

DESENVOLVIMENTO DE METODOLOGIA DE INCUBAÇÃO DE NEGÓCIOS POPULARES, SOCIAIS E SOLIDÁRIOS: desafios e possibilidades

**Lucas A. PEREIRA¹; Klícia S. MENDONÇA²; Samuel COUTO³; Felipe ROSA⁴; Maísa AVELINO⁵;
Nayara NORONHA⁶**

RESUMO

O desenvolvimento de empreendedores sociais, em especial aqueles que se encontram na base da pirâmide, pode ser facilitado através de processos de incubação, como é o caso da IncubaPop, projeto de extensão desenvolvido no IFSULDEMINAS – Campus Passos. Tal processo ocorre a partir de metodologias a serem desenvolvidas, unindo o conteúdo acadêmico às necessidades verificadas em cada empreendimento incubado visando a maior efetividade das atividades. Assim, o presente trabalho tem como objetivo apresentar o desenvolvimento da metodologia utilizada no caso IncubaPop, relatando experiências de seus membros, desafios observados e possibilidades percebidas.

Palavras-chave:

Empreendedorismo social; Incubadora social; IncubaPop.

1. INTRODUÇÃO

Um empreendedor social tem como objetivo primordial a criação de valor social e a melhoria do bem-estar para a sociedade como um todo (DEES, 1998). A principal finalidade do campo empreendedorismo social é, por meio do mercado, diminuir as vulnerabilidades e as desigualdades sociais no mundo. Neste contexto, surge a iniciativa de organizar uma Incubadora de Negócios Populares, Sociais e Solidários para atender as demandas sociais da cidade de Passos.

A IncubaPop é uma iniciativa do IFSULDEMINAS – Campus Passos cujo objetivo é criar mecanismos de trabalho, que proporcionem renda e desenvolvimento socioeconômico regional através da aplicação de um processo de incubação social para o desenvolvimento de empreendimentos sociais provenientes da base da pirâmide que tenha potencial de gerar impacto. Dessa forma, o projeto visa colaborar na criação de espaços propícios ao desenvolvimento de empreendimentos sociais, criando modelos alternativos de trabalho e renda, fomentando práticas solidárias e de mercado justo. Além disso, atua no resgate da autoestima de pessoas que trabalham à margem do mercado.

¹ Aluno voluntário de IC, IFSULDEMINAS – *Campus* Passos. E-mail: lucaspereira6422@gmail.com

² Aluna voluntária de IC, IFSULDEMINAS – *Campus* Passos. E-mail: kliciam@gmail.com

³ Bolsista edital 22/2017, IFSULDEMINAS – *Campus* Passos. E-mail: badartpetrikov@gmail.com

⁴ Aluno voluntário de IC, IFSULDEMINAS – *Campus* Passos. E-mail: felipecan@gmail.com

⁵ Aluna voluntária de IC, IFSULDEMINAS – *Campus* Passos. E-mail: maisa.avelinom@gmail.com

⁶ Orientadora, IFSULDEMINAS – *Campus* Passos. E-mail: nayara.noronha@ifsuldeminas.edu.br

Com início em agosto de 2017 e aprovado pelo edital 22/2017, o projeto conta atualmente com 7 empreendimentos incubados, sendo dos seguintes setores: 1 de agricultura familiar, 3 de artesanato e 3 de alimentos artesanais.

Para o desenvolvimento das atividades com cada empreendedor fez-se necessário a elaboração de uma metodologia de trabalho que, verificando as carências de cada um, seu contexto pessoal, objetivos futuros e principais dificuldades na gestão do empreendimento, possibilitasse a identificação dos conteúdos acadêmicos da área de Administração para a resolução dos problemas identificados e ofertasse ferramentas de gestão que fossem de fácil compreensão pelos incubado.

Logo, esta pesquisa busca contribuir para a discussão sobre o desenvolvimento de metodologia de incubação de negócios populares, sociais e solidários, através do relato sobre as experiências, desafios e oportunidades percebidas durante o projeto IncubaPop no ano de 2018.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A ascensão econômica da população pobre brasileira, a partir dos anos 2002, ampliou o mercado de consumo e reorganizou os mercados locais. Um dos fatores que contribuiu para isso, foi o fortalecimento do discurso empreendedor e incentivos tanto por parte do Estado, por meio da formalização do Micro Empreendedor Individual - MEI, quanto pelo setor privado, que passou a enxergar a classe trabalhadora pobre como potencial consumidor e até mesmo pelo terceiro setor, que desenvolveu projetos sociais com viés empreendedor.

Nas últimas décadas, o conceito de empreendedorismo tem sido enriquecido pela ideia de empreendedorismo social devido as transformações do modelo capitalista contemporâneo (ALVORD, BROWN & LETTS, 2004). O crescimento do interesse pelo conceito de empreendedorismo social ocorre em virtude do aumento da consciência do papel que os indivíduos podem desempenhar na sociedade e na resolução de alguns dos problemas mais relevantes que o nosso mundo está enfrentando. Alguns desses problemas estão relacionados à falta de acesso à serviços de necessidades básicas, tais como educação, saúde e moradia. Impulsionada por alguns indivíduos inspiradores, como Muhammad Yunus, fundador do *Grameen Bank*, empreendedores sociais se tornaram mais expressivos em todo o mundo e representam, agora, uma realidade crescente e impossível de ignorar (VANNI, BARKI & COMINI, 2015).

