



ECONOMIA SOLIDARIA E EMPREENDEDORISMO SOCIAL: UM ESTUDO DE CASO DE EMPREENDEDORES SOCIAIS EM SÃO LUÍS

SOLIDARITY CONOMY AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: A CASE STUDY OF SOCIAL ENTREPRENEURS IN SÃO LUÍS

Erica de Jesus Lira Fonseca¹ Paulo Roberto Campelo Fonseca e Fonseca² Nelson Soares da Silva Neto³ Paulo Salgado Zenha Carneiro⁴

RESUMO

Este trabalho buscou trazer definições básicas sobre economia solidaria e empreendimento social, tentando compreender o perfil do empreendedor pós-moderno. A economia solidária dedica-se a livre mobilização para o trabalho e geração de renda, a partir do fortalecimento ambiental, econômico e social das comunidades, vendo um caminho viável para o desenvolvimento a formação de relações produtivas mais justas, sustentáveis e não hierarquizadas, valorizando os recursos humanos. Atualmente, as adversidades sociais presentes no nosso cotidiano colaboram para o surgimento de iniciativas criativas para ações no campo social, que visam minimizar os efeitos negativos presentes no sistema econômico vigente. Partindo dos princípios da economia solidária, diversos empreendedores, a partir de manifestos criativos, fomentam inovações em prol da geração de impacto social em diversas áreas, ao mesmo tempo conseguem um retorno financeiro satisfatório. Os resultados mostram que o empreendedor social precisa ser criativo, inovador, ter empatia e compaixão pelo próximo e pelo meio ambiente.

Palavras – chave: Economia solidária. Empreendimento social

ABSTRAC

This article seeks to bring forward basic definitions regarding solidarity economy and social enterpreneurships by attempting to comprehend the post modern enterpreneurial profile. Solidarity economy dedicates to the spontaneous encouragement for work and revenue generation, by empowering enviromental, social and economic issues inside the communities. It sees as a viable way to bring social development a work environment that values human resources over profit at all cost, being of main importance a fair, sustainable and anti-hierarchy relation between employer and employee. Current social adversities on our societiy are fertile floor for criative iniciatives to minimize the negative effects caused by capitalism. Using the principles supported by solidarity economy many business people incentivate innovation that

¹ Acadêmico(a) do curso de Administração. Integrante do Grupo de Pesquisa de Administração e Sociedade. E-mail: erica_fonseca88@hotmail.com

² Administrador. Mestre em Gestão de Empresas. Docente na Universidade Ceuma. E-mail: Paulo.fonseca@ceuma.br

³ Administrador. Mestre em Gestão de Empresas. Docente na Universidade Ceuma. E-mail: nelson.silva@ceuma.br

⁴ Administrador. Mestre em Gestão de Empresas. Docente na Universidade Ceuma. E-mail: paulo.carneiro@ceuma.br



aim on social inequalities diminish while still managing a satisfactory profit margin. Results show that being a social entrepreneur requires creativity, innovations, empathy and compassion so much for human beings as for Planet Earth.

Key-words: *Solidarity economy, social entrepreneurship*

1. INTRODUÇÃO

A geração de postos de trabalho no capitalismo contemporâneo deve-se basicamente a três acumuladores principais: o Estado, o capitalismo e o autônomo. A acumulação estatal gera um volume restrito de empregos diretos, a maior parte, ligados a prestação de serviços de consumo coletivo, como educação, saúde e segurança, e, ainda assim, esses empregos dependem do montante e da orientação do gasto público. No Brasil, predomina o paradigma liberal de que o Estado é corrupto e ineficiente, que a receita tributária é apropriada e desperdiçada em gastos que só favorecem clientelas. As entidades conseguiram convencer a opinião pública de que o Brasil tem excesso de impostos e que é preciso reduzir o chamado "custo Brasil". A acumulação capitalista acumula tendo em vista três grandes finalidades: 1. ampliar a produção para vender mais e lucrar mais; 2. aumentar a produtividade, de modo a obter a mesma produção com menos custos; 3. lançar produtos novos ou aperfeiçoados. A acumulação autônoma é a única que se orienta pela oferta da força de trabalho (SINGER, 2008, p.130)

Atualmente, o sistema econômico contemporâneo trouxe desafios de ordem social e ambiental que inicialmente eram ignorados ou subestimados, mas que passam a ocupar cada vez mais espaço nos planejamentos e atuações de empresas, governo e sociedade civil. O aumento da desigualdade e o desgaste dos recursos naturais e humanos são consequências dessa discussão. Na tentativa de prover soluções e respostas a esses desafios, começam a surgir novos modelos de organizações, os quais tem como intuito a geração de valor social e ambiental além do valor econômico. Nesse contexto, surge um novo modelo de organização, que combina dois objetivos antes vistos como incompatíveis: sustentabilidade financeira e geração de valor social. (PETRINI, SCHERER, BACK, 2016, p. 210)

O jeito de consumir, de produzir e a organização da sociedade ao longo dos anos, no decorrer da história, assumiu valores patriarcais e patrimonialistas que podem ser responsabilizados por sustentar relações de poder e acúmulo, por vezes, excessivo de riqueza



entre os sujeitos. Sendo assim, a garantia de direitos sociais fica dividida de maneira desigual, deixando a sociedade dividida em classes mais e menos privilegiadas, fragilizando os laços de solidariedade.

Como alternativa a este contexto, a economia solidária e os empreendimentos sociais propõem a mobilização e o fortalecimento das comunidades a fim da promoção de relações produtivas menos desiguais e mais democráticas, sustentáveis, não hierarquizadas e focados no desenvolvimento regional. Para tanto, baseia-se na produção cooperada que respeita a capacidade de resiliência dos recursos naturais e humanos, bem como na participação paritária dos envolvidos, tanto na produção quanto dos destinos das riquezas coletivamente produzidos. A referência para o desenvolvimento da economia solidária é o trabalho autogestionado, que pode ser entendido como atividade desempenhada por trabalhadores que, enquanto gerenciam a produção e os destinos dos bens/serviços produzidos, também devem participar de forma paritária do financiamento, da gestão e comercialização da produção e dos seus resultados. (PEREIRA, OLIVEIRA, GONÇALVES, 2015, p. 176)

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Para que este artigo pudesse alcançar seus propósitos, fez-se uma contextualização acerca das teorias e artigos existentes, como propósito de dar consistência técnica-científica a este trabalho. Neste sentido, é requerida uma abordagem aos seguintes temas: economia solidária; empreendimentos sociais.

2.1 Economia Solidaria

A construção da definição de economia solidária ainda está em andamento e, por conta disso, possui acepções diversas que estão diretamente associadas à ideia de solidariedade em contraposição ao individualismo unitarista, que é o comportamento econômico predominante nas sociedades de mercado. De acordo com Lavelle e Gaiger (2009, p.162), os sujeitos que adotam esse modelo em suas atividades estabelecem um vínculo de reciprocidade, como suas relações de cooperação, caracterizando suas atividades com a solidariedade que se estende, então, a setores da sociedade mais necessitados, através da mobilização dos trabalhadores desempregados e também, via serviços prestados a pessoas desamparadas.

Alguns autores afirmam ainda que, hoje em dia, a sociedade muito voltada para o mercado, se afasta da natureza social e comprometida com o coletivo e acaba não conseguindo



satisfazer as necessidades humanas, ampliando as regiões de pobreza e desigualdade do mundo. Dessa maneira, há uma necessidade presente de transformação social que contemple outras formas de vida, onde valores como justiça, redistribuição, ensejo de humanização e sustentabilidade estejam minimamente presentes (SIMON, 2013, p.2).

Com a criação de redes entre produtores e consumidores sendo uma das diretrizes, assume-se o pressuposto de que a economia solidária é construída por iniciativas de natureza associativa ou cooperativa envolvendo moradores que, num determinado contexto territorial, buscam a solução de problemas públicos concretos, relacionados a sua condição cotidiana de vida, através do estímulo à criação de atividades socioeconômicas. Tal economia estimula, no território, um circuito integrado de relações envolvendo produtores/prestadores de serviço e consumidores/usuários de serviços, numa lógica de rede, tendo como objetivo a ruptura com a dicotomia habitual dos regimes de mercado, supostamente autorregulados em relação à produção e consumo, e o estímulo a livre associação entre produtores e consumidores. A regulação ocorre através de debates públicos no espaço associativo, exercendo a democracia local em que os próprios moradores planejam e decidem acerca de suas próprias demandas, identificadas previamente (FRANÇA FILHO, 2007, p.161).

Na sociedade neoliberal e ultraliberal, onde o fator lucro assume posição central na organização social, política e econômica do mundo, as relações sociais produzem ciclicamente as cadeias produtivas e, na reestruturação do capital o trabalho é duramente penalizado e precarizado. Esta nova estruturação do mercado de trabalho causa um agravamento das questões sociais, principalmente frente aos processos de exclusão social que se dão pela vulnerabilização do trabalho, realizada pela superexploração, subemprego e precarização dos direitos trabalhistas, além do próprio desemprego estrutural. Práticas como aquelas exercidas por trabalhadores que se associam ao projeto da economia solidária, tais como organização em cooperativas, associações e trabalho domiciliar, refletem estratégias encontradas pelos segmentos excluídos do mercado formal e de trabalho no sentido de suprir as necessidades mínimas de sobrevivência (ESTEVES, 2011, p.251).

Dentro do conceito e intenção da economia solidária, ao invés de se incorporarem ao atual modelo de produção capitalista, tornando-se estratégias para conter o desemprego e garantir o aumento da acumulação do capital, essas práticas, propõem, através de diretrizes, valores e princípios sustentados na solidariedade, uma nova cultura do trabalho. Para entender melhor esse fenômeno social, (FRANÇA FILHO; LAVILLE, 2004, p.169) propõem cinco



macro critérios para definição de empreendimentos da Economia Solidária, com o objetivo refletir os principais traços das iniciativas nesse campo:

- Pluralidade de princípios econômicos - as experiências da economia solidária se articulam a partir de fontes de recursos distintas, a saber: o mercado (venda de produtos e serviços), de poderes públicos (subsídios governamentais e não governamentais) e as práticas reciprocitárias (trabalho voluntário, doações e múltiplas formas de troca-dádiva);
- Autonomia institucional - diz respeito à necessidade de as iniciativas da economia solidária se mantenham independentes em relação ao controle de outras instituições, notadamente aquelas que lhe são fonte de recurso. Ressalta-se, no entanto, as parcerias e os arranjos institucionais de cooperação exercem na economia solidária;
- Democratização dos processos decisórios - o fluxo de tomada de decisão numa organização da economia solidária deve possuir caráter coletivo ou estar baseado em práticas de participação democrática dos integrantes. Afirma-se a prevalência da autogestão como modo de condução dos empreendimentos, em detrimento de formas heteronômicas de gestão;
- Sociabilidade comunitário-pública - As diversas formas de organização da economia solidária incorporam modos de relacionamento social singulares. Sua dinâmica não comporta a simples redução de suas práticas à formalidade e impessoalidade costumeira às atividades econômicas empresariais tradicionais. O alcance das propostas da economia solidária se estende ao espaço comunitário-social na rotina diária na organização. De maneiras diferentes, nas organizações tradicionais, a relação com o social é apenas mais meio integrante da estratégia de comunicação com o público e uma maneira de reduzir impostos;
- Finalidade multidimensional - na economia solidária, as iniciativas e os empreendimentos sociais puxam pra si, de forma imanente, outras dimensões além da economia - a social, a cultural, a ecológica e a política. Isso acontece por conta de sua projeção natural sobre o espaço público, uma vez que suas finalidades não se voltam prioritariamente para a busca de resultado monetário e que elas possuem um caráter multicêntrico. Significa dizer que as ações de uma organização da economia solidária "...não se limitam apenas aos seus membros internos, voltando-se para questões que estão no seu próprio entorno ou na sociedade mais ampla, portanto, questões públicas".

Pode-se dizer que a economia solidária é um conjunto de iniciativas populares marcadas pela autogestão e pelo espírito solidário que contribuem para a sobrevivência da população, sobretudo dos excluídos do mercado capitalista e, ao mesmo tempo, um projeto de outro sistema econômico, voltado para o desenvolvimento social e humanos, e que tem como modos de



relação a cooperação, a reciprocidade, a complementaridade do diverso (pessoas, coletividades, regiões, nações) e a solidariedade. Sendo assim, a economia solidária tende a promover o desenvolvimento regional e local, com o empoderamento da população, que assume a condição força motriz na estruturação e fortalecimento do território. Valorizando a cultura e as potencialidades locais, reforçando o sentimento de pertencimento à comunidade (PEREIRA; OLIVEIRA; GONÇALVEZ, 2015, p.178).

Com o intuito de dimensionar as experiências em economia solidária, o Governo Federal instituiu a Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes) junto ao Ministério do Trabalho (MTE) em 2003. Com o apoio do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (Fbes), iniciou um amplo processo de identificação de experiências que poderiam ser caracterizadas. No Maranhão, a Secretaria de Estado do Trabalho e Economia Solidária criou, em 2017, o Conselho Estadual de Economia Solidária - CEESOL - com sede e foro em São Luis - MA, órgão permanente, paritário, deliberativo, formulador e controlador das políticas públicas e ações voltadas para empreendimentos formais e informais no âmbito do estado do Maranhão, integrante da estrutura básica da SETRES, criado pela Lei 10.581, de 19 de abril de 2017, tem por finalidade, além de propor as diretrizes para a formulação das políticas do estado.

2.2 Empreendimento Social

Segundo Maximiano (2007, p. 338), empreendedor é a pessoa que assume o risco de começar uma empresa. Empreendedor é uma palavra que vem do latim *impredere*, que significa "decidir realizar tarefa difícil e laboriosa" (Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, 2001) ou "colocar em execução" (Dicionário Aurélio, 1975). Tem o mesmo significado da palavra francesa *entrepreneur*, que deu origem à inglesa *entrepreneurship*. Esta última palavra é usada para identificar o comportamento do empreendedor e significa *empreendedorismo*. Empreendedorismo está associada a administração que mobilizam recursos e correm riscos para criar empresas. Há empreendedores em todas as áreas da atividade humana, em seu sentido restrito a palavra designa a pessoa que cria uma empresa - uma organização de negócios.

A palavra empreendedorismo é definida pela perspectiva psicológica como um comportamento que se define por: "atitude psicológica transformada em atitude pelo desejo de tomar iniciativa, planejar um projeto, um sonho. Isto significa 'ser empreendedor'. Com esta perspectiva, reafirma-se que o empreendedorismo é algo que transcende o ramo dos negócios e da economia". Estudos caracterizam o empreendedorismo em três linhas. Uma delas é formada por economistas cujo interesse encontra-se nos resultados das ações empreendedoras;



a segunda, por psicólogos e sociólogos e enfatiza o empreendedor como indivíduo, investigando seu passado, suas motivações, o ambiente em que vive e se relaciona e seus valores; e a terceira linha é estabelecida por administradores e busca conhecer suas habilidades de gerência e administração, a maneira como conseguem atingir seus objetivos, suas metodologias, técnicas e ferramentas, o processo de tomada de decisão e a forma de solucionar problemas. (OLIVEIRA; CAMARGO; FEIJÓ, 2016, p. 296)

Nos anos 80, ficou evidente que as empresas deveriam renovar-se ou morreriam. Inovação, risco e criatividade deveriam substituir as estruturas e os comportamentos burocráticos. Ao mesmo tempo em que as empresas colocavam equipes autogeridas nas linhas de montagem, procuravam um novo tipo de gerente. Surgiu o conceito de "intraempreendedor", o empreendedor interno, que propõe e realiza ideias novas, assumindo a responsabilidade pela criação de inovações dentro da organização. Algumas organizações procuraram colocar em prática os seguintes princípios:

- Valorização e incentivo a comportamentos como iniciativa, responsabilidade e decisão;
- Flexibilidade no uso do tempo e dos recursos organizacionais;
- Tolerância a fracassos e erros.
- Possibilidade de formação de equipes multifuncionais para exploração de oportunidades e projetos. Sobre o empreendedorismo interno, os autores explicaram que não é preciso abandonar a empresa para tornar-se empreendedor. No entanto, os empreendedores valorizam sua própria autonomia e não gostam de ser empregados. (MAXIMIAMO 2008)

No que se refere ao empreendimento social este é um conceito que ainda vem se desenvolvendo. Apesar do termo ser relativamente novo, a sua essência é antiga. Segundo Oliveira (2003, p. 201), o que está fazendo diferença histórica no processo do empreendedorismo social é o termo, as novas configurações, sobretudo o uso de ferramentas de gestão e os princípios de mercado. Pode-se afirmar que o empreendedorismo social surge no cenário dos anos 90, em meio a paralelas mudanças positivas decorrentes da globalização, e seus impactos, como o enfrentamento da pobreza, como consequência desse novo contexto, objetivando a redução de seus danos sentidos por grande parte da sociedade.

De um modo geral, o empreendedor social assume pra si a missão de gerar e sustentar um valor social e não apenas valor privado, sendo assim, gerar riqueza e lucro pode ser uma parcela do modelo, todavia, não são seus objetivos centrais. O impacto social criado é que, comumente, figura como alvo final de seu trabalho. Neste sentido, o empreendedor busca uma



atividade em quem, com sua atividade, consiga causar algum tipo de impacto social, ao mesmo tempo trabalha com propósito e gera lucro.

Por valor social, entende-se que são transformações que promovam, em algum grau, melhoria nas condições mínimas de educação (níveis de ensino formal e informal, etc), moradia e infraestrutura (saneamento básico, facilidades de locomoção, acessibilidade, etc), acesso à informação, saúde (nutrição adequada, longevidade, qualidade de vida, etc), meio ambiente (bom uso dos recursos naturais, mitigação de impactos causados ao meio, etc), economia (emprego e renda, etc), cultura e lazer (equipamentos públicos e privados disponíveis em uma região, arte, etc), entre outros. Assim, o empreendedorismo social, quando utilizado como estratégia para se diminuir as necessidades, muitas vezes, dos mais desfavorecidos social e ambientalmente, impacta em determinadas ocasiões no desenvolvimento de uma localidade, independentemente de seu tamanho, podendo ser de pequeno, médio ou grande porte. (KUYUMJIAN; SOUZA; DE SANT'ANNA, 2014, p.1505)

O indivíduo pós-moderno é ansioso, deprimido, que em algum momento rompeu com o passado e com as tradições, precisa ser imediatista. Esse indivíduo precisa defender seus direitos e os das minorias para que consiga se estabelecer como pessoa. Acredita-se que, na atualidade, há certa prevalência de características individualistas nos sujeitos, e também se torna perceptível o aumento no número de empreendimentos sociais. Esse indicativo de fenômenos aparentemente distintos, e em crescimento, parece ser contraditório mas pode guardar a motivação para os empreendimentos, pois reflete que a construção de empreendimentos sociais pode ser uma resposta ao descontentamento ligado às consequências do individualismo, como desfecho da construção do sujeito pós moderno; e isso não anula fato de que o empreendedorismo social é resultado, de um lado da negligência do Estado e, de outro, da não preocupação do mercado em promover intervenções que combatam a pobreza e a exclusão social (OLIVEIRA; CAMARGO; FEIJÓ, 2016, p. 297).

Alguns autores ratificam que inovar é diferente de ser criativo, expondo que, enquanto a inovação transforma ideias em produtos e serviços, a criatividade encontra-se na esfera do sentimento, da geração de ideias que dão base à inovação, não sendo possível, inovar sem ser criativo. Sendo assim, as definições apresentam compatibilidade com a conceituação de empreendimento social, pois ambos os fenômenos procuram o desenvolvimento de novas ideias, estrutura ou práticas sociais que poderão beneficiar um grupo de indivíduos ou comunidade, considerando as necessidades sociais e ambientais. É essencial que o empreendedor social desenvolva a criatividade na fomentação do seu negócio, pois, por meio



dela, é possível o acesso a soluções antes nunca consideradas que favoreça, o crescimento dos empreendimentos e seu estabelecimento no mercado. (GENU; GOMEZ; MUZZEO, 2018, p.88)

A combinação da noção de empresa com o adjetivo social fez surgir novas definições caracterizadas por significados distintos para o conceito de empreendimento social. Isto ocorre por conta da falta de pesquisas empíricas e teóricas desenvolvidas na área, bem como a falta de informações estatísticas para a realização de estudos, ou seja, é um conceito ainda em construção. Os termos mais utilizados são empreendedorismo social, negócios sociais, comércio justo, economia criativa, entre outros. Um negócio social busca unir a criação de valor social e a criação de valor econômico em uma mesma estrutura organizacional. A geração de valor social pode ser entendida por todas as partes interessadas no processo, ou seja, os clientes, colaboradores, fornecedores, investidores e a própria sociedade. Além de alcançar os objetivos sociais, precisa ser capaz de gerar recursos financeiros suficientes para obter uma margem de rentabilidade sobre as operações produtivas, este tipo de organização não depende de doações. (ANDRADE *et al*, 2014, p.171)

O conceito de negócios sociais idealizado pelo economista Muhammad Yunus, alia a maximização dos impactos socioambientais positivos como a sustentabilidade econômico-financeira, sem repasse de dividendos. Esse modelo rompe com a ideia de empreendedorismo tradicional, no qual a obrigação para como os acionistas prevalece. Diferencia-se, também, do modelo das organizações sem fins lucrativos, que acabam dependentes dos interesses externos para a execução de seus propósitos. O termo empreendedorismo social é formado por um conjunto de conceitos que vão desde a criação de novas empresas até o perfil de comportamento dos sujeitos que assumem os riscos de colocar os planos em ação, passando por inovação, criatividade e crescimento econômico; a disseminação do tema surge em virtude de sua importância prática por permitir que questões sociais sejam endereçadas, mesmo quando governos e empresas não atuam de forma adequada sobre elas. (CICCARINO *et al*, 2019, p. 1032)

Apesar de gerar benefícios, os empreendimentos sociais, passam por muitas dificuldades ao tentar se desenvolver por diversos motivos como: captação de recurso financeiro, conhecimentos administrativos, profissionalização, chegar ao público alvo, entre outros; enfrentam dificuldades ao tentarem se desenvolver. Nesse cenário, chamadas de incubadoras, as organizações apoiadoras do Empreendedorismo Social surgem se destacando, sendo importantes porque favorecem a construção de redes de relacionamento entre os setores



formadores da sociedade, cooperando com o processo de propagação de informações. É, também, por meio dessas instituições que há interação entre o setor público, privado, sociedade civil, incubados e instituições educacionais. Sendo assim, essas instituições são muito importantes também na atual conjuntura na qual emergem as temáticas da criatividade, Inovação Social e Empreendimento Social. (GENU; GOMEZ; MUZZEO, 2018, p.86)

Vale ressaltar também o que não é empreendedorismo social, para que este não seja confundido com outras definições. Empreendedorismo Social não é Responsabilidade Social Empresarial, pois a mesma supõe um conjunto organizado de atividades da empresa face as necessidades da comunidade. Não é uma profissão, pois não é legalmente constituída, não existe formação universitária ou técnica, não há conselho regulador e código de ética profissional legalizado; também não é uma organização ou empresário social que produz e gera receitas a partir da venda de produtos e serviços, ou que investe no campo social.

3. METODOLOGIA

De acordo com Gil (2008, pag. 28), pesquisa descritiva é aquela que descreve um objeto ou fenômeno. As pesquisas que buscam descobrir de uma população. Também são pesquisas descritivas aquelas que visam descobrir a existência de associações entre variáveis ou, ainda, pretendendo determinar a natureza dessa associação. Neste contexto, o presente trabalho é caracterizado como pesquisa descritiva. Buscou-se empreendimentos que se enquadrassem nas características de empreendimento social e feita uma entrevista com duas perguntas: qual impacto social seu empreendimento visa alcançar e o que motivou o surgimento do negócio. O contato com as lojas foi feito via instagram e as respostas via whatsapp, entre os dias 08 de abril e 15 de maio de 2020.

Trata-se, também, de uma pesquisa bibliográfica, através da qual foi feito levantamento de informações teóricas a partir de livros, artigos, teses, doutorados e revistas para melhor esclarecimento acerca do tema desenvolvido. De acordo com Lakatos e Marconi (1987, p.96), a pesquisa bibliográfica busca selecionar documentos, material cartográfico, revistas, livros, entre outros; referentes ao tema e colocar o pesquisador em contato direto com o material já escrito sobre ele.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Pesquisado 1 – Safeira – Empreendedoras lésbicas e bissexuais de São Luís, MA.
Este empreendimento é uma iniciativa da Karla Mascarenhas e da Nathalia Maciel, que busca



apoiar, através da arte e cultura, empreendedoras lésbicas e bissexuais em São Luís. Expondo e ocupando, de maneira consciente e inclusiva, os espaços públicos com shows, exposições, venda e troca de produtos e serviços. Prestes a comemorar dois anos de existência, o empreendimento ainda tem muito a produzir e oferecer para a sociedade ludovicense.

“A Safeira surgiu dos anseios e inquietudes de um grupo de amigas e empreendedoras lésbicas e bissexuais de São Luís, MA, que percebeu que, mais do que nunca, diante do atual contexto político-social, seria necessário a união e o fortalecimento dos espaços de acolhimento de grupos historicamente estigmatