhor capacitação para desenvolver novos produtos	29 90,6%	3 9,4%	0 0,0%	0 0,0%	0,03
4. Maior conhecimento sobre as características dos mercados de actuação	22 68,8%	4 12,5%	4 12,5%	2 6,3%	0,18
5. Melhor capacitação administrativa	24 75,0%	2 6,3%	3 9,4%	3 9,4%	0,17

Fonte: Pesquisa Direta.

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / N^{\circ} \text{ Artesãos no Segmento}$

Pode-se observar que os impactos resultantes da introdução de processos de aprendizagem nos últimos anos são relativamente baixos, todos com índices de relevância inferiores a 0,20%. Dos itens pesquisados, o que obteve maior índice de relevância foi “maior conhecimento sobre as características dos mercados de atuação” com 0,18%; o índice de relevância dos que disseram que adquiriram “melhor capacitação administrativa” foi igual a 0,17%. O item “maior capacitação para realização de modificações e melhorias em produtos” obteve índice de relevância igual a 0,16%. O índice de relevância dos que disseram que adquiriram “melhor utilização de técnicas produtivas, equipamentos, insumos e componentes” foi igual a 0,13%. Esse baixo índice se deve basicamente aos também baixos índices de relevância apresentados na tabela 2, que mede basicamente as fontes geradoras desse aprendizado.

7 VANTAGENS ASSOCIADAS AO AMBIENTE LOCAL

As instituições de coordenação desempenham um papel fundamental em arranjos de pequenas e médias empresas, visto que são elas que estimulam e viabilizam uma interação que vise ao aumento da capacitação dos agentes. No caso do sector em estudo, o apoio das instituições é muito importante, visto que, individualmente, os artesãos teriam dificuldades de se manterem na actividade artesanal. Assim, sem o apoio institucional da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, dificilmente o artesanato de madeira teria alcançado a dimensão que tem hoje. A coordenação exercida por essa associação é de fundamental importância, visto que é através dela que se estabelece uma ponte entre os órgãos públicos e os artesãos. Ao mesmo tempo, essa organização assegura ganhos entendidos como passos iniciais para expansão de mercado, a exemplo da ampliação da produtividade e do poder de barganha nas compras e vendas.

Graças ao associativismo dos artesãos e ao apoio institucional de órgãos como Sebrae, Ceart, Federação das Associações dos Artesãos do Cariri e outros é que o artesanato tem sobrevivido aos desafios colocados por um mercado cada vez mais exigente e concorrido.

O artesanato da tipologia madeira da cidade de Juazeiro do Norte é muito dispendioso para o artesão individual, dado seu baixo poder aquisi-

tivo e falta de disponibilidade de capital de giro, uma vez que, como visto, a principal matéria-prima, a madeira, é escassa e importada de outros estados, sendo ainda o mercado consumidor basicamente de fora do estado do Ceará. Os artesãos que ainda insistem em produzir isoladamente, sem ligação com uma cooperativa ou associação, vêem constantemente os frutos do seu trabalho serem apropriados por atravessadores. A tabela 4 mostra as vantagens para os artesãos associadas ao ambiente local.

Tabela 4 - Vantagens Associadas ao Ambiente Local

Externalidades	Micro				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Proximidade com os fornecedores de insumos e matéria-prima	4	12	12	4	0,46
	12,5%	37,5%	37,5%	12,5%	
2. Proximidade com os clientes/ consumidores	15	10	4	3	0,26
	46,9%	31,3%	12,5%	9,4%	
3. Infra-estrutura física (energia, transporte, comunicações)	0	1	3	28	0,94
	0,0%	3,1%	9,4%	87,5%	
4. Existência de programas de apoio e promoção	3	4	6	19	0,74
	9,4%	12,5%	18,8%	59,4%	
5. Proximidade com universidades e centros de pesquisa	29	3	0	0	0,03
	90,6%	9,4%	0,0%	0,0%	

Fonte: Pesquisa Direta.

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / N^{\circ} \text{ Artesãos no Segmento}$

Em relação às externalidades presentes no território, a mais significativa para os artesãos entrevistados foi a questão da “infra-estrutura física (energia, transporte, comunicações)”, a qual teve um índice de relevância de 0,94%. A externalidade descrita refere-se ao espaço físico, onde funciona a Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, que é disponibilizado pela Prefeitura Municipal sem ônus para os associados. A prefeitura cobre os custos com água, energia e dois funcionários responsáveis pela limpeza. O espaço também é utilizado por muitos artesãos para a confecção de suas peças artesanais e para a exposição permanente de peças.

No que diz respeito ao segundo item de maior significância, “a existência de programas de apoio e promoção”, o índice de relevância foi de 0,74%. Para os entrevistados, o facto de serem associados facilita as acções conjuntas entre os mesmos e os órgãos de fomento ao artesanato, como a Ceart e o Sebrae.

O terceiro item de externalidades de maior importância para os artesãos associados, “a proximidade com os fornecedores de insumos e matéria-prima”, recebeu um índice de relevância de 0,46%. Esse índice é considerado alto se considerarmos que a principal matéria-prima para os artesãos é importada do estado de Pernambuco. No entanto, todos os outros insumos são adquiridos no mercado local como, por exemplo, ferramentas, cola, lixa, tinta etc. O quarto item na escala de importância para o artesão é a ‘proximidade com os clientes/consumidores’, com índice de relevância de 0,26%. Apesar de declararem que as vendas locais são poucas, muitos artesãos consideram importante terem um local onde as peças ficam expostas para a visita dos consumidores, que se dirigem à associação para fazer suas encomendas. O item proximidade com universidades e centros de pesquisa recebeu um índice de relevância de apenas 0,03%.

7.1 Transações Comerciais Locais

As transações comerciais realizadas em Juazeiro pelos artesãos do sector estudado dizem respeito à aquisição de todos os insumos, ferramentas e equipamentos que são utilizados na produção artesanal, bem como a venda de produtos. A tabela 5 mostra a importância dessas transações comerciais que são realizadas localmente.

A análise dos dados aponta, dentre as transações comerciais locais, a aquisição de ferramentas e equipamentos como a que apresenta o índice de relevância mais alto, 0,64%. As ferramentas são na sua maioria, adquiridas em Juazeiro, sendo uma pequena parte adquirida pelos próprios artesãos ao participarem de feiras em outros estados. A aquisição de insumos e matéria-prima obteve um índice de relevância de 0,39%. Esse valor se deve basicamente a aquisição de alguns insumos em Juazeiro, como (cola, lixa, tinta, etc.), visto que a matéria-prima básica, conforme enfatizado, é fruto de importação do estado de Pernambuco. Quanto à venda de produtos locais, o índice de relevância foi igual a 0,32%; como também já destacado a venda de produtos é na sua maioria para fora da cidade de Juazeiro do Norte.

Tabela 5 - Transações Comerciais Locais

Tipos de Transações	Micro				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Aquisição de insumos e matéria-prima	3	19	8	2	0,39
	9,4%	59,4%	25,0%	6,3%	
2. Aquisição de ferramentas	1	7	12	12	0,67
	3,1%	21,9%	37,5%	37,5%	
3. Vendas de produtos	0	31	0	1	0,32
	0,0%	96,9%	0,0%	3,1%	

Fonte: Pesquisa Direta

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / N^{\circ} \text{ Artesãos no Segmento}$

7.2 Avaliação da Contribuição de Sindicatos, Associações, e Cooperativas Locais

É preciso destacar, inicialmente, que em relação à contribuição de sindicatos, associações e cooperativas para o desenvolvimento do artesanato de madeira, o único actor que tem alguma relevância para os artesãos entrevistados é a Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, da qual são membros. A Federação das Associações dos Artesãos do Cariri, segundo os artesãos, pode tornar-se um parceiro importante, mas no momento, a interacção com este órgão é relativamente baixa. Os artesãos não têm nenhum tipo de parceria com Sindicatos ou Cooperativas.

A tabela 6 mostra as principais contribuições para o artesanato de madeira, advindas principalmente da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte.

De acordo com os artesãos entrevistados, a contribuição mais importante dos órgãos relacionados é o “auxílio na definição de objetivos comuns para os artesãos”, com índice de relevância de 0,76%. Esse quesito está na essência do associativismo, sendo relevante para os artesãos já que os mesmos buscam junto às instituições de fomento ao artesanato e ao poder público em geral, melhorias que beneficiem a todos os artesãos associados, como também a busca de novos mercados e tudo que de alguma forma contribua para os artesãos.

Com relação à “promoção de acções cooperativas”, o índice de relevância foi de 0,64%. Isso demonstra a importância da cooperação para os artesãos associados. Outras contribuições apresentaram índices de rele-

Tabela 6 - Avaliação da Contribuição de Sindicatos, Associações, Cooperativas Locais

Tipo de Contribuição	Micro				Índice*
	Nula	Baixa	Média	Alta	
1. Auxílio na definição de objetivos comuns para os artesãos	3	2	8	19	0,76
	9,4%	6,3%	25,0%	59,4%	
2. Estímulo na percepção de visões de futuro para ação estratégica	20	8	4	0	0,15
	62,5%	25,0%	12,5%	0,0%	
3. Disponibilização de informações sobre matérias-primas, equipamento, assistência técnica, consultoria, etc.	26	4	2	0	0,08
	81,3%	12,5%	6,3%	0,0%	
4. Promoção de ações cooperativas	3	8	7	14	0,64
	9,4%	25,0%	21,9%	43,8%	

Fonte: Pesquisa Direta.

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / N^{\circ} \text{ Artesãos no Segmento}$

vância relativamente baixos, com 0,15% para o “estímulo na percepção de visões de futuro para ação estratégica” e 0,08% para a “disponibilização de informações sobre matérias-primas, equipamento, assistência técnica, consultoria, etc.”.

8 POLÍTICAS PÚBLICAS E FORMAS DE FINANCIAMENTO

As principais políticas públicas voltadas ao artesanato de Juazeiro do Norte advêm dos órgãos de fomento da atividade artesanal, como o Sebrae e a Ceart. O Sebrae, conforme informações obtidas nas entrevistas, é o órgão que mais apoia e incentiva o artesanato local. Com relação ao artesanato de madeira, especificamente, o apoio maior fica a cargo da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte. Quanto às formas de financiamento, não existe uma linha específica que atenda aos interesses dos artesãos.

A tabela 7 mostra se os artesãos entrevistados participam ou tem conhecimento sobre algum tipo de programa ou ações voltadas para o segmento em que actuam. Os resultados mostram que 46,9% dos artesãos entrevistados responderam que conhecem e participam de algum tipo de programa promovido pelo Sebrae; outros 40,6% disseram terem conhecimento de algum programa promovido por essa instituição para o artesanato.

to, mas não participam, enquanto que 12,5% desconhecem qualquer tipo de programa ou acções promovidas pelo Sebrae para o segmento em questão.

No tocante ao quesito “outras instituições”, a única citada foi a Ceart; 43,8%, dos artesãos entrevistados disseram que conhecem e participam de algum programa ou acções para o artesanato promovido por esta instituição, enquanto que 46,9% dos entrevistados responderam que conhecem algum programa ou acção dessa instituição para o sector onde actuam, mas não participam. Outros 9,4% disseram desconhecer qualquer tipo de acção ou programa para o artesanato promovido pela Ceart.

Quanto a programas ou acções voltados para o artesanato, promovido pelo Governo Federal, 90,6%, dos artesãos entrevistados responderam não terem conhecimento se estes existem; 93,8% dos entrevistados desconhecem tal acção por parte do Governo Estadual e 96,9%, dos entrevistados disseram não terem conhecimento de alguma acção ou programa específico desenvolvido pelo Governo Municipal para o artesanato. Mesmo a Prefeitura Municipal disponibilizando o prédio onde funciona a associação, conforme referido, a maioria dos artesãos entrevistados responderam que desconhecem qualquer acção desse órgão para o setor em que actuam. Um dos motivos para que os artesãos desconheçam essa acção pode ser o facto da mesma

Tabela 7 - Participa ou tem conhecimento sobre algum tipo de programa ou acções voltadas para o segmento em que actua

Instituição	Micro		
	Não conhece	Conhece, mas não participa	Conhece e participa
1. Governo Federal	29 90,6%	3 9,4%	0 0,0%
2. Governo Estadual	30 93,8%	2 6,3%	0 0,0%
3. Governo Local/Municipal	31 96,9%	1 3,1%	0 0,0%
4. Sebrae	4 12,5%	13 40,6%	15 46,9%
5. Outras Instituições (Ceart)	3 9,4%	15 46,9%	14 43,8%

Fonte: Pesquisa Direta

ficar restrita à associação da qual são membros, sem extensão para outras associações na cidade, ao contrário das acções do Sebrae, que geralmente beneficiam todas as associações e cooperativas.

No que se refere às acções e programas promovidos pelo Sebrae, citadas pelos artesãos como benéficas para o sector em que actuam, as principais são: apoio para participação em feiras fora da cidade de Juazeiro do Norte e promoção de cursos de capacitação e de atendimento ao turista. Nos últimos três anos, 22% dos artesãos entrevistados disseram que participaram de algum curso de capacitação promovido pelo Sebrae. A principal acção da Ceart citada é a exposição das peças de alguns artesãos nas feiras em Fortaleza.

Os artesãos da região do Cariri têm à sua disposição o “caminhão do artesão”, que serve para o transporte dos produtos para as mais variadas feiras e exposições em todo o país, sem ónus algum para os participantes. Embora não seja do conhecimento dos entrevistados nesta pesquisa, este caminhão foi adquirido graças a uma parceria da Prefeitura de Juazeiro, com a Fundação Banco do Brasil e a Federação das Associações dos Artesãos do Cariri.

A tabela 8 mostra a avaliação dos artesãos entrevistados em relação a programas ou acções específicas para o segmento em que actuam, promovidos pelos órgãos anteriormente citados. Os resultados mostram que 87,5% dos entrevistados avaliam como positivas as acções promovidas pelo Sebrae, enquanto que 12,5% disseram não terem elementos para avaliação. Já em relação à Ceart, 84,4% dos entrevistados consideram como positiva a acção desse órgão para o artesanato, enquanto que 15,6% disseram não terem conhecimento suficiente de suas acções para avaliá-las. Quando perguntados sobre a avaliação dos programas ou acções específicas para o artesanato realizado pelos Governos, Federal, Estadual e Municipal, considerando as respostas para os três níveis de governos, 95,8% dos entrevistados responderam que não tinham elementos para avaliação.

Desta forma estes dados relevam uma percepção reduzida das interações entre artesãos e demais instituições, sejam públicas ou privadas, o que pode constituir-se em um gargalo a expansão das actividades produtivas, tendo em vista que as externalidades positivas deixam de ser geradas e apropriadas por estes actores sociais.

Tabela 8 - Avaliação dos programas ou acções específicas para o segmento em que actua

Instituição	Micro		
	Avaliação Positiva	Avaliação Negativa	Sem elementos para avaliação
1. Governo Federal	1 3,1%	0 0,0%	31 96,9%
2. Governo Estadual	2 6,3%	0 0,0%	30 93,8%
3. Governo Local/Municipal	1 3,1%	0 0,0%	31 96,9%
4. Sebrae	26 87,5 %	0 0,0%	4 12,5%
5. Outras Instituições (Ceart)	27 84,4%	0 0,0%	5 15,6%

Fonte: Pesquisa Direta

8.1 Políticas públicas que poderiam contribuir para o aumento da eficiência competitiva do artesanato de madeira

Com relação à introdução de políticas públicas com vistas a contribuir para o aumento da eficiência competitiva do artesanato no sector analisado, a tabela 9 mostra as principais necessidades apontadas pelos artesãos. Observar, pela tabela, que dentre as linhas de políticas públicas apresentadas, a que obteve o maior índice de relevância foi “linhas de crédito e outras formas de financiamento”, com 0,98%. Para a maioria dos artesãos entrevistados, falta, portanto, uma linha de crédito adequada às necessidades do sector, com juros baixos e facilidade no pagamento, de preferência via associação. As necessidades de investimentos aqui apresentadas não apontam quais são as finalidades destes recursos, se para investimento fixo, capital de giro ou investimento misto.

O interesse em obter empréstimos e financiamentos de instituições financeiras não é exclusividade do artesanato de madeira da cidade de Juazeiro do Norte, mas parece ser um anseio dos artesãos do Brasil, em geral. No estudo do BNB (2002), realizado no Nordeste com todas as tipologias de artesanato, a pesquisa direta mostra que 75,9% dos artesãos entrevistados demonstraram interesse em obter recursos de instituições financeiras.

Tabela 9 - Políticas públicas que poderiam contribuir para o aumento da eficiência competitiva

Ações de Política	Micro				Índice*
	Nula	Baixa	Média	Alta	
1. Programas de capacitação profissional e treinamento técnico	13	10	8	1	0,28
	40,6%	31,3%	25,0%	3,1%	
2. Melhorias na educação básica	2	1	5	24	0,85
	6,3%	3,1%	15,6%	75,0%	
3. Programas de apoio à consultoria em gestão e em vendas	2	2	12	16	0,74
	6,3%	6,3%	37,5%	50,0%	
4. Programas de acesso à informação (produção, mercados, etc.)	7	8	10	7	0,48
	21,9%	25,0%	31,3%	21,9%	
5. Linhas de crédito e outras formas de financiamento	0	0	2	30	0,98
	0,0%	0,0%	6,3%	93,8%	
6. Outras	8	0	5	19	0,69
	25,0%	0,0%	15,6%	59,4%	

Fonte: Pesquisa Direta.

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / N^{\circ} \text{ Artesãos no Segmento}$

Ainda de acordo com a tabela 9, com relação à introdução de políticas públicas para a “melhoria na educação básica”, o índice de relevância foi de 0,85%. Para a maioria dos artesãos entrevistados um melhor nível de escolaridade melhoraria a comunicação com os consumidores.

Em relação à introdução de “programas de apoio à consultoria em gestão e em vendas”, o índice de relevância foi de 0,74%. Para os artesãos, seria muito importante um programa dessa categoria para orientar os mesmos na produção de peças mais adequadas às necessidades do mercado, a partir de perspectivas mais abrangentes.

No tocante a “programas de acesso à informação” o índice de relevância atingiu 0,48%. Enquanto que, “programas de capacitação profissional e treinamento técnico” obteve um índice de relevância relativamente baixo, 0,28%. Quanto à introdução de “outras linhas de políticas públicas”, o índice de relevância foi de 0,69%. Os artesãos entrevistados citaram como sendo de grande importância a maior divulgação e ampliação do Centro de Cultura Popular Mestre Noza, além do apoio por parte das instituições financeiras e da prefeitura.

8.2 Principais obstáculos que limitam o acesso dos artesãos às fontes externas de financiamento

As linhas de crédito, sejam para micro, pequeno ou médio empreendedor, atendem a finalidades diversas. Quando o empreendedor é o artesão, este pode utilizar o capital obtido para investimento misto, como a compra de móveis, imóveis, capital de giro, etc. A tabela 10 mostra os principais obstáculos que limitam o acesso dos artesãos do artesanato de madeira da cidade de Juazeiro do Norte às fontes externas de financiamento.

Para a maioria dos entrevistados, o acesso ao crédito é muito difícil. A principal dificuldade apontada pelos artesãos na hora de recorrer a fontes externas de financiamentos é a “inexistência de linhas de crédito adequadas às necessidades dos artesãos”, com índice de relevância de 0,94%. O segundo item na ordem de obstáculos apontados são as “dificuldades ou entraves burocráticos para se utilizar as fontes de financiamento existentes”, com índice de relevância de 0,88%. Outro obstáculo que limita o acesso ao crédito externo são as “exigências de aval/garantias por parte das instituições de financiamento”, com índice de relevância de 0,86%.

No estudo do BNB (2002), realizado no Nordeste com todas as tipologias de artesanato, apontaram-se que as dificuldades na obtenção de financiamento seriam, basicamente, a falta de garantias, com 28,1%

Tabela 10 - Principais obstáculos que limitam o acesso dos artesãos as fontes externas de financiamento

Limitações	Micro				Índice*
	Nula	Baixa	Média	Alta	
1. Inexistência de linhas de crédito adequadas às necessidades dos artesãos	0 0,0%	1 3,1%	3 9,4%	28 87,5%	0,94
2. Dificuldades ou entraves burocráticos para se utilizar as fontes de financiamento existentes	3 9,4%	0 0,0%	2 6,3%	27 84,4%	0,88
3. Exigência de aval/garantias por parte das instituições de financiamento	3 9,4%	1 3,1%	2 6,3%	26 81,3%	0,86

Fonte: Pesquisa Direta

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / N^{\circ} \text{ Artesãos no Segmento}$

das respostas, e a falta de avalistas, representando 21,9% dos entrevistados. Assim, percebemos a semelhança apenas parcial dos obstáculos enfrentados nos dois casos referidos. Ainda de acordo com o referido estudo, quando perguntado aos entrevistados se alguma vez já tentaram obter algum empréstimo ou financiamento, apenas 19,9% responderam afirmativamente. A maioria dos entrevistados, 80,1%, nunca recorreu a financiamentos.

No caso do sector em estudo, a situação não é diferente, pois apesar de informarem que têm dificuldades para obter crédito externo, cerca de 90% dos artesãos entrevistados nunca tentou obter financiamento ou empréstimos junto a instituições financeiras. As dificuldades informadas nunca foram vivenciadas na prática pela maioria dos artesãos, mas resultam da má impressão percebida pelos mesmos a partir de alguma experiência mal sucedida de outros colegas artesãos.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o exposto ao longo deste trabalho, pode-se concluir que o estudo em questão pode ser caracterizado como um arranjo produtivo local. Isto porque a pesquisa releva economias de escala comuns aos arranjos produtivos advindos de fatores como: aglomeração de agentes produtivos no mesmo espaço geográfico, e no caso da associação, produção e exposição de peças no mesmo espaço físico; cooperação observada, por exemplo, através de compras conjuntas e/ou compra de produtos pela associação; difusão do aprendizado de processos de produção, advinda do espaço colectivo propiciado pela associação, bem como herança cultural e de processos produtivos repassados por artesãos de maior experiência; difusão da inovação de novos produtos, propiciada também pelo espaço colectivo; competitividade advinda da redução de custos unitários, os quais são propiciados pela organização dos agentes produtivos em associação, bem como a possibilidade de compra de produtos pela associação e conquista de mercados extra-regionais; e a coordenação institucional do arranjo produtivo exercida pela Associação Mestre Noza.

Ressalta-se, adicionalmente, que a análise entra em concordância com os conceitos discutidos na literatura económica sobre arranjos produtivos, na medida em que os mesmos direcionam-se também para activida-

des que apresentem fragilidades em suas articulações produtivas. Assim, qualquer forma de aglomeração produtiva territorial, cuja dinâmica e desempenho não apresentem elementos suficientes de interação, mas que através da articulação entre os actores possam criar e fortalecer processos de aprendizagem, cooperação e inovação, podem ser caracterizados como um arranjo produtivo local.

No caso em estudo, diversas limitações e fragilidades são observadas na actividade produtiva em questão, podendo ameaçar o bom desempenho do arranjo, sendo abaixo relacionadas:

- Baixa escolaridade dos artesãos;
- Dificuldade de escoamento da produção, associada a fatores como: limitação do mercado local; limitado conhecimento sobre as características dos mercados de atuação; pouca utilização de informações baseadas na internet, bem como divulgação de produtos do sector através dessa rede;
- Limites no sistema de crédito, associado, principalmente, à ausência de linhas de crédito para o sector em questão, que observe necessidades específicas dos mesmos; demanda por crédito pouco utilizada, devido à falta de informações ou dependência consentida e reproduzida entre associados e associação, que financia grande parte do processo e absorve a produção, mesmo diante da dificuldade de escoamento da mesma;
- Restrições ambientais na exploração da principal matéria-prima, a imburana, e ausência de recomendações alternativas que ao mesmo tempo respeitem o meio ambiente e que possam ser exploradas na própria região, diminuindo os custos da atividade;
- Os esforços cooperativos, apesar de intensos entre artesãos e associação à qual se encontram vinculados (permitindo redução de custos advindos de: consecução de logística necessária à participação em eventos do sector, redução dos custos do espaço coletivo utilizado para exposição permanente da produção, etc.), mostram-se frágeis entre associações similares, cooperativas, actores empresariais, potenciais divulgadores do produto, instituições educacionais e de pesquisa, poder público, o que reduz o adensamento do tecido social. As interações observadas revelam-se, muitas vezes, isoladas e fragmentadas, verificando-se a descontinuidade de acções/parcerias entre as diversas esferas do poder público, ou entre os actores do arranjo, de modo geral;

- Limites, fragilidades e inexistência, em muitos aspectos, de programas de capacitação e aperfeiçoamento, desde os relativos à educação básica à capacitação técnica e administrativa. Destaca-se, aqui, a larga lacuna existente nas relações entre Universidades e centros de pesquisa e artesãos do sector em questão. Isso se torna preocupante na medida em que a região tem se constituído como pólo educacional regional, com influência nos estados do Ceará, Pernambuco, Paraíba e Piauí, concentrando instituições públicas de nível superior e centros tecnológicos (Universidade Regional do Cariri - URCA, Universidade Federal do Ceará - UFC, Universidade Estadual do Vale do Acaraú - UVA, Instituto Federal do Ceará, Instituto Centro de Ensino Tecnológico - CENTEC, Centros Vocacionais Tecnológicos - CVT), instituições privadas de educação superior, institutos e grupos de pesquisa, centros de capacitação profissional e de assistência técnica (SEBRAE, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI) etc.

Há que se ressaltar que grande parte das limitações enfrentadas suscita novas oportunidades para consolidar laços de cooperação, aprendizado e inovação, bem como a própria consolidação do APL. Assim, reforçam-se as seguintes recomendações, com destaque para a atuação do sector público:

- Oferta de linhas de crédito que fomente a actividade em questão;
- Formação e qualificação da mão-de-obra, envolvendo esfera pública, nos níveis municipal, estadual e federal, instituições educacionais e de pesquisa. Esse processo de formação deve ser contínuo, podendo enquadrar cursos de qualificação técnica que envolvam conhecimentos de gestão, planejamento, recursos humanos, relação com clientes, atendimento ao turista, *marketing*, entre outros. Estas actividades orientariam, por exemplo, os artesãos para vinculação da produção às tendências da demanda neste sector, propiciando melhores condições para escoamento da produção e dinamização da actividade produtiva em questão;
- Levantamento de potencialidades com possibilidade de exploração, relativas a novos produtos, aperfeiçoamento da produção, mercado consumidor, combinadas com actividades de divulgação e *marketing*; destaca-se, aqui, a necessidade de auxílio à logística de escoamento da produção, já que os principais mercados consumidores da produção em questão si-

- tuam-se fora do espaço geográfico pesquisado;
- Desenvolvimento de pesquisas que explorem novas possibilidades de matérias-primas;
 - Divulgação dos produtos do arranjo, junto ao poder público, dentro do calendário de eventos turísticos da região, com elaboração de estratégias de *marketing* quer para o mercado local, quer para espaços extra-regionais;
 - Realização de um diagnóstico relativo ao setor e criação de um cadastro com o perfil sócio-econômico dos artesãos;
 - Criação de uma central de negócios, através de centro de divulgação e distribuição da atividade artesanal.

BIBLIOGRAFIA

- AMARAL FILHO, Jair do. É Negócio ser Pequeno, mas em Grupo. *Desenvolvimento em debate*, painéis do desenvolvimento brasileiro-II, Rio de Janeiro: BNDES, 2002. Disponível em: <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/LeonardoBarbosaDeMoraes.pdf>. Acesso em: 04/05/2008.
- AMARAL FILHO, Jair do, CORDEIRO, Rosemary de Matos, *Arranjo produtivo do turismo religioso em Juazeiro do Norte micro-região do cariri, Ceará*. Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais, 2006.
- AMARAL FILHO *et al.* *Núcleos e Arranjos Produtivos Locais: Casos do Ceará*. Seminário Internacional Políticas para Sistemas Produtivos Locais de MPME. 2002. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br>. Acesso em: 14/05/2006.
- ARAUJO, Maria de Lourdes de. *A cidade do Padre Cícero: Trabalho e Fé*. Rio de Janeiro: UFRJ, (Tese de Doutorado – Instituto de Planejamento Urbano e Regional, UFRJ), 2005.
- Banco do Nordeste do Brasil. *Ações para o Desenvolvimento do Artesanato do Nordeste*. 2002. Disponível em: <http://banconordeste.gov.br>. Acesso em: 30/08/2008.
- BORIN, E. C. P. *O SEBRAE e os Arranjos Produtivos Locais: o caso de Nova Friburgo/RJ*. Rio de Janeiro: UFRJ, (Tese de Doutorado – UFRJ), 2006. Disponível em: http://teses.ufrj.br/IPPUR_D/ElaineCavalcantePeixotoBorin.pdf. Acesso em: 04/05/2008.
- BRAGA, Clarice Azevedo de. *Acirramento da concorrência e alterações nas estratégias competitivas na indústria de vestuário: O caso do APL de Petrópolis*. Rio de Janeiro: IE/UFRJ (Dissertação de Mestrado – UFRJ), 2005. Disponível em: http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br/dados/nt_count.php?. Acesso em: 30/10/2007.
- CARVALHO, Tânia Mary Porto de. *Avaliação do Programa Araripe (Ceará): O Caso da cadeia do artesanato da palha de milho – 2002 a 2004*. Crato: URCA (Monografia do Curso de Especialização em Economia Aplicada à Empresa – URCA), 2006.
- GUIMARÃES, Vicente. *Sistemas de Inovação em Países Periféricos: O Arranjo Produtivo das Empresas de Software em Petrópolis*. Rio de Janeiro: IE/UFRJ (Dissertação de Mestrado), 2005. Disponível em: http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br/dados/nt_count.php?. Acesso em: 15/02/2008.
- HELAL, D. Henrique. *Exigências Profissionais em Organizações Pós-Fordistas: das*

Qualificações ao Modelo de Competência. XXVI ENEGEP - Fortaleza, CE, 2006. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR530356_8275.pdf. Acesso em: 30/08/2008.

IPECE - Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. *Perfil básico municipal: Juazeiro do Norte*. Fortaleza – CE 2007. Disponível em: http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil_basico/PBM_2007/Crato.pdf >. Acesso em: 24/01/2009

Resultados do Produto Interno Bruto Municipal (PIB Municipal) CEARÁ 2002-2006. Fortaleza, 2008. Disponível em: http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil_basico/PBM_2007/Crato.pdf . Acesso em: 24/01/2009.

LASTRES, Helena M.M. *Políticas para Promoção de Arranjos Produtivos e Inovativos Locais de Micro e Pequenas Empresas: vantagens e restrições do conceito e equívocos usuais*. 2004. IE/UFRJ. Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br/dados/nt_count.php?. Acesso em: 30/10/2007.

Micros, Pequenas e Médias Empresas no Brasil: Novos Requerimentos de Políticas para a Promoção de Sistemas Produtivos Locais. 2003. IE/UFRJ. Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br/dados/nt_count.php?. Acesso em: 15/02/2008.

LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E.; CAMPOS. Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos locais: vantagens do enfoque. In: LASTRES, Helena M.M.; CASSIOLATO, José E. (orgs). *Estratégias para o desenvolvimento. Um enfoque sobre Arranjos Produtivos Locais do Norte, Nordeste e Centro-Oeste brasileiros*. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.

LEMOS, Cristina. *Micros, Pequenas e Médias Empresas no Brasil: Novos Requerimentos de Políticas para a Promoção de Sistemas Produtivos Locais*. 2003. Dissertação (Doutorado) IE/UFRJ. Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br/dados/nt_count.php?. Acesso em: 15/02/2008.

MDIC. *Programa do Artesanato brasileiro – PAB*. 2002. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?>. Acesso em: 25/09/2007.

OLIVEIRA, Paulo Tersio de. *Arranjo produtivo local: o caso do artesanato em madeira na cidade de Juazeiro do Norte – CE*. Crato: URCA (Monografia de Graduação), 2009.

PALHANO, Alexandre. *O Arranjo Produtivo Coureiro-Calçadista de Campina Grande/PB*. 2000. Dissertação (Mestrado) IE/UFRJ. Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br/dados/nt_count.php?. Acesso em: 30/10/2007.

PEIXOTO, F.J. Marques. *O Local e os Sistemas de Inovações em Países Subdesenvolvidos: o caso do arranjo produtivo de moda praia de Cabo Frio/ RJ*. 2005. Dissertação (Mestrado) IE/UFRJ. Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br/dados/nt_count.php?. Acesso em: 30/10/2007.

SANTOS, L. D. *Concorrência e Cooperação em Arranjos Produtivos Locais: O caso do pólo de informática de Ilhéus/BA*. 2005. UFBA – Salvador/BA. Disponível em: http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br/dados/nt_count.php?. Acesso em: 30/10/2007.

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Distrito Federal. *Diagnóstico do Setor de Artesanato do Distrito Federal*. 2005. Universidade de Brasília - UnB. <http://www.df.sebrae.com.br>. Acesso em: 26/08/2008.

STALLIVIERI, Fabio. *Dinâmica econômica e a inserção de micro e pequenas empresas em arranjo produtivo locais: o caso da eletrometal-mecânica na microrregião de Joinville/SC*. 2004. 217 f. Dissertação (mestrado em economia industrial) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em: http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br/dados/nt_count.php? Acesso em: 30/10/2007.

Empreendedorismo: a experiência do Monte, ACE no Alentejo Central

Marta Alter, João Antunes***

Palavras-chave: empreendedorismo; emprego; investimento; empresa; negócio; financiamento; proximidade; postos de trabalho; território; desenvolvimento.

RESUMO

Este artigo tem como objectivo demonstrar a necessidade de apoio técnico para promover o Empreendedorismo e a Criação do Próprio Emprego através de acompanhamento, consultoria e formação a empresários. Pela sua experiência, o Monte, ACE é uma entidade técnica com competências para desempenhar um trabalho essencial de

* Directora Técnica do Monte,ACE (marta.alter@monte-ace.pt)

** Técnico do Monte, ACE (joao.antunes@monte-ace.pt)

MONTE - ACE - Rua Joaquim Basílio Lopes, n.º 1 | 7040-066 Arraiolos

tel. +351.266.490090 | fax. +351.266.419276 | URL: <http://www.monte-ace.pt>

proximidade com empreendedores e empresários numa região com sérios problemas de desenvolvimento económico.

ABSTRACT

This article aims to demonstrate the need to have technical support to promote Entrepreneurship and Self Employment. This structure has as its mission to provide support through counseling, advice and training to entrepreneurs. Over the years, the Mount, ACE is an entity with technical skills to perform essential work in close proximity to entrepreneurs and businessmen in a region with serious problems of economic development.

RÉSUMÉ

Cet article vise à démontrer la nécessité d'avoir appui technique pour promouvoir l'entrepreneuriat et au travail indépendant grâce à un counseling, des conseils et une formation aux entrepreneurs. Au fil des ans, la montagne, ACE est une entité ayant des compétences techniques requises pour réaliser un travail essentiel à proximité des entrepreneurs et hommes d'affaires dans une région avec de graves problèmes de développement économique.



I. REALIDADE ECONÓMICA E SOCIAL NO ALENTEJO CENTRAL

Os territórios rurais, como é a Região do Alentejo Central, enfrentam um conjunto de ameaças ao seu desenvolvimento de que a dimensão ligada ao empreendedorismo e criação de emprego é uma das maiores fragilidades. Assim, os dados sobre o tecido produtivo da região apontam para uma reduzida “densidade empresarial” aliada a uma baixa dinâmica de constituição de empresas. As empresas fortemente predominantes são micro e pequenas empresas, sendo o peso das microempresas na região do alentejo 5% superior ao da média nacional. A par desta caracte-

rística ressalta ainda a pouca “apetência” empreendedora da região que embora tenha crescido nos últimos anos ainda assim se situa abaixo da média nacional (uma taxa de iniciativa empresarial da ordem dos 15,9 por mil habitantes na região sendo este indicador de 18 pontos ao nível nacional). Os baixos níveis de rendimento e produtividade, entre outros aspectos fizeram com que o Alentejo Central acompanhasse a tendência nacional de redução das taxas de sobrevivência das empresas. A dissolução de empresas apresenta valor igual à média nacional (2 empresas por cada 1000 habitantes). O aumento de iniciativas empresariais não apresenta pois repercussão no aumento da sustentabilidade das empresas. Na raiz deste facto estão também incipientes níveis de associação/cooperação interempresas e a escassez de serviços de suporte ao desenvolvimento e inovação do tecido económico.

A região continua a ser a que maiores índices de desemprego apresenta, sendo a taxa de desemprego feminino a mais alta do continente. Ao nível do emprego os Centros de Emprego do Alentejo Central registam 7540 inscritos (IEFP - ES - Centros de Emprego - Estatísticas Mensais - Setembro 2009), dos quais cerca de 53% são mulheres. Estes inscritos situam-se maioritariamente (41%) na faixa dos 35 a 54 anos e possui baixas qualificações escolares e profissionais o que dificulta o sua integração profissional (49% procura novo emprego). Em 2001 a taxa de actividade rondava os 41,3% no território de intervenção. No caso das mulheres e jovens a situação é mais grave já que a percentagem de desemprego feminina é, nesta região, a mais elevada do país; em 2001 11,5% da população activa feminina do Alentejo estava sem emprego; a média nacional era nessa data, de 7,6%. No caso dos jovens com idades compreendidas entre os 15 e 24 anos, a taxa de desemprego no Alentejo assinalada em 2004 era de 22,1% em comparação a uma média nacional de 15,3%.

Assim a menor dinâmica empresarial na região a par da menor qualificação da população activa, dificultam a inserção profissional da população em geral e das mulheres em particular. No quadro do Programa Rede, o trabalho em proximidade de uma rede de consultores, com os empresários do Alentejo Central, identificou um conjunto de pontos críticos ao nível do empreendedorismo: dificuldade de constituir capital de arranque, dificuldades financeiras para a realização de investimentos;

dificuldade de acesso à informação; rarefacção de pontos/serviços de apoio; baixas qualificações escolares dos empresários; concentração de funções numa só pessoa (produção, comercialização, gestão) o gestor e dono da empresa; pouca dinâmica das associações empresariais locais, entre outros.

II. EXPERIÊNCIA DO MONTE, ACE NO APOIO A EMPREENDEDORES

Perante este panorama a intervenção do Monte, ACE e das suas associadas tem sido o de procurar canalizar incentivos e apoios ao empreendedorismo na região do Alentejo Central.

Com efeito, desde 1997 que o Monte, ACE tem dinamizado na Região do Alentejo Central a Iniciativa **LEADER**, actualmente integrada no PRODER - Programa de Desenvolvimento Rural que tem por objectivo a revitalização económica e social da região. Da ajuda publica prevista para o Sub-programa 3 do **PRODER** no Alentejo Central, 65% será canalizada para a criação/desenvolvimento de micro-empresas, sendo prioritárias operações de criação de emprego por jovens e mulheres.

Na gestão deste programa, tem-se desenvolvido intervenções paralelas com o objectivo de complementar o apoio à criação de emprego na região, de que são exemplos mais significativos a gestão de iniciativas com esta finalidade e criadas para ultrapassar os problemas de emprego na Região (o **PIPPLEA** de Iniciativa do Ministério do Trabalho e Emprego, 1999), desenvolvimento de **actividade formativa** dirigida a empresas e a activos, apresentação e acompanhamento de várias **iniciativas locais de emprego** e mais recentemente, a oferta na região de soluções para o reforço do empreendedorismo de que é exemplo o **SIM - Microcrédito**, sistema de microcrédito para o auto-emprego e criação de micro-empresas na região, que constitui uma solução integrada de apoio ao empreendedor, combinando o micro-financiamento (**através da Caixa de Crédito Agrícola Mútuo**) para a criação de pequenos negócios com a formação na área empresarial contribuindo para a melhoria de competências do(a)s empreendedores(as) e para a diminuição do risco do negócio através do Sistema Integrado de Suporte ao Empreendedor (SISE) especialmente

concebido para apoiar públicos desfavorecidos no acesso às soluções de crédito tradicionalmente oferecidas pela banca comercial. O Monte, ACE e as suas associadas ALIENDE e ADMC disponibilizam para toda a região do Alentejo Central os apoios do PRODER e a Rede SIM. Mais recentemente e em virtude do aprovação do projecto MOVE PME (AIP e ALIENDE) está disponível para a região o apoio as PME, de forma a alcançar padrões de desempenho mais competitivos, recorrendo para o efeito a metodologias activas e diversificadas de Formação-Acção, operacionalizadas com recurso a Formação Teórica, Formação Personalizada, *Workshops* e Seminários de Sensibilização.

É pois neste panorama de intervenção do Monte, ACE, que se perspectiva a candidatura do Monte, ACE e os apoios disponibilizados pelo Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego (PAECPE)². A actividade diária do Monte, ACE e das suas associadas, é feita para os empreendedores e com os empreendedores da região do Alentejo Central. As actividades de acompanhamento e consultoria orientadas fundamentalmente para a criação de condições que garantam o acesso de empreendedores aos sistemas de financiamento geridos pelo Monte, ACE no âmbito do PRODER, incluem ainda o aconselhamento para outras fontes de financiamento, a articulação com as instituições bancárias e a definição de programas de formação orientadas sobretudo para suprir as necessidades de formação em matéria de gestão de negócios. Com os empreendedores do SIM – Microcrédito são ainda definidos os planos de negócios e feito o acompanhamento ao desenvolvimento dos respectivos negócios. Na formação de activos e sobretudo nas formações de desempregados é estimulado o empreendedorismo e acompanhadas individualmente as iniciativas que tenham condições para a criação do auto-emprego através do acompanhamento para as soluções disponíveis de que as apresentadas pelo IEFPP são as mais significativas.

Da experiência do Monte, ACE de cerca de 13 anos na gestão de incentivos à criação de emprego e ao desenvolvimento de projectos de investimento, ressalta ainda a necessidade de que nestas regiões o acompanhamento e a proximidade ao empreendedor é fundamental ao sucesso

² Recomenda-se consulta à Portaria n.º 985/2009, de 4 de Setembro.

da sua iniciativa. E por esta razão, a candidatura que agora se apresenta está ainda organizada de forma a criar condições que ofereçam uma resposta rápida e local aos diferentes pedidos. Assim, a candidatura beneficia da organização interna do Monte, ACE e do capital de experiência acumulada pelas suas associadas ALIENDE - Associação para o Desenvolvimento Local e Associação de Desenvolvimento Montes Claros (ADMC), para além dos seus recursos humanos que estão afectos a esta candidatura. A mais valia da localização dos três Gabinetes de Apoio ao Investidor que deste modo garantem uma cobertura integrada da região do Alentejo Central e que se articula com a rede SIM – Microcrédito já em funcionamento na região, deve ainda acrescer-se a existência junto da ADMC de um Gabinete de Inserção Profissional (GIP) e a experiência de gestão do Programa “Rede” desenvolvida pela ALIENDE - Associação para o Desenvolvimento Local, reforçada actualmente com o MOVE - PME.

A credenciação do Monte, ACE enquanto entidade prestadora de apoio técnico à criação e consolidação de Projectos constituirá uma mais-valia para o território na medida em que:

- constitui uma **oferta integrada de soluções e serviços** para a criação de emprego;
- o apoio ao empreendedorismo e à criação de emprego é uma **prioridade estratégica** da intervenção do Monte, ACE e das suas associadas;
- o Monte, ACE, e as suas associadas, conhecem a realidade do tecido empresarial local e tem uma **experiência significativa no acompanhamento e apoio técnico** às empresas;
- beneficia da experiência da sua associada Aliende no que diz respeito à **gestão do Programa Rede**, e à existência de procedimentos estabelecidos em matéria de acompanhamento e consultoria;
- possui uma **oferta de actividades formativas**, individualizadas ou integradas, que estão acreditadas pela DGERT;
- beneficia da experiência da intervenção da sua associada Associação Montes Claros e da gestão de **uma Unidade de Inserção na Vida Activa, actualmente, GIP** e colaboração estreita com o **CNO de Borba, para além do CNO de Arraiolos e o CNO das Alcáçovas**;
- o Monte, ACE e as suas associadas dispõem de uma **equipa técnica experiente** que há mais de 12 anos desenvolve trabalhos de acompa-

nhamento à estrutura empregadora da região, possuindo ainda uma **bolsa de consultores seniores;**

- a organização da rede de oferta dos serviços prestados pelo Monte, ACE e pelas suas associadas, **permite a divulgação e a mobilização de empreendedores, para os apoios constantes no PAECP;**
- o **Monte, ACE, tem uma forte implantação local,** reconhecida pelos agentes económicos e sociais da região, pelo seu papel como agente de desenvolvimento da região;
- o Monte, ACE **integra várias plataformas e redes de empreendedores** e de microcrédito (SIM com as Caixas de Crédito Agrícola Mútuo, ANDC), o que reforça o impacto de medidas e de política.

III. QUAL A NECESSIDADE DE INTERVIR?

O apoio ao empreendedorismo é uma área estratégica de intervenção do Monte, ACE. A candidatura à credenciação de entidades no âmbito do Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego (PAECPE) entregue ao IEFP em Novembro de 2009, enquadra-se na oferta de serviços prestada aos empreendedores locais e tem por objetivo central criar e diversificar a tipologia de serviços disponível na região que contribua para a criação de condições que favoreçam e estimulem as iniciativas de criação de emprego criando, simultaneamente, oportunidades para acompanhar as iniciativas de emprego e garantir a sua consolidação.

A Importância do Empreendedorismo

João Pedro*

Palavras chave: Empreendedorismo, iniciativa empresarial, inovação, criação de emprego, desenvolvimento local, desenvolvimento regional, criação de empresas.

RESUMO

Este trabalho começa com um estudo da bibliografia publicada sobre a importância do empreendedorismo no desenvolvimento das economias actuais, evidenciando quatro motivos: contribui para a criação de emprego, para a inovação, para a criação de riqueza e, por último, constitui uma cada vez mais importante opção de carreira para uma boa e crescente parte da força de trabalho.

* Texto elaborado a partir dos trabalhos realizados por Fernando C. Gaspar (fernando.gaspar@esg.ipsantarem.pt) e Luis Fê de Pinho (luis.fedepinho@esg.ipsantarem.pt), da Escola Superior de Gestão de Santarém.

ABSTRACT

This document starts with a study of the published bibliography on the importance of entrepreneurship in the development of the current economies: it contributes for Job increasing, the innovation, the creation of wealth and, finally, it constitutes one each time more important option of career for a good and increasing part of the work force.

RÉSUMÉ

Ese trabajo empieza con un estudio de la bibliografía publicada en la importancia de la creación de empresas en el desarrollo de las economías actuales evidenciando cuatro razones: contribuye para la creación del trabajo, de la innovación, de la creación de la abundancia y, finalmente, constituye una cada vez opción más importante de la carrera y aumento de la fuerza de trabajo.

1. INTRODUÇÃO

Nos dias que correm, todos falam de empreendedorismo. As associações empresariais e as universidades pretendem promover a iniciativa empresarial e a criação de empresas. Os governos anunciam a intenção de apostar no empreendedorismo e de desenvolver uma cultura e uma sociedade empreendedora. As publicações económicas apresentam secções sobre o tema.

Como sublinha o Professor Pedro Nueno: *“Não há dúvida de que se o cinema foi um dia considerado como a sétima arte, no século XXI podemos falar de uma oitava arte, a arte de criar empresas.”*

2. A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO

Segundo os estudos do Professor Timmons (1990, 2006), para os Estados Unidos manterem no século XXI os mesmos níveis de desenvolvimento do ano de 1990, deveriam ter chegado ao ano 2000 com cerca de 30 milhões de pequenas e médias empresas, o que supõe um aumento

de 12 milhões em relação aos 18 milhões existentes em 1990. Segundo o mesmo Professor, nas últimas duas décadas do século XX mais de 90% dos novos postos de trabalho criados nos Estados Unidos tiveram origem na criação de novas empresas e na expansão de pequenas empresas. Se pensarmos nestes números, corroborados por outros estudos similares, ninguém pode pôr em dúvida a importância que nos próximos anos vai ter a iniciativa empresarial e a criação de novas empresas para a manutenção e a melhoria dos níveis de desenvolvimento económico e social.

A importância do estudo do empreendedorismo é abordada por diversos autores. Para Low e MacMillan (1988) e Gartner (2001), o empreendedorismo deve ser estudado, fundamentalmente, para explicar e facilitar o papel da nova empresa no desenvolvimento do progresso económico. Uma outra razão apontada para justificar a investigação nesta área reside na ideia de que, para além de explicar como funcionam os mercados, também é necessário perceber porque funcionam, e que para isso é fundamental entender o papel dum agente central nesse processo: o empreendedor (Raposo e Silva, 2000).

Lambing e Kuehl (2003) defendem que este tema deve ser estudado, principalmente devido à dimensão que assumiu, fornecendo-nos uma ideia dessa dimensão através do crescimento do número de novas empresas criadas nos Estados Unidos da América (EUA) nos últimos quarenta e cinquenta anos. Assim, em 1955, naquele país existiam 4,5 milhões de pequenas empresas, ou seja, 1 por cada 38 habitantes.

Em 1965 esse rácio passou para 1/29, em 1975 para 1/26, em 1985 para 1/20 e em 1998 para 1/16, menos de metade do valor registado em 1955. A pura dimensão do fenómeno de criação de novas empresas é, para estes autores, justificativa da atenção que lhe é dedicada na investigação publicada.

A importância do empreendedor e da criação de novas empresas, em particular das microempresas, para o desenvolvimento económico e social dum país é apontado pela Comissão Europeia (2003) como outro motivo que justifica um esforço de investigação sobre o fenómeno. O *Green Paper* da Comissão Europeia (2003) aponta como razões para considerar o empreendedorismo importante, o seu contributo para:

- A criação de empregos;

- O crescimento económico;
- Melhorar a competitividade;
- Aproveitar o potencial dos indivíduos;
- Explorar os interesses da sociedade (protecção do ambiente, produção de serviços de saúde, de serviços de educação e de segurança social).

Reynolds (1991) oferece-nos uma visão mais global do fenómeno do empreendedorismo, referindo que o subsistema empreendedor, enquanto parte do sistema social e económico duma sociedade, desempenha duas funções – a de arbitragem entre subsistemas (nomeadamente entre o financiamento, a inovação e os fornecedores de factores produtivos), e a de integrador do subsistema económico.

Desempenhando um papel tão importante na sociedade, não admira que o empreendedor seja alvo de tanta atenção na literatura publicada.

Por outro lado, o aumento significativo que se tem verificado na publicação de investigação sobre empreendedorismo acaba por ser um reconhecimento da importância que o fenómeno assume no desenvolvimento das economias, facto este já sublinhado por Schumpeter (1949) à mais de cinquenta anos.

Essa importância é reconhecida não só pelos investigadores como também pelo poder político: desde o governo socialista francês, até aos governos conservadores dos EUA, passando pelo governo inglês, todos têm sublinhado a importância estratégica do empreendedorismo para o desenvolvimento económico e social dos seus países (Raposo e Silva, 2000).

Henrekson (2002) e Coulter (2003) apontam como explicação para a importância atribuída a este fenómeno três razões principais: a criação de emprego, a inovação e a criação de riqueza.

Reynolds, Storey e Westhead (1994) acrescentam uma quarta: a constituição da própria empresa constitui-se como uma importante escolha de carreira que afecta a vida de milhões de pessoas no mundo inteiro, nos dias que correm.

Assim, analisando os trabalhos publicados, é possível sintetizar quatro razões principais para justificar a importância do estudo do empreendedorismo:

1. A criação de emprego, incluindo o auto-emprego;
2. A importância das jovens empresas para a inovação;

3. A contribuição de novas de empresas para a criação de riqueza e para o desenvolvimento da economia e da sociedade;
4. A opção de carreira para uma parte significativa da força de trabalho. Em relação à primeira razão apontada, a criação de emprego, Reynolds, Storey e Westhead (1994) estimam que, tanto na Suécia como nos EUA, cerca de metade dos empregos criados ao longo dum período de seis anos se deveram às pequenas e médias empresas (PME's) criadas no mesmo período.

Também nos EUA as pequenas empresas recém-criadas são responsáveis pela criação de 3/4 dos novos empregos (Henderson 2002). Palich e Bagby (1995) afirmam que os governos vêm os empreendedores como os principais criadores de novos empregos, enquanto Allen e Weinberg (1988) analisam diversos estudos sobre criação emprego por PME's para concluir (pp. 197) que o seu peso nessa variável macroeconómica é elevado nos EUA: "...during the period of 1969-1976 firms with fewer than 20 employees crated about two-thirds of all new jobs and firms with under 100 employess created 80 percent of all net new jobs (Birch, 1985)..."

Esta conclusão é confirmada pelos trabalhos de Arzeni (1998) e Birley (1986), sendo que esta última afirma serem as novas empresas responsáveis por 2,9% do total de postos de trabalho.

Também Timmons e Bygrave (1986) confirmam esta situação ao concluírem que as pequenas empresas de base tecnológica são a fonte duma quota da criação de emprego superior ao seu peso na economia. Por sua vez, Arend (1999) refere estatísticas dos Estados Unidos, segundo as quais na década de 80 as pequenas empresas criaram 20 milhões de empregos, enquanto as grandes contribuíram para o desemprego com fortes *downsizings*. É de salientar ainda o livro verde sobre empreendedorismo da Comissão Europeia (2003) onde é colocado em evidência o papel que o espírito empresarial assume na criação de emprego.

Note-se, no entanto, que a criação de emprego pelas novas empresas decorre em paralelo com o possível encerramento de empresas antigas, ultrapassadas e vencidas pelas novas. Ou seja, se por um lado se cria emprego, o processo de destruição criativa (Schumpeter, 1942) leva também à perda de outros postos de trabalho.

Baptista e Thurik (2004) estudaram a relação entre a criação de

novas empresas e o desemprego em Portugal e concluíram que essa relação é menos significativa ou decorre com um desfasamento temporal mais alargado do que na média dos países da OCDE, mas ainda assim é positiva.

Ainda sobre este assunto, Baptista, Escária e Madruga (2004) encontraram evidência empírica comprovadora de que a criação de novas empresas tem efeitos directos na criação de emprego, mas tem também efeitos indirectos, através do aumento da concorrência, da eficiência e da inovação. No entanto, estes efeitos indirectos fazem-se sentir com um desfasamento temporal de cerca de oito anos, ou seja, a criação de novas empresas tem também uma influência de longo prazo na criação de emprego.

Em relação à segunda razão, a inovação, Reynolds (1994) e o livro branco da US Small Business Administration (1998) acentuam a importância das novas empresas para a inovação na economia, não apenas pela quantidade de patentes registadas a favor destas, proporcionalmente muito maior do que a registada a favor das empresas mais antigas, mas também pelos desafios que colocam às empresas já instaladas.

Arend (1999) corrobora esta posição indicando que, na década de oitenta do século passado, as pequenas empresas gastaram globalmente mais em investigação e desenvolvimento (I&D) do que as grandes empresas e geraram 24 vezes mais inovações por cada dólar investido em I&D do que as empresas da Fortune 500, adiantando ainda que às empresas já instaladas não interessa muitas vezes explorar as inovações tecnológicas, porque a mudança tem, por vezes, custos e riscos muito elevados.

Também Timmons e Bygrave (1986) confirmam esta situação ao concluírem que as pequenas empresas de base tecnológica são a fonte da maioria das inovações tecnológicas “radicais”.

Hamel e Prahalad (1991) vão mais longe e afirmam que às grandes empresas é, em geral, praticamente impossível serem verdadeiramente inovadoras. De facto, a preocupação com o curto prazo e a burocracia sufocam a inovação nas grandes empresas (Drucker 1985).

Já Barrett e Weinstein (1998) afirmam que faz parte da natureza de qualquer grande organização ser hostil à mudança (como reflexo duma certa forma de homeostasia), apesar das empresas maiores terem uma

vantagem potencial na inovação, pois têm mais recursos para investigar, melhores sistemas de distribuição estabelecidos e podem financiar e suportar mais facilmente o risco dos projectos.

Assim, para as jovens empresas a inovação é o seu motor de desenvolvimento e a procura sistemática da inovação faz parte central do próprio conceito de empreendedorismo (Drucker, 1985a, 1985b, 1998).

Refira-se, finalmente, que no estudo das *5 career anchors* de Schein (1974) concluiu-se que os empreendedores “caíam” todos no grupo da criatividade, ou seja, distinguiam-se dos restantes por essa característica, condição necessária para a inovação.

Quanto à terceira razão, a criação de riqueza e o desenvolvimento, Reynolds, Storey e Westhead (1994) e Reynolds (1994) mostraram que, nos EUA, elevadas taxas de criação de empresas foram no período analisado uma condição necessária para o crescimento económico. Mais, Reynolds, Storey e Westhead (1994) e Reynolds & Maki (1990, 1991) concluíram que a criação de empresas acompanha quase sempre o crescimento económico, enquanto Carter, Gartner e Shaver (2003) confirmaram que a criação de novos negócios independentes explica entre um quarto e um terço da variação no crescimento económico em muitos dos países industrializados.

Também Arzeni e Pellegrin (1997), Tang e Koveos (2004) e o livro branco da US National Commission on Entrepreneurship (2001) concluíram pela existência duma relação estatisticamente significativa entre a criação de novas empresas e o crescimento do PIB.

Ainda sobre este aspecto, Baumol (1995) concluiu que o mais importante para o desenvolvimento duma sociedade não é a quantidade de empreendedores existente na economia, mas sim a sua distribuição entre diferentes actividades, nomeadamente entre a economia informal e a formal.

No mesmo sentido, Henderson (2002) considera que o valor do empreendedor é evidente tanto a nível nacional como a nível regional ou local. Ao nível das nações, verificou que aquelas que têm mais actividade empreendedora têm também um crescimento do PIB mais elevado, afirmando mesmo que o empreendedorismo explica um terço da diferença de crescimento entre países, embora considere que a relação entre em-

preendedorismo e crescimento é mais forte em países que dependem mais do comércio internacional. Ainda segundo o mesmo autor, o segmento das pequenas empresas empreendedoras é o que mais cresce nas exportações dos EUA, sendo que entre 1987 e 1997 o número e o valor das exportações de PME's americanas triplicaram.

Por sua vez, Coulter (2003) verificou que nos países do G7 se confirma a existência duma forte relação entre o nível de actividade empreendedora e o crescimento económico anual. Baseando-se no relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), esta autora fornece evidência conclusiva de que promover o empreendedorismo e a dinâmica empreendedora dum país devia ser uma componente da acção de qualquer governo que pretenda estimular o crescimento económico e o desenvolvimento social.

Estas conclusões vêm no fundo confirmar o trabalho de Schumpeter (1942), que à mais de cinquenta anos recuperou a figura do empreendedor como o principal “activador” do desenvolvimento económico, graças à sua função de inovador.

Também a Comissão Europeia (2003) comunga da mesma ideia ao concluir, no seu livro verde sobre o empreendedorismo na Europa, que os países com maior aumento das taxas de iniciativa empresarial tendem a ter maior decréscimo subsequente das taxas de desemprego, concluindo ainda que o “espírito empresarial” contribui para o crescimento económico e pode ainda contribuir para reforçar a coesão económica e social de regiões menos desenvolvidas e para estimular a actividade económica, a criação de emprego e a integração dos desempregados no meio laboral. No mesmo sentido, Audretsch (2004) conclui que o empreendedorismo é a fonte do crescimento económico nas economias modernas, pois é ele que permite aproveitar os avanços no conhecimento.

É ainda de realçar o trabalho de Audretsch e Fritsch (2003), onde se sustenta que não existe uma relação directa e inequívoca entre empreendedorismo e crescimento económico. Essa relação pode ser diferente em diferentes sistemas económicos e em diferentes épocas. De facto, enquanto os estudos realizados na Alemanha nos anos oitenta do século XX não identificaram uma relação entre o nível de empreendedorismo e o crescimento económico (Audretsch e Fritsch, 1996, Fritsch, 1996 e 1997), o estudo de Reynolds (1999) sobre os E.U.A. chegou a uma

conclusão completamente diferente, identificando uma relação clara e positiva entre as duas variáveis.

Entretanto, usando o mesmo modelo, novamente na Alemanha, mas com dados dos anos noventa do século XX, os resultados foram já completamente diferentes, indicando que as regiões com taxas mais altas de criação de novas empresas exibiram uma taxa de crescimento económico claramente mais elevada. Segundo os autores, estes resultados mostram que se registou uma alteração na estrutura da economia alemã, tendo o motor do crescimento deste país mudado das grandes empresas estabelecidas, como se verificava nos anos oitenta, para a actividade empreendedora, nos anos noventa Também van Stel, Carree e Thurik (2004) sustentam que a relação entre o empreendedorismo e o crescimento económico não é idêntico em todos os países, antes sendo dependente do nível de rendimento *per capita* do país. Concluem estes autores que “...o empreendedorismo desempenha diferentes papéis em países situados em diferentes estágios de desenvolvimento económico” (van Stel, Carree e Thurik, 2004: 1)

Wennekers et al (2005) defendem, no mesmo sentido, que esta relação entre o empreendedorismo e o crescimento económico tem uma forma de U, ou seja, para os países mais desenvolvidos a forma de incentivar o crescimento passará por estimular o empreendedorismo, enquanto nos países em vias de desenvolvimento se torna mais viável obter esse crescimento através de, por exemplo, uma maior exploração de economias de escala ou da atracção de grandes investimentos estrangeiros.

A forma como a actividade empreendedora afecta o crescimento económico passa por três vectores principais (Wennekers e Thurik, 1999 e Karlsson, Friis e Paulsson, 2004):

1. Inovação;
2. Acréscimo de concorrência;
3. Criação de empresas e de emprego.

No entanto, Karlsson, Friis e Paulsson, (2004) admitem que o efeito do aumento da concorrência no crescimento necessita ainda de ser melhor estudado.

Outra visão sobre este assunto é a de Sturzenegger e Tommasi (1994) que concluem ser o fraco crescimento económico de alguns países

resultado da alocação dos recursos dos empreendedores para actividades menos produtivas.

Contributo importante para compreender a relação entre o empreendedorismo e o crescimento económico é aquele oferecido por uma das conclusões de Michael Porter: *Invention and entrepreneurship are at the heart of national advantage*. (Porter, 1990: 125)

Assim, para além de ser importante para o crescimento económico, o empreendedorismo assume também particular importância para o desenvolvimento das economias, especialmente quando estas atravessam momentos de transformação (Spilling, 1996 e Jackson, Klich e Poznanska, 1999). Esta importância deve-se, em grande parte, ao papel assumido pela destruição criativa nos processos de mudança das economias, isto é, a criação de novas empresas vai levar à exclusão do mercado e ao fecho de empresas previamente existentes (Jackson, Klich e Poznanska, 1999).

Finalmente, Bygrave e Minniti (2000) e Acs e Armington (2002) salientam a importância da “externalidade” positiva resultante da actividade dos empreendedores de êxito, através do efeito encorajador para outros criarem as suas próprias empresas e através da procura de produtos e serviços pelas novas empresas, que vai levar à criação de empresas geradoras de riqueza naquela região.

Quanto à quarta e última razão que justifica a importância do empreendedorismo, a questão da opção de carreira, o livro branco da US Small Business Administration (1998) sublinha a relevância da opção e o trabalho de Henderson (2002) refere que os norte-americanos que trabalham por conta própria ganham um terço mais do que os assalariados e que os empreendedores que criaram uma empresa ganham ainda muito mais. Por esta razão de cariz económico e por uma questão de afectação do capital humano de cada indivíduo, o empreendedorismo é um tema que importa estudar, pois afecta as vidas de milhões de pessoas que todos os anos se empenham na criação da sua própria empresa.

De acordo com o relatório executivo do Global Entrepreneurship Monitor de 2003 (Reynolds et al, 2004), dos 2,4 mil milhões de habitantes em idade activa (18-64) nos 40 países então analisados, quase 300 milhões de pessoas estavam envolvidas no processo de criação duma nova empresa, ou seja, 190 milhões de novas empresas a serem criadas naquele

ano. Isto representa uma estimativa de 300 milhões de empreendedores, naqueles 40 países em 2003. Estes números são reforçados pelo trabalho de Reynolds (2003) que conclui que, entre 1993 e 2002, a percentagem de adultos entre os 18 e 74 anos envolvidos na criação de novas empresas nos EUA cresceu de 4 para mais de 13%.

Douglas e Shepherd (1999) analisam a questão da escolha de carreira que o empreendedor faz como estando dependente da utilidade que ele espera retirar de cada uma das opções (criar a sua empresa ou continuar empregado). Essa utilidade resulta das compensações (financeiras e outras) que espera receber, dos riscos que vai assumir, do esforço exigido, da autonomia para tomar decisões e das condições de trabalho.

Carter, Gartner e Shaver (2003) acrescentam que aqueles que optaram por uma carreira como empreendedores revelam atribuir menor importância aos papéis e ao reconhecimento social do que os outros.

O presente trabalho pretende inserir-se nesta preocupação e nesta linha de actuação, uma vez que se propõe estudar um importante factor de desenvolvimento económico e social. É a esse propósito que o prémio Nobel Hayek (1974) apresenta o empreendedor como a chave para o desenvolvimento das nações.

Finalmente, Shane e Venkataraman (2000) encaram esta questão da relevância do estudo do empreendedorismo de forma algo diferente, quando afirmam que é necessário estudar este fenómeno por três razões:

1. Este é o processo pelo qual a sociedade converte informação técnica em bens e serviços disponíveis nos mercados;
2. É também o mecanismo que descobre e mitiga ineficiências temporais e espaciais no funcionamento dos mercados;
3. O empreendedorismo inovador é o processo crucial para a mudança e evolução da economia.

O potencial do empreendedorismo para incrementar a criação de novos empregos e promover o desenvolvimento económico e social não foi esquecido pela comunidade internacional. A Assembleia Geral das Nações Unidas, durante a sua 48.^a sessão, adoptou uma resolução – *Entrepreneurship and Privatization for Economic Growth and Sustainable Development* – encorajando os seus membros a promoverem o desenvolvimento do empreendedorismo e o apoio aos empreendedores locais.

Todas estas razões colocam em evidência a importância considerável do empreendedorismo como motor essencial para o desenvolvimento económico e social sustentado de uma região e de um país, justificando assim a realização deste estudo.

BIBLIOGRAFIA

- ACS, Zoltan J., ARMINGTON, Catherine. *Entrepreneurial Activity and Economic Growth*. 2002. [referência de 15-07-2003].Frontiers of Entrepreneurship Research Disponível na Internet em: www.babson.edu/entrep/fer/.
- ALLEN, David N. e Mark L. WEINBERG (1988), *State Investment in Business Incubators*, PAQ, Verão, 196-215.
- AREND, Richard J. (1999), Emergence of Entrepreneurs Following Exogenous Technological Change, *Strategic Management Journal*, Vol.20, 31-47.
- ARZENI, Sergio, PELLEGRIN, Jean-Pierre. 1997. Entrepreneurship and Local Development. *The OECD Observer*, 204, p. 27-29.
- ARZENI, Sergio. 1998. Entrepreneurship and Job Creation. *The OECD Observer*, 209, p. 18-20.
- AUDRETSCH, David B., FRITSCH, Michael. 2003. Linking Entrepreneurship to Growth: The Case of West Germany. *Industry and Innovation*, 10, 1, p. 65-73.
- BAPTISTA, Rui, ESCÁRIA, Vitor, MADRUGA, Paulo. *Entrepreneurship, Regional Development and Job Creation: the case of Portugal*. 2004. Max Planck Institute. Working paper disponível na Internet em: <http://nep.repec.org/>.
- BAPTISTA, Rui, THURIK, Roy. *The Relationship between Entrepreneurship and Unemployment: is Portugal an Outlier?*. 2004. Max Plank Institute for Research. Working paper disponível na Internet em: <http://nep.repec.org/>.
- BARRETT, Hilton e Art WEINSTEIN (1998), *The Effect of Market Orientation and Organizational Flexibility on Corporate Entrepreneurship*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, 57-70.
- BAUMOL, William J. (1990), Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive, *Journal of Political Economy*, Vol.98, Nº 5, October , 893-921.
- BAUMOL, William J.. 1993. Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds. *Journal of Business Venturing*, 8, p. 197-210.
- BIRLEY, Sue. 1986. The Role of New Firms: Births, Deaths and Job Generation. *Strategic Management Journal*, 7, p. 361-376.

- BRAGA, Ascensão M., NATÁRIO, Maria M. 2003. *O Desempenho Inovador na Economia Dirigida Pelo Conhecimento*. Proceedings das XIII Jornadas Luso- Espanholas de Gestão Científica. Lugo. p. 21-30.
- BYGRAVE, William, MINNITI, Maria . 2000. The Social Dynamics of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24, 3, p. 25-36.
- CARTER, Nancy M., GARTNER, William B. , SHAVER, Kelly G.. 2003. The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 1, p. 13-39.
- CARVALHO, Luísa M.. 2003. *A Trilogia Empreendedorismo, Portugal e o Futuro*. Proceedings das I Jornadas de Gestão e Empreendedorismo da UIFF. Figueira da Foz.: Universidade Internacional da Figueira da Foz, p. 1-13.
- COMISSÃO EUROPEIA. Livro Verde: Espírito Empresarial na Europa. 2003. Comissão das Comunidades Europeias. Disponível na Internet em: Bruxelas.
- COULTER, Mary. 2003. *Entrepreneurship in Action*, 2nd Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- COUTO, João P., TIAGO, Maria T. , NATÁRIO, Maria M.. 2004. *Competitividade das Regiões Portuguesas: Uma Análise Comparada*. Proceedings das XIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica. Ponta Delgada. p. 312-318.
- DAVIDSSON, Per e Johan WIKLUND (1997), "Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates", *Journal of Economic Psychology*, Vol.18, 179-199.
- DOMÍNGUEZ, Francisco J. (2002), *El Empreendedor. Una Propuesta de Modelo Explicativo de Comportamiento*, XII Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica, Covilhã, Abril, 1-7.
- DOUGLAS, Evan J., SHEPHERD, Dean A. 1999. Entrepreneurship as a Utility Maximizing Response. *Journal of Business Venturing*, 15, p. 231-251.
- DRUCKER, Peter F. (1985), The discipline of innovation, *Harvard Business Review*, Maio-Junho , 67-72.
- DRUCKER, Peter F. (1985), *Innovation and Entrepreneurship - Practice and Principles*. Nova Iorque: Harper & Row.
- DRUCKER, Peter F.. 1998. The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, p. 149-157.
- GARTNER, William B.. 2001. *Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, 4, p. 27-39.
- GASPAR, Fernando A. 2004. *Factores Regionais Determinantes da Criação de Empresas*. Proceedings das XIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica. p. 407-416.
- HAMEL, Gary e C.K. PRAHALAD (1991), Corporate imagination and expeditionary marketing, *Harvard Business Review*, July , 81-92.
- HENDERSON, Jason (2002), Building the Rural Economy With High-Growth Entrepreneurs, *Economic Review - Federal Reserve Bank of Kansas City*, Vol.87, Nº 3, Kansas City, Third Quarter , 45-70.
- HENREKSON, Magnus. 2002. Entrepreneurship: A Weak Link in the Welfare State. SSE/EFI Working Paper Series in *Economics and Finance*, 518, .
- JACKSON, John E., KLICH, Jacek, POZNANSKA, Krystyna. 1999. Firm Creation and Economic Transitions. *Journal of Business Venturing*, 14, p. 427-450.
- KARLSSON, Charlie, FRIIS, Christian, PAULSSON, Thomas. Relating Entrepreneurship to Economic Growth. 2004. CESIS - Electronic Working Paper Series. Working paper disponível na Internet em: <http://nep.repec.org/>.
- KEEBLE, David e Sheila WALKER (1994), New firms, small firms and dead firms: spatial patterns and determinants in the United Kingdom, *Regional Studies*, Vol.28, Nº 4, 411-427.
- NUENO, P. (1994), *Emprendiendo*, Ediciones Deusto. Bilbao.
- PALICH, Leslie E. e D. Ray BAGBY (1995), Using Cognitive Theory to Explain Entrepreneurial Risk-Taking: Challenging Conventional Wisdom, *Journal of Business Venturing*, Vol.10, Nº 6, November , 425-438.
- PARASURAMAN, A. (1991), *Marketing Research*, Addison-Wesley. New York.
- PORTER, Michael. 1990. The Competitive Advantage of Nations. New York: *The Free Press*.
- RAPOSO, Mário, SILVA, Maria J. 2000. Entrepreneurship: Uma Nova Área do Pensamento Científico. *RGE-Revista de Gestão e Economia*, 0, p. 57-64.
- REYNOLDS, P. e D.J. STOREY (1994), Cross-national comparisons of the variation

in new firm formation rates, *Regional Studies*, Vol.28, 443-456.

REYNOLDS, P., STOREY, D.J., WESTHEAD, Paul. 1994. Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates. *Regional Studies*, 28, p.443-456.

REYNOLDS, P.D. e W. MAKI (1991), Regional Characteristics Affecting Business Growth: Assessin Strategies for Promoting Regional Economic Well-Being, Project report submitted to Rural Poverty and Resource Program, Grant 900-013.

REYNOLDS, Paul (1994), Autonomous Firm Dynamics and Economic Growth in the United States, 1986-1990, *Regional Studies*, Vol.28, N° 4, 429-442.

REYNOLDS, Paul D., William D. BYGRAVE e Larry W. COX (2002), GEM 2002 Executive Report, *Global Entrepreneurship Monitor*, Kauffman Foundation, London, 1-47.

REYNOLDS, Paul D.. 1991. Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, p. 47-70.

REYNOLDS, Paul D.. 1999. Creative Destruction: Source or Symptom of Economic Growth. In *Entrepreneurship, Small and Medium-Sized Enterprises and the Macroeconomy* Cambridge: Cambridge University Press, p. 97-136.

REYNOLDS, Paul. 1994. Autonomous Firm Dynamics and Economic Growth in the United States, 1986-1990. *Regional Studies*, 28, 4, p. 429-442.

SARDINHA, Boguslawa M., CARVALHO, Luísa M. . 2003. Posicionamento Estratégico da Península Ibérica Face ao Grupo de Viségrad. Análise das Condições Estruturais para o Empreendedorismo. *Proceedings das XIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestão Científica*. Lugo. p. 95-102.

SCHUMPETER, Joseph A.. 1942. *Capitalism, socialism and democracy*. Londres:George Allen and Uniwn.

SHANE, Scott, VENKATARAMAN, S. . 2000. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25, 1, p. 217-226.

SPILLING, Olav R.. 1996. The Entrepreneurial System: On Entrepreneurship in the Context of a Mega-Event. *Journal of Business Research*, 36, 1, p. 91-103.

STURZENEGGER, Frederico, TOMMASI, Mariano. 1994. The distribution of political power, the costs of rent-seeking and economic growth. *Economic Inquiry*, 32, 2, p.236-249.

TANG, Linghui, KOVEOS, Peter E. . 2004. Venture Entrepreneurship, Innovation Entrepreneurship, and Economic Growth. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9, 2, p. 161-171.

TIMMONS, Jeffrey A., BYGRAVE, William D.. 1986. Venture Capital's Role in Financing Innovation for Economic Growth. *Journal of Business Venturing*, 1, 2, p. 161-176.

TIMMONS, Jeffrey A. (1990), "New business opportunities", Brick House Publishing. Acton.

TIMMONS, Jeffrey A. (1990), "New venture creation", Irwin. Homewood.

TIMMONS, Jeffrey A., (1994), "New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, Irwin. Boston.

TIMMONS, Jeffrey A., SPINELLI, Stephen, (2006), "New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, Harvard Business School Press. Boston.

U.S. SMALL BUSINESS ADMINISTRATION. White Paper: The New American Evolution: the role and impact of small firms. 1998. Office of Economic Research. Disponível na Internet em:

US NATIONAL COMMISSION ON ENTREPRENEURSHIP. Embracing Innovation. Entrepreneurship and American Economic Growth. 2001. www.ncoe.org/research/whitepap.pdf. Disponível na Internet em:

WENNEKERS, S., THURIK, R. . 1999. Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13, 1, p. 27-55.

WENNEKERS, Sander et al, VAN STEL, André , THURIK, Roy. Nascent entrepreneurship and the level of economic development. 2005. Max Planck Institute. Working paper disponível na Internet em: <http://nep.repec.org/>.

Empreendedorismo como desafio e solução

Carlos Ribeiro

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedorismo inclusivo, inclusão, criação de emprego, desenvolvimento, criação de empresas, auto-emprego, empregabilidade.

REUMO

No fase de encerramento e de conclusões da Iniciativa Comunitária EQUAL, em meados do ano transacto, as experiências de algumas áreas temáticas foram sistematizadas pelos seus coordenadores dando origem a vários artigos na mais recente revista *Sociedade e Trabalho* que teve por tema a INOVAÇÃO SOCIAL. O empreendedorismo social foi objecto de uma reflexão que essencial procura responder à pergunta se as suas abordagens actuais contribuem para reforçar o modelo capitalista da economia e do desenvolvimento social ou se antes pelo contrario ele pode estar na base de uma economia alternativa porque verdadeiramente sustentável e solidária.

ABSTRACT

In the stage of completion and findings of the Community Initiative EQUAL in the middle of last year, the experiences of some thematic areas were systematized by their coordinators and, in basis of these contents, several articles have been published on the latest *Sociedade e Trabalho* magazine that had the theme of Social Innovation. A reflection about Social entrepreneurship seeks to answer the question whether their current approaches contribute to strengthening the capitalist model of economic and social development or on the contrary it may be a new platform to an alternative economy for truly sustainable and inclusive.

RÉSUMÉ

Em fase de clôtüre et de production de conclusions de l'Initiative Communautaire EQUAL, le semestre dernier, les experiences de quelques domaines thématiques ont été systematisés par leurs coordinateurs ce qui a donné origine à des articles qui ont été publiés sur la dernière revue *Sociedade e Trabalho* dont le thème central a été l'Innovation Sociale. L'entreprenariat social a été l'objet d'une réflexion autour de la réponse aux questions qui se posent sur les approches actuelles qui en sont faites cherchant à établir s'il contribue au renfort du modèle capitaliste de l'économie et du développement social ou si au contraire il peut se constituer comme une base pour une économie alternative parce que soutenable e solidaire.



A questão que se coloca é saber até que ponto e em que medida o empreendedorismo contribui para a inovação social. É um facto, ele anda na boca de toda a gente. No discurso dos governantes e dos actores institucionais, nos documentos orientadores do QREN - Quadro de Referência Estratégico Nacional, nas propostas de mudança sectorial da Economia, da Educação, da Administração Central e local e ainda nas soluções preconizadas para sectores da população e do território como os concelhos em desertificação acelerada, as aldeias do interior, os bairros sociais ditos

críticos, as zonas transfronteiriças e de uma forma geral os grupos sociais em situação de elevada carência e vulnerabilidade social.

Estariamos, na primeira vertente mais institucional, perante um **Empreendedorismo Inspirador** que seria a chave para o sucesso da actuação pública e privada em favor de um país mais moderno, mais competitivo e mais coeso no plano económico, cultural e social. Enquanto que, na segunda, se trataria de um **Empreendedorismo Reparador** associado de alguma forma à inevitabilidade e fatalidade da acção para enfrentar as situações críticas de perda e à indispensabilidade da prevenção e até neutralização de alguma conflitualidade social. Associado ao fenómeno de “moda” e de mediatização sistemática do tema encontramos ainda uma espécie de **Empreendedorismo Salvador** que seria, na óptica de alguns, a solução para todos os males do planeta, ao arrepio das últimas lições sobre o funcionamento dos sistemas económicos e financeiros globais.

O risco na primeira abordagem, por voluntarismo ou incoerência, estará em acreditar na sua eficácia apesar da ausência dos restantes três factores condicionantes (as infra-estruturas, o capital e as competências) e projectar resultados (expectativas) de todo irrealistas e totalmente inalcançáveis pelo exclusivo da acção empreendedora. Na segunda, por desespero ou por falta de inspiração, o risco surge na sua utilização em toda e qualquer circunstância, na linha do “pau para a toda a colher” ou de “remédio para toda a doença”, atribuindo os eventuais fracassos de acções nele enquadradas, não à sua utilização desajustada da realidade (e principalmente das pessoas) mas antes à sua complexidade e ao seu elevado nível de exigência. No terceiro, associado ao factor “moda”, o risco reside numa visão milagreira dos seus impactos e efeitos no desenvolvimento social, reforçada por aspectos psicológicos (a ansiedade da não utilização) e comunicacionais (o divórcio com o padrão instituído na linguagem e no discurso formal) provocando-se uma utilização que acaba por ser desvalorizadora da acção de empreender porque assente numa representação difusa do próprio conceito (empreender poderá significar apenas criar empresas ou tudo ou qualquer outra coisa).

A acção empreendedora surge assim como desafio e previsivelmente como solução para projectar futuro e ainda para intervir em estados de imobilismo, estagnação e mesmo declínio, com destaque para quadros

de recomposição do tecido económico e social cujas tendências globais negativas são dificilmente contrariadas ou mesmo invertidas. Como desafio, o empreendedorismo significa um novo registo de actuação colectiva e individual marcado pela iniciativa, pela persistência e pela criatividade no combate pelos objectivos propostos e comumente aceites e ainda a instalação na sociedade portuguesa das bases estruturantes de uma acção empreendedora persistente e continuada. Ou seja, este desafio passa por admitir mudanças estruturais nas atitudes e nos comportamentos a todos os níveis do tecido social, quer nas tarefas globais do desenvolvimento, quer ainda nas acções correntes e nos pequenos planos de acção local. Trata-se de agir, nesta circunstância, numa dimensão cultural da própria identidade colectiva da população portuguesa e simultaneamente a promover inovação social. Trata-se de alterar o paradigma nuclear da acção colectiva do “desenrasca” para o “Empreendedorismo” assumindo-se que nesta abordagem o conceito é tomado pela sua globalidade e não apenas pela sua conotação restritiva à “criação de empresas ou outras unidades de negócio”.

Como solução, o empreendedorismo surge como uma base para melhoria dos dispositivos que se encontram em funcionamento e ainda como potencial de exploração de outras soluções para além das convencionais que se encontram, há muito tempo, instaladas no terreno. Ou seja, pode-se agir nos campos de actuação consolidados e com provas dadas, de forma ainda mais dinâmica e consistente, promovendo no seu seio a acção empreendedora. Pode-se ainda pesquisar alternativas a modalidades de actuação lançando novas opções e renovando o arsenal de dispositivos, introduzindo uma nova eficácia e eficiência nos sistemas que se encontravam em défice de adaptação às necessidades existentes.

ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O tema “empreendedorismo” tem sido, recentemente, objecto de alguns estudos e tem servido de base para algumas publicações que se encontram disponíveis para os especialistas mas também para o grande público. Na maior parte dos estudos realizados, a preocupação central reside na clarificação dos elementos – chave da acção empreendedora (estruturas existentes, objectivos dos actores, apoios verificados, metodologias utilizadas, atitudes e comportamentos nos processos) partindo de

situações, em grande medida de criação de empresas (narrativas de experiências, análises de dados, entrevistas aos protagonistas) e procurando apontar recomendações para as políticas públicas e para a acção de empreendedores no futuro.

Existem estudos abrangentes que se debruçam sobre a globalidade do país e que abordam o tema na óptica do interesse público geral. Verificam-se outros, em áreas temáticas delimitadas (imigrantes, universidades) que espelham uma realidade sectorial. Registam-se ainda estudos de âmbito transnacional que remetem para Portugal e para a sua realidade em áreas específicas do estudo.

Recorde-se que este domínio de investigação e de sistematização de experiências que teve início com o primeiro estudo de avaliação e perspectivas denominado *O Programa ILE em Portugal*, realizado por José Manuel Henriques, Raul Lopes e A.J. Mendes Baptista, **em 1991**, foi entretanto objecto de algumas abordagens mais especializadas, sobretudo por parte de operadores no apoio à criação de empresas (avaliação intercalar das ILE's no Alentejo, em 2002), que inscreveram algumas reflexões e recomendações nos Relatórios Finais de avaliação relativos aos projectos desenvolvidos com apoio de fundos públicos, sendo certo que a sua sistematização se encontra por fazer. Neste percurso de publicação esporádica e pontual registre-se ainda o livro de João Carvalho sobre *Cultura Empresarial e Criação de Empresas*, **em 1999** (note-se a relação do autor com o CEIBI - Centro de Inovação Empresarial da Beira Interior), e o livro da ANOP sobre *Balanço de Competências nas Oficinas de Projectos*, em 2000, publicado com o apoio da ANEFA, que remete para a experiência de 2300 participantes e 1530 projectos desenvolvidos.

Dos estudos e publicações mais recentes, e meramente a título de exemplo, podem ser destacados:

- O Estudo sobre a **Criação de Empresas a nível Local e a sua correlação com a Oferta Formativa existente** realizado no âmbito do Observatório do Emprego e Formação Profissional, em 2005, coordenado pela Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal. Neste estudo é realizado um percurso bastante exaustivo de programas, operadores, beneficiários, metodologias, técnicas e apoios relacionando de forma muito estreita os programas de apoio à criação de

empresas e a formação profissional. As boas práticas mencionadas inscrevem-se no processo de inovação social que é transversal a vários programas com apoios públicos, sendo de salientar que esta continua a ser a fonte central e quase exclusiva para a a experimentação social. As boas práticas são conotadas (pelos autores) com algumas evoluções e mais-valias nos seguintes domínios:

- utilização da metodologia do balanço de competências;
- acção conjunta de associações de desenvolvimento, universidades e autarquias;
- incubadoras que promovem cursos de empreendedorismo e apoiam planos de negócio;
- desenvolvimento de formação, neste domínio, em contexto real de trabalho;
- disponibilização de tutores e *coaches*;
- apoio técnico especializado nas estruturas de suporte;
- oferta de formação nas estruturas de acolhimento;
- *follow up* dos formandos numa base regular.

O Estudo sobre **Microempreendedorismo em Portugal – experiências e perspectivas**, promovido pelo INSCOOP e produzido pelo CETRAD/UTAD em cooperação com o CES/UC e com outros parceiros como a ANDC, a IN Loco, a Beira Serra e a ESDIME, realizado em Junho 2008. Neste trabalho a abordagem ao processo de criação de actividades é exposta através de estudos de caso e de narrativas dos próprios promotores de micro negócios; é ainda realizado um percurso pelos conceitos e diversas modalidades de microempreendedorismo. Uma visão plural que colhe a diversidade dos pontos de partida e dos trajectos dos empreendedores e que enfatiza a sua dimensão multipolar. Em matéria de inovação social (mais-valias) os autores sinalizam:

- a conformação entre fins, contextos e meios de acção;
- a necessidade de cooperação entre as organizações que apoiam o microempreendedorismo;
- a acção indispensável de estímulo e aconselhamento para as ideias de negócio a serem implementadas;
- a importância das redes de apoio, nomeadamente a familiar e de aparentados;

- as redes entre associações e municípios;
- a formação associada ao processo de criação deve ser realizada por medida e desenvolvida tendo em conta os saberes locais;
- a acção determinante do processo é assegurar que o promotor do micro-negócio mete rapidamente a “mão na massa do projecto”.
- a integração das acções de apoio ao microempendedorismo pela associações com maior experiência (ANJE, ACIC, ANOP, SEIES, ADC Moura, ANDC, IN LOCO) nos contextos locais e às famílias em particular;
- o interesse da acção piloto (a experiência do negócio durante um ou dois anos);
- o tratamento igual de todos os que se candidatam a apoios públicos;
- o potencial da economia solidária para dar corpo a medidas de inversão nos territórios muito fragilizados.

Dos estudos ou documentos mais focalizados em áreas de intervenção muito específicas ou em experiências peculiares de determinadas organizações podemos mencionar:

A compilação de textos e artigos na **Revista Migrações sobre Empreendedorismo imigrante**, realizada no âmbito do Observatório da Imigração da ACIDI que na óptica da inovação social indica um conjunto de campos de exploração relacionados com:

- os constrangimentos jurídicos;
- os percursos pela economia informal;
- os percursos descendentes de ex-empregadores agora empregados;
- o desenvolvimento de competências-chave;
- os sectores da economia privilegiados;
- as tensões ligadas à igualdade de género no processo de empreender;
- as estruturas de apoio ajustadas aos públicos;
- o acesso ao crédito.

O estudo da ANOP - Associação Nacional de Oficinas de Projecto sobre o **Programa Casas da Iniciativa Local** que foi frequentado por várias centenas de participantes numa vintena de concelhos do país, cuja avaliação focalizou-se na eficácia do sistema integrado localmente proporcionado a todos os participantes facultando um percurso de utilização opcional e complementar desde o Acolhimento no Quiosque da Vida Activa, à orientação e aconselhamento através do Balanço de Competências, ao traba-

lho em torno do projecto com actividades de apoio ao desenvolvimento de novas competências (Oficina de Projectos), ao apoio pós-projecto através do SAPO – Sistema de Apoio a Projectos e organizações.

Neste domínio da articulação dos dispositivos de apoio à criação de actividades tratou-se da primeira experiência de grande dimensão que validou a importância da integração num espaço único, facilitou a livre escolha por parte do participante em matéria de prioridades de frequência ou utilização e enfatizou as redes de cooperação com a economia local.

Posteriormente, o projecto GLOCAL, desenvolvido em Trás-os-Montes por uma parceria local com o apoio da Iniciática Comunitária EQUAL, ampliou as componentes do ciclo de apoio ao promotor do negócio com o microfinanciamento, tendo encontrado numa instituição bancária vocacionada para o mundo rural um parceiro privilegiado.

Das conclusões do estudo destaca-se antes de mais:

- a importância decisiva do Balanço de Competências na fase inicial da estruturação do projecto;
- a definição das áreas de negócio a partir de uma avaliação das necessidades locais mais participada e mais colectiva;
- a combinação de processos de cooperação entre empresários emergentes e pequenas empresas apoiadas já na sua fase de maturidade na linha das “comunidades empresariais”.

A experiência de SPIN OFFs académicos sistematizada pela TecMINHO no estudo Empreendedorismo Académico que revela a metodologia de intervenção daquela instituição de ligação Universidade - Empresa da Universidade do Minho.

Do ponto de vista da inovação social importa registar sobretudo as novas relações que se estabelecem pela via da acção empreendedora nos estabelecimentos de ensino superior entre alunos, professores e o contexto económico e social, com uma clara influência nos processos de aprendizagem claramente orientados para a acção e o desenvolvimento de projectos.

Das produções de âmbito transnacional, nas quais o olhar sobre a experiência portuguesa é muito exaustiva e inclui para além do mais recomendações orientadas para a realidade do nosso país, importa desta-

car o trabalho **Diagnóstico das políticas públicas de apoio ao empreendedor no sudoeste europeu** realizado no âmbito do projecto Interreg Empreende+Innova, no qual o INSCOOP participou e assumiu um papel de destaque, quer nas actividades de diagnóstico quer ainda nas recomendações de políticas públicas.

Apesar de ter mobilizado para análise e exemplificação das experiências portuguesas apenas alguns projectos e programas circunscritos a áreas de actuação estatal e residencial (incubação), o profundo diagnóstico baseado em referenciais teóricos e técnicos e sobretudo o campo das recomendações vai claramente ao encontro das principais carências e necessidades de desenvolvimento do empreendedorismo em Portugal.

Saliente-se neste processo o contributo cruzado de várias entidades dos diversos países europeus, o que enriqueceu de forma particularmente qualificada as áreas de diagnóstico e de proposta para as políticas públicas para futuro.

As recomendações do estudo que abarcam todos os domínios da acção empreendedora podem ser destacadas, algumas, pela sua importância estratégica ou originalidade:

- associar os intervenientes, públicos e privados, à orientação estratégica das políticas;
- promover localmente dispositivos de apoio financeiro à criação de empresas;
- ligar as estruturas de apoio e acompanhamento em rede;
- dar prioridade aos dispositivos de acompanhamento pós-criação;
- apoiar o empreendedorismo feminino;
- apoiar o intra-empreendedorismo;
- promover o empreendedorismo no plural;
- estimular a criação de empresas nos sectores que integram naturalmente uma estratégia ambiental e/ou social.

Das publicações existentes sobre o tema importa por fim sinalizar a brochura *Empreender por novos caminhos* editada pela IC EQUAL e que resultou de uma sistematização com origem na Rede Temática sobre Empreendedorismo Social que agrupou numa primeira fase (2002-2006) os projectos apoiados pela Iniciativa Comunitária. Deste conjunto de abordagens, aliás bastante diversificadas e desenvolvidas por investigadores

com perfis e relações com o empreendedorismo social muito diversas, que domínios são assumidos consensualmente como críticos e que áreas temáticas são especificamente abordadas numa visão mais individualizada e até em divergência com a maioria dos protagonistas do sector?

Em matéria de consenso importa destacar algumas ideias força como:

- desfazer o equívoco do empreendedorismo entendido como um processo centrado na criação de empresas. Desta visão resulta a necessidade de promover o intraempreendedorismo e a pluralidade de acções relacionadas com a acção empreendedora;
- integrar as acções de apoio aos empreendedores com as políticas de desenvolvimento local e, quando se trata de apoiar a criação de empresas, integrar os diversos domínios de intervenção no acompanhamento que é realizado por forma a assegurar um ciclo de apoio eficaz e sustentado;
- promover redes de entidades que realizam o apoio à acção empreendedora nos territórios e dinamizar dispositivos que favoreçam a cooperação entre os actores da acção empreendedora;
- a emergência de novas figuras profissionais, para além do convencional consultor de empresas, que acabam por introduzir uma forte flexibilidade aos sistemas de acompanhamento (*coach*, tutor, mentor, etc.);

Em matérias menos consensuais importa pelo menos referir as seguintes:

- a recomendação para pequenos projectos de negócio no sentido da sua fase de teste ocorrer na economia informal e conseqüentemente aceder à formalidade societal e fiscal apenas numa fase de confirmação e de alguma consolidação;
- o incentivo junto dos públicos mais jovens para a aprendizagem daquilo que “não se aprende na escola”, como bem recomenda António Câmara, da Ydreams, em detrimento de programas de empreendedorismo educacional baseados no apoio à criação de empresas;
- incentivar uma maior diversidade de modalidades de microfinanciamento, sendo de valorizar as soluções contratualizadas localmente e sem a omnipresente banca comercial como garante do sistema;
- ultrapassar os constrangimentos jurídicos, no estatuto do microempreendedor e no exercício de actividades de auto emprego, pelo menos numa

- fase experimental, podendo recorrer a um estatuto transitório muito similar ao dos assalariados;
- o enquadramento dos apoios públicos à criação de empresas numa estratégia de valorização da economia solidária e consequentemente de discriminações positivas que favoreçam os negócios entre necessidades do sector público e a oferta de produtos e serviços de empresas da economia social.

EMPREENDER E INCLUIR

Das experiências vividas nos últimos anos, enquadráveis no conceito de Empreendedorismo inclusivo, ou seja acções empreendedoras promovidas por sectores muito específicos e particularmente desfavorecidos da população activa, importa reconhecer que poucas serão as que assumem um sentido verdadeiramente inovador já que em grande medida assentam em iniciativas de criação de empresas *tout court*, ou seja sem qualquer outra preocupação que não seja o lançamento de um negócio viável e com sucesso.

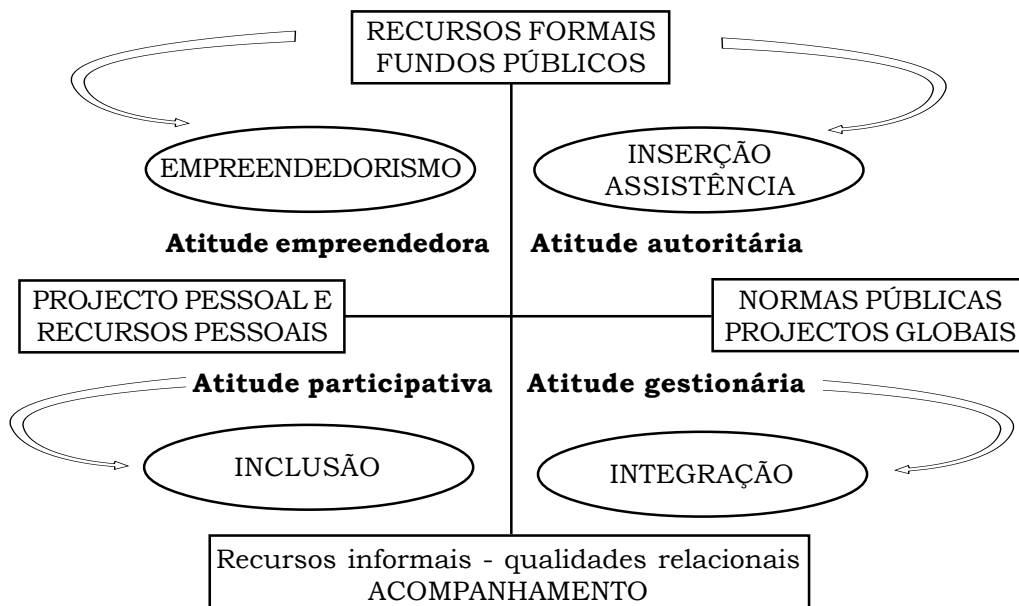
A questão da reprodução do modelo capitalista – da base económica e social que esteve na própria origem da situação de desemprego e de fragilidade social – que em última análise justificou a situação de apoio e acompanhamento à reinserção profissional, por via do empreendedorismo dito inclusivo, coloca-se de forma particularmente provocatória, desafiando e questionando até os “apoios á criação de empresas, sem mais” como tendo algo a ver com o desenvolvimento social e a inovação social.

Se considerarmos o esquema abaixo, no qual nos pólos norte e sul se opõem os grandes recursos globais (fontes de financiamento do FSE e do Estado) aos recursos informais do acompanhamento individual (nos quais prevalecem as qualidades relacionais) e, noutro eixo, este e oeste, no qual se extremam as Normas públicas, os projectos globais e estandarizados, em oposição ao projecto de cada um, encontramos sucessivamente uma atitude autoritária, gestionária, participativa e empreendedora que aumenta em liberdade e autonomia do sujeito à medida que se evolui de **uma estratégia de inserção** (é o caso por exemplo das acções impostas pelos Programas de Formação Emprego, dos Programas Ocupacionais para desempregados, cuja frequência é obrigatória e cuja base

de funcionamento é imposta pelo Estado na sua qualidade de gestor dos dinheiros públicos) a estratégias progressivamente mais autonomizadoras (**a estratégia de integração** na qual prevalece uma formatação pré-estabelecida, maioritária, mas com algum acompanhamento e portanto com alguma intervenção e influência do próprio sujeito – será o caso dos Estágios Profissionais) nos quais a norma pré-estabelece o mecanismos de inserção profissional pela experiência prática na empresa, mas existe algum acompanhamento pelo Monitor de estágio que envolve o estagiário, favorecendo a integração na vida da empresa; **a estratégia de inclusão**, que funciona na base da negociação e da procura sistemática de equilíbrios, agindo entre o projecto pessoal do sujeito desempregado e mecanismos de acompanhamento muito activos cuja finalidade consiste em apoiar o projecto individual – estarão neste caso as estratégias de Emprego Apoiado, com uma adaptação sistemática de ambas as partes, empresa e indivíduo, por forma a garantir o êxito de projecto individual; e, por último, **a estratégia empreendedora**, que relaciona o projecto do sujeito desempregado com os Fundos Públicos, sendo que neste caso é o indivíduo que interpela e mobiliza os fundos públicos para o seu projecto assumindo um protagonismo de plena autonomia e de iniciativa individual que contrasta com a três anteriores.

O que estará em causa nesta pesquisa sobre os reais efeitos do Empreendedorismo Inclusivo na inovação e desenvolvimento social é antes de mais a questão acima colocada, de reprodução do modelo, e consequentemente questionar se o sucesso empresarial do desempregado agora reinserido significará, nas contas globais, numa progressão da sociedade para um sentido mais inclusivo. O sucesso empresarial passará hipoteticamente mas também previsivelmente, num futuro mais ou menos longo, pelo despedimento de colaboradores seus (estratégias de emagrecimento para a competitividade das organizações), o que fará recomeçar todo o ciclo de apoio à reinserção profissional, no caso presente não necessariamente do desempregado profissionalmente reinserido, mas dos seus pares, que numa próxima etapa da reinserção poderão vir a ser, eles próprios, empresários de sucesso.

Trata-se então, nos processos de reinserção baseados no Empreendedorismo Inclusivo, de estabelecer mecanismos muito fortes, entre



as estratégias de inclusão e de empreendedorismo e introduzir obrigatoriamente nesta dinâmica um novo paradigma que assenta em conceitos como empresas-cidadãs, responsabilidade social, economia solidária, cooperativismo, entre outros.

Desta forma a inovação social, nesta vertente do Empreendedorismo, estará mais do lado da ideologia e menos da metodologia ou da técnica criativa. A abordagem meramente metodológica indica-nos que resultados até podem ser excelentes em termos de envolvimento e participação dos beneficiários dos programas de empreendedorismo mas, se globalmente o processo contribuir para reforçar um modelo socialmente insustentável, então o desafio é inovar nas modalidades de acção que evitem a reprodução desse modelo e semeiem novas bases para uma sociedade inclusiva que também deseja ser competitiva e inovadora.

OS PILARES DA MUDANÇA

O contributo para uma abordagem mais interactiva entre inclusão, empreendedorismo e desenvolvimento social pode passar por algumas opções de política, na importância a atribuir à economia social, na estratégia de actuação dos agentes locais de desenvolvimento e na definição de prioridades do financiamento público nestes domínios do apoio à cria-

ção de novas actividades por parte de desempregados à procura de soluções para a sua vida profissional.

No enquadramento legal das actividades, impõe-se:

Alterar a visão empresarialista que prevalece no Código das Sociedades Comerciais e ajustar o Direito das sociedades à nova realidade social e às exigências da economia social. Criar por essa via um novo quadro de referência legal para o exercício de actividades com incidência económica, adaptando-o para a economia social, assegurando condições para uma efectiva igualdade de oportunidades para os que não dispõem de capitais próprios e assentam os seus projectos nas suas competências profissionais e pessoais.

Impõe-se uma verdadeira reforma do sistema actual de regulação das actividades económicas que permita a organização de actividades empresariais a partir de modalidades de cooperação pontuais de desempregados (cooperativas de actividades), que torne compatível, na arquitectura fiscal, o auto-emprego com soluções colectivas (agrupamento de desempregados), que viabilize, para os mais desfavorecidos, mecanismos facilitadores como a “empresa na hora” para a actividade empresarial tradicional, numa versão do tipo “actividade social na hora”, facilitando o arranque de pequenos projectos em função do surgimento ocasional de oportunidades. Completar esta abertura formal de acesso à actividade com um novo Estatuto para os promotores individuais de projectos empresariais (autónomos ou em complemento de outras fontes de rendimento designadamente salarial) assumindo regras gerais de enquadramento que eliminem toda e qualquer burocracia, estabeleçam um *plafond* para utilização do estatuto e retirem a actividade do regime do IVA suprimindo qualquer barreira fiscal (com critérios de razoabilidade tendo em conta os valores assumidos para este Estatuto Especial).

No plano dos enquadramentos formais deve ainda ser instituída uma nova relação entre a condição de desempregado beneficiário do subsídio de desemprego e a situação de promotor ou co-promotor de microprojectos de base económica e empresarial. Deverá ser possível, em benefício de uma melhor e mais coerente relação entre as políticas de protecção social e as de apoio ao empreendedorismo social, que o beneficiário do subsídio de desemprego possa acumular, durante a preparação e a fase

de arranque do microprojecto os dois apoios, condicionando a sua permanência a critérios de sucesso pré-instituídos.

Nas estratégias de apoio à acção empreendedora de base local:

O apoio isolado ao surgimento de pequenos negócios não deixa de ter o seu interesse para a dinamização económica local. Mas por vezes o resultado é o inverso do desejado. Satura-se o mercado local, promovem-se negócios de imitação e enfraquece-se a dinâmica da oferta.

Da mesma forma as acções isoladas de “educação para o empreendedorismo” nas escolas locais são sempre uma prova de interesse pela acção empreendedora. Mas será que as acções levadas a efeito nas escolas debaixo do lema “Aprende a criar a tua própria empresa” têm verdadeiramente repercussões no espírito e capacidade empreendedora dos mais jovens? Não deveríamos investir principalmente nas competências empreendedoras e na promoção do espírito de iniciativa e da autonomia para projecto, em vez de centrar o processo na empresa e o negócio individual?

Ainda a nível local, a identificação de novas oportunidades para projectos empresariais com mais-valia para o território e baseado nos factores endógenos, circunscreve-se a produtos artesanais, numa visão tradicionalista e por vezes localista. Muitas vezes os produtos artesanais em causa não revelam qualquer potencial de expansão e revelam interesse apenas para usos locais. A identificação de mercados potenciais, o estudo da oferta e da procura, a análise de oportunidades e de potencialidade não deveriam ser considerados como um investimento central para promover a acção empreendedora de base local associando-a ao desenvolvimento local?

Importa pois romper com abordagens superficiais neste domínio da promoção da acção empreendedora de base local e passar do discurso do “empreendedorismo” para um trabalho sério visando a existência de condições estruturantes para o seu desenvolvimento. Importa ainda, a nível concelhio, desmunicipalizar a iniciativa nestes domínios, reforçando em simultâneo o papel das autarquias e o trabalho em parceria a nível local. Neste domínio, a cooperação contratualizada entre os actores locais para objectivos comuns pode ser organizada em torno de três iniciativas experimentais: a utilização concertada no processo de diagnóstico da Copie Tool, ferramenta europeia de diagnóstico participado em matéria de em-

preendedorismo inclusivo; a dinamização de um Plano Integrado para o Empreendedorismo Inclusivo que inclua as vertentes cultura empreendedora local, sistema de apoio a projectos individuais e colectivos, soluções de microfinanciamento e redes de cooperação local para a sustentabilidade de iniciativas dinamizadas; organização de acções colectivas de exploração de oportunidades envolvendo um número elevado de actores que interagem para testar novas áreas de actividade económica tendo por base necessidades específicas identificadas.

Na economia social combinam-se projectos individuais e colectivos para o bem comum.

Os projectos individuais de criação de pequenas actividades são de grande importância para referenciar a capacidade de iniciativa e valorizar as pessoas pela sua visão e pelos seus ideais independentemente de terem ou não terem capital. Trata-se portanto de um sinal de democratização da sociedade. No passado esta experiência só era reservada a uma minoria – os que detinham capital próprio ou acesso generoso da banca ou os *self made men* que subiam a pulso a contra corrente da estrutura e dinâmica social.

Com a situação actual do desemprego, quer o que resulta da crise financeira, económica e social, quer ainda o que se acentua pela desadaptação das competências dos trabalhadores industriais portugueses (recoremos as últimas três décadas baseadas nas baixas qualificações e nos baixos salários), à evolução e exigências da sociedade do conhecimento, a questão das soluções colectivas de trabalho social colocam-se de forma ainda mais categórica.

Podemos afirmar que a questão central do apoio ao empreendedorismo inclusivo nos próximos anos situa-se na capacidade de implementar soluções flexíveis e adaptadas, de base colectiva, que envolvam e projectem para um futuro profissional minimamente organizado esta nova geração de desempregados que se encontra no meio da ponte, que não tem condições para se reconverter e retomar uma actividade assalariada por conta de outrem e que pretende exprimir as suas competências profissionais como elemento central do seu projecto de vida.

Trata-se portanto de dar corpo a modalidades de base colectiva como as cooperativas de actividade, as agências de serviços, as incubadoras

sociais, as incubadoras de ideias e projectos, as associações de trabalhadores independentes, os agrupamentos de artesãos, os colectivos de produção e de comercialização local, as sociedades mistas de serviços e cultura, os mercados cooperativos, entre outros. Importa, para viabilizar estas soluções de forma sustentada investir de forma clara em estruturas de suporte tais como:

- centrais locais de competências ao serviço da economia social que integrem equipas de *designers*, *marketeers*, criativos da Web e do Multimédia, gestores de projectos, que concorram para a introdução de mais-valias nos produtos e serviços e lhes forneçam vantagens comparativas e os posicionem em mercados competitivos e não meramente de subsistência;
- infraestruturas de apoio à criação baseadas em estratégias de inclusão e de interacção das novas actividades na comunidade e não de guetização ou protecção indevida (adulterando muitas vezes as regras da concorrência); nesta matéria seria razoável que as infraestruturas de serviço público existentes (incubadoras, centros de apoio á criação) adoptassem estes critérios e fossem colocadas ao serviço do empreendedorismo inclusivo global e passassem a ser alavancas de inovação e criatividade na acção empreendedora de base local;
- agrupamentos de investidores e consórcios de microfinanciamento para viabilizar projectos de interesse local. Nesta vertente do microfinanciamento solidário importa que seja adoptado pelas populações locais o critério político da equiparação de valor atribuído às realizações dos autarcas em matéria de promoção do empreendedorismo social, nos mesmos termos da obra de infraestrutura (estrada, rotunda, pavilhões desportivos, etc.). Da mesma forma as empresas e organizações locais empenhadas na iniciativa local através do microfinanciamento solidário deveriam beneficiar de isenções fiscais para incentivo e contrapartida.

Na promoção do Empreendedorismo Inclusivo há algo que não cabe na linguagem dos negócios e da economia. Trata-se da DIGNIDADE. Viver na dignidade, eis um ponto de partida dos que exigem mais e melhores soluções para o emprego e o auto-emprego. Claro se todos os raciocínios forem a partir das regras do mercado e da competitividade, nada disto tem sentido. É por isso que o que está em causa, nesta matéria, é a questão crucial da solidariedade e da justiça social.

Relatório anual sobre os processos de integração no mercado de trabalho dos utentes que participaram em acções de Formação Profissional – ano de 2007,



MOURA, Margarida, TAVEIRA, Ana Cristina (coordenação), IEFP, IP/Gabinete de Estudos e Avaliação/Núcleo de Análise da Formação e Acompanhamento de Estudos, Julho 2009.

Este relatório sobre o Sistema Global de Avaliação das Medidas de Emprego, Formação e Colocados tem como objectivo caracterizar e analisar o processo de transição dos beneficiários das medidas de apoio à formação profissional entre o final da acção de formação e a entrada no mercado de emprego, com especial relevo para a questão da empregabilidade.

Foram objecto de análise os seguintes instrumentos de apoio à política de formação profissional:

1. *Sistema de Aprendizagem (SA)* – para jovens com menos de 25 anos (formação inicial polivalente, com saídas profissionais específicas, qualificação profissional e possibilidade de progressão e certificação escolar).

2. *Formação Qualificante com vista à integração no mercado de trabalho (QI)* – para jovens com mais de 15 anos que abandonaram o sistema de ensino (formação profissional de base e a oportunidade de conclusão do 3º ciclo).

3. *Cursos de Educação e Formação para jovens ou adultos de baixa escolaridade (EFJ)* – para jovens e adultos não qualificados, com o 2º ciclo do Ensino Básico ou frequência do 9º ano (cursos com componentes geral, sócio-cultural e técnica, e um estágio de

formação em contexto de trabalho, facultando formação profissional qualificante e diploma de 3º ciclo.

4. *Formação Contínua* – para jovens e adultos qualificados, semiqualificados ou sem qualificação, empregados ou em risco de desemprego. As acções de formação integram várias modalidades: qualificação, reconversão, especialização profissional, reciclagem, actualização e aperfeiçoamento.

5. *Cursos de Educação e Formação para adultos (EFA - adultos)* – dirigidos a maiores de 18 anos, com prioridade aos activos empregados e desempregados inscritos nos Centros de Emprego, beneficiários do RSI, aos que se encontram em processo de reconversão e aos trabalhadores de PME. Permite a obtenção dos 1º, 2º e/ou 3º ciclos do Ensino Básico associados a uma qualificação profissional de nível 1 ou 2.

6. *Cursos de Educação e Formação para desfavorecidos (EFA – desfavorecidos)* – oferta de formação igual à anterior, mas dirigida a activos desempregados de longa duração, minorias étnicas, imigrantes, jovens e adultos com baixos níveis de literacia e competências pessoais, sociais e profissionais inadequadas ou insuficientes, e pessoas com dificuldades de inserção socioprofissional.

7. *Formação Profissional para desempregados* – dirigida a activos desempregados ou em risco de desemprego, dando-lhes acesso a formação qualificante e a conhecimentos sobre técnicas de procura de emprego e de criação, organização e gestão das empresas.

8. *Formação Profissional para desfavorecidos* – dirigida vítimas de marginalização ou em risco social. Permite obter qualificação profissional e desenvolver competências relacionais, interpessoais e técnicas.

9. *Cursos de Especialização Tecnológica (CET)* – dirigida a indivíduos com

o ensino secundário, qualificação de nível III, ou o ensino secundário incompleto. São formações pós-secundárias, não superiores, estruturadas em três componentes semelhantes às do SA ou EFA incluindo formação em contexto de trabalho. Dão acesso a um Diploma de Especialização Tecnológica e a uma qualificação profissional de nível 4.

10. *Formação de Formadores (FF)* – destina-se a qualquer pessoa que exerça ou venha a exercer a actividade de formador e inclui um curso para aquisição de competências pedagógicas.

11. *Formação para Activos Qualificados* – formação flexível e modular dirigida a desempregados com qualificações de níveis IV e V, inscritos nos Centros de Emprego. Tem por objectivo potenciar a formação de base em domínios geradores de emprego.

12. *Cursos de Educação e Formação para jovens desempregados* – destinam-se a candidatos ao primeiro emprego com idades entre os 15 e os 25 anos, em risco de abandono escolar.

13. *Formação de Desempregados Qualificados* – Apoio à formação de desempregados qualificados com o objectivo de potenciar a sua formação de base pela aquisição de novas competências em diferentes domínios.

14. *Plano de acção para a formação de activos qualificados desempregados (FORDESQ)* – para desempregados, com qualificações de nível superior (IV e V) inscritos nos Centros de Emprego.

Microempresendedorismo em Portugal – experiências e perspectivas,
PORTELA, José (coord),
HESPANHA, Pedro;
NOGUEIRA,



Cláudia; TEIXEIRA, Mário Sérgio;
BAPTISTA, Alberto, POEFDS, Junho 2008.

Estudo alargado sobre o empreendedorismo em Portugal: conceito, experiências de microempresendedores, apoios ao microempresendedorismo em Portugal, boas práticas de microempresendedorismo na União Europeia, perspectivas para o microempresendedorismo.

Este estudo vem acompanhado de um *Relatório Síntese*, que é a versão abreviada deste trabalho colectivo.



Info Alunos ISLA-Lisboa

FORMAÇÃO E CONSULTORIA

ESPECIALIZAÇÃO EM BANCA

(ESTÁGIO EM AGÊNCIAS BANCÁRIAS)

30 JANEIRO 2010

SÁBADOS, DAS 09H00 ÀS 18H00

DURAÇÃO: 144 HORAS + 140 HORAS (ESTÁGIO)

SESSÃO DE APRESENTAÇÃO

20 JANEIRO 2010

QUARTA-FEIRA, ÀS 19H00, AUDITÓRIO ISLA-Lisboa

Reserve o seu lugar e participe gratuitamente!

Com a presença de responsáveis das áreas comercial de Recursos Humanos do Deutsche Bank, BPI e Grupo Santander.

Contacto: formacao@lx.isla.pt | Telf: 21 030 99 05 | www.formacao.isla.pt

ESTATUTO EDITORIAL

A **Animar – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local** constituiu-se em Setembro de 1993 como rede nacional para o Desenvolvimento Rural e Local por um vasto conjunto de intervenientes colectivos/individuais e estudiosos da problemática. É uma entidade privada sem fins lucrativos, com dimensão nacional, constituída por mais de uma centena de associados colectivos e individuais (colaboradores de associações, centros de investigação, docentes universitários, etc.).

A **REDE ANIMAR** tem por principais objectivos:

- a representação institucional;
- o apoio e a divulgação do movimento associativo de Desenvolvimento Local;
- potenciar a eficácia da sua intervenção;
- reforçar o seu reconhecimento público e institucional.

A realização destes objectivos levou à criação do **Boletim Vez e Voz** como meio de ligação/divulgação da **REDE ANIMAR**, tanto das suas realizações e preocupações, como das do movimento de Desenvolvimento Local, tarefa que foi regularmente cumprida desde a sua fundação e ao longo de 15 anos.

A inexistência de uma publicação nacional de reflexão mais profunda e com carácter científico sobre os inúmeros aspectos que influenciam o Desenvolvimento Local, levou à reformulação do *Vez e Voz*, adoptando (a partir de Dezembro de 2007) um novo formato e periodicidade, mais em consonância com os objectivos e propósitos que o preenchimento da lacuna referida pressupõe.

Assim sendo, a **Revista Vez e Voz** passa a ser editada duas vezes por ano e tem por temáticas principais as que forem consideradas mais pertinentes para a divulgação, promoção e consolidação do Desenvolvimento Local ou de outras problemáticas que lhe estejam associadas.

Para cumprir os objectivos atrás referidos, a **Revista Vez e Voz** atende aos seguintes princípios:

- publica trabalhos inéditos ou de reconhecido interesse para o Desenvolvimento Local, baseada em pareceres de consultores científicos, nacionais e estrangeiros;
- está aberta a contribuições que utilizem os mais diversos métodos de investigação e se enquadrem em diferentes correntes do pensamento científico;
- encontra-se disponível para a colaboração de autores nacionais e estrangeiros e publica os textos no idioma utilizado pelos autores;
- destina-se a todos que se interessem pelo Desenvolvimento Local, independentemente do território ou da perspectiva política.

NORMAS DE PUBLICAÇÃO

A ***Veze Voz***, revista temática semestral da **Animar – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local**, está aberta à colaboração de autores portugueses e estrangeiros com o objectivo de divulgar diferentes aspectos do Desenvolvimento Local e da Economia Social.

Os originais para publicação serão avaliados pelo Conselho Científico da revista e eventuais sugestões de alteração serão enviadas aos autores.

A Direcção da revista poderá propor modificações, nomeadamente ao nível do tamanho dos artigos. A decisão final de publicação será sempre tomada pelo Conselho de Redacção da revista.

Após aceitação para publicação, os autores devem enviar os originais para a **Animar** em disquete ou por e-mail, tendo em conta os seguintes endereços:

Animar – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local

Rua Antero de Quental
Edifício Ninho de Empresas
Bairro Olival de Fora
2625-640 Vialonga
e-mail: animar@animar-dl.pt

A selecção dos artigos a publicar, bem como a sua ordenação, depende de critérios da exclusiva responsabilidade da Revista *Veze Voz*.

As contribuições para as diferentes secções da revista devem ser acompanhadas de fotografia do(s) autor(es), podendo ser do tipo passe ou outra.

Cabe aos autores obter autorização para reproduzir materiais sujeitos a direitos de autor.

Se um autor pedir a não publicação do seu artigo, antes de este estar no processo de maquetização, fica suspensa a sua publicação podendo este ser levantado na **Animar**.

Os trabalhos não publicados não serão devolvidos, podendo igualmente ser levantados na **Animar**.

Após a aceitação para publicação, o original só poderá ser publicado noutras publicações, total ou parcialmente, mediante autorização da Direcção da *Veze Voz*.

A aceitação de artigos já publicados noutras revistas será decidida caso a caso, mediante o reconhecimento do interesse dos mesmos para a temática em causa. **Pressupõe-se que um original não está a ser simultaneamente submetido a diferentes Revistas.**

ARTIGOS

Os artigos não devem exceder 10 páginas tendo em conta a seguinte formatação:

- espaço entre linhas duplo;
- letra tipo Times New Roman, corpo 12;
- páginas de dimensão A4 com numeração sequencial;
- todas as margens a 3 cm.

Os artigos devem conter na primeira página o título, nome do(s) autor(es) e em nota de rodapé, actividade/profissão e endereço profissional (incluindo telefone, fax e e-mail).

Os artigos devem ter na primeira página, depois do título e identificação do autor(es), sempre um resumo em português, acompanhado de dois outros resumos nas seguintes línguas: espanhol, francês ou inglês. A seguir aos resumos devem vir as respectivas palavras-chave.

Os quadros, gráficos e outros materiais devem ser entregues em ficheiro próprio, fazendo-se referência no texto ao local da sua inserção.

OPINIÕES / POSIÇÕES

Os textos a inserir nesta secção não devem exceder 5 páginas tendo em conta a seguinte formatação:

- espaço entre linhas duplo;
- letra tipo Times New Roman, corpo 12;
- páginas de dimensão A4 com numeração sequencial;
- todas as margens a 3 cm.

Os textos devem conter na primeira página o título, nome do(s) autor(es) e em nota de rodapé, actividade/profissão e endereço profissional (incluindo telefone, fax e e-mail).

NOTÍCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Os textos a inserir nesta secção não devem exceder 3 páginas tendo em conta a seguinte formatação:

- espaço entre linhas duplo;
- letra tipo Times New Roman, corpo 12;
- páginas de dimensão A4 com numeração sequencial;
- todas as margens a 3 cm.

Os textos devem conter no início da primeira página a imagem da capa, bem como a referência integral da obra analisada e o nome(s) de quem procede à análise. Em nota de rodapé deverá constar a actividade/profissão e endereço profissional (incluindo telefone, fax e e-mail) do(s) autor(es) da análise.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

As referências bibliográficas têm de ser mencionadas no texto através do(s) nome(s) do(s) autor(es) e ano da respectiva publicação.

A bibliografia deve vir no final do texto e só pode incluir referências efectuadas no mesmo. A listagem deve ser organizada por ordem alfabética do último nome dos autores.

Aquando da referência a mais do que uma obra de um mesmo autor enumerar por ordem da data de publicação, começando na mais antiga e repetindo o nome do autor em cada publicação. No caso do ano de publicação ser o mesmo, dever-se-á enumerar as obras por ordem alfabética do título, acrescentando uma letra minúscula ao ano. Utilizar o mesmo procedimento aquando da citação no texto. Exemplo: (Farinha, 2005a), (Farinha, 2005b).

Os procedimentos a ter em conta para referir bibliografia na Revista *Vez e Voz* são os seguintes:

LIVRO DE UM SÓ AUTOR

Último nome do autor, Primeira inicial. (Ano da publicação). *Título do livro*. Informação adicional. Número da edição, Editora, Local da publicação, Total de páginas

Exemplo:

JEANTET, T. (2000). *L'économie sociale européenne. Ou la tentation de la démocratie en toutes choses*. CIEM Edition, Paris, 332 pp.

LIVRO DE VÁRIOS AUTORES

Último nome do por ordem alfabética, Primeira inicial. Último nome do outro autor por ordem alfabética, Primeira inicial. (Ano da publicação). *Título do livro*. Informação adicional. Número da edição, Editora, Local da publicação

Exemplo:

CUNHA, C. e CINTRA, L. (1996). *Breve gramática do Português contemporâneo*. 9ª edição, Edições João Sá da Costa, Lisboa

ARTIGO EM REVISTA

Último nome do autor, Primeira inicial. (Ano da publicação). "Título do artigo". *Nome da Revista*, **Volume**: primeira página-última página, Total de páginas

Exemplo:

BRONCHART, L.; DENONVILLE, I.; MARISSAL, P. (1991). "Critères pour une délimitation de l'espace rural en Wallonie: une application dans le cadre de la politique de développement rural", *Revue Belge de Géographie*, 115 année, Fascicule 4 (50), Bruxelles, Société Royale Belge de Géographie, pp. 333-348