Ainda que o empreendedorismo social contribua para o desenvolvimento do mercado local de modo socialmente sustentável, outra corrente de transformação de mercados locais e geração de renda é a economia solidária. Não há um consenso sobre o conceito de economia solidária que surgiu como um movimento social nos anos 1980 e tem como princípios a cooperação, autogestão, ação econômica e solidariedade (MTPS, 2015).

3. MATERIAL E MÉTODOS

A presente pesquisa caracteriza-se por uma abordagem qualitativa, já que utiliza-se de análises sobre a situação e contexto de cada um dos empreendimentos a fim de perceber a maneira mais efetiva de obter resultados, desenvolvendo, através de um estudo de caso da IncubaPop, a análise de uma situação local, com o intuito de contribuir para contextos mais amplos. Para os encontros de formação foi preciso a adoção de uma metodologia baseada nas ferramentas da área da Administração, entre elas: i) entrevista de seleção, ii) observação participante e iii) visitas locais.

No primeiro momento, realizou-se a entrevista de seleção com mais de 20 empreendimentos interessados no processo de incubação. Para esta atividade confeccionou-se um roteiro previamente com uma série de perguntas a serem indagadas pelos entrevistadores com possibilidades de incluir e discorrer outras questões pertinentes ao momento em que não se havia estabelecido, caracterizando-se por um modelo de entrevista designada semiestruturada.

Dentre os entrevistados, 7 empreendimentos evidenciaram como negócios sociais provenientes da base da pirâmide com potencial de gerar impacto socioeconômico. Desde então, estes foram convocados e iniciado os encontros de formação, os quais demandaram a estruturação de uma metodologia baseada nas ferramentas e conteúdos da área da Administração, os quais atendessem e perfizessem as necessidades de cada empreendimento. Dessa forma, instigou o envolvimento e atuação dos discentes para a particularidade de cada negócio, utilizando-se a observação participante como abordagem metodológica mais adequada, uma vez que foram necessárias visitas nos locais onde estes empreendimentos desenvolvem suas atividades, de forma a possibilitar uma visão mais real quanto as operações, processos, estrutura e outras variáveis relacionadas à uma organização.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Durante a realização das entrevistas, utilizou-se de um modelo de entrevista semiestruturado, o que garantiu o preestabelecimento de questões a serem levantadas possibilitando ao mesmo tempo flexibilidade e ruptura da formalidade. O estreitamento entre os empreendedores selecionados e os membros participantes do projeto foi de fundamental importância dentro de um processo de incubação, já que é necessário que os orientados sintam confiança e espaço de diálogo para com os mentores.

A observação participante também possibilitou tal relação mais interativa entre as partes, visto que propiciou aos encontros periódicos um contato direto dos discentes para com os incubados, tornando mais efetiva a resposta ao processo de incubação por parte dos empreendimentos, proporcionando, ainda, aos discentes, uma oportunidade de maior envolvimento no processo e desenvolvimento das atividades.

Os efeitos das metodologias citadas também foram perceptíveis pelas visitas aos locais em que os empreendimentos desenvolviam suas atividades, elucidando a realidade de cada empreendimento sobre seus processos e sua estrutura de maneira a ofertar aos mentores maiores possibilidades de acertos sobre o delineamento das propostas e planejamento para cada empreendimento.

5. CONCLUSÕES

Este é um projeto que ainda está em desenvolvimento. Contudo, percebe-se grande evolução no cumprimento das atividades junto aos empreendimentos visto que, sendo a IncubaPop uma iniciativa pioneira no IFSULDEMINAS – Campus Passos de incubação e desenvolvimento de empreendimentos sociais, fazia-se necessário o desenvolvimento de uma metodologia condizente com a realidade de cada empreendimento em particular, cabendo ressaltar ainda que se tratava de uma primeira experiência de muitos dos alunos membros do projeto.

Assim, o que se percebe é que a metodologia desenvolvida até então, atende às necessidades observadas já que possibilitou um relacionamento próximo entre os incubados e os mentores, garantindo confiança e transparência no desenvolvimento das atividades propostas. A observação participante e visitas locais foram de grande importância para o desenvolvimento de competências nos alunos, uma vez que proporcionaram experiências mais amplas à vivência acadêmica de cada um.

Entretanto, um maior desafio percebido é na adequação necessária das terminologias, práticas e ferramentas convencionais da área de Administração à realidade particular de cada empreendimento, sendo necessária a elaboração de instrumentos mais didáticos de gestão que possam ser utilizados pelos empreendedores posteriormente. Além disso, há a dificuldade em se quantificar os resultados obtidos já que o nível de satisfação e expectativa dos empreendedores, professores e alunos são diferentes em relação ao projeto.

REFERÊNCIAS

- ALVORD, S.H., BROWN, L.D., LETTS, C.W. Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *Journal of Applied Behavioral Science*, 40, 260–282. 2004.
- BARKI, E.; COMINI, G.; CUNLIFFE, A.; HART, S.; RAJ, S. Social entrepreneurship and social business: retrospective and prospective research. *Revista de Administração de Empresas*, 55:4. 2015.
- DEES, J.G. The Meaning of “Social Entrepreneurship”. *Working Paper. Stanford University*, Stanford, California. 1998.
- VANNI, G.; BARKI, E.; COMINI, G. *Growth process in business and social entrepreneurship: the case of Brazil*. EMES - 5th EMES International Research Conference on Social Enterprise. June 2015.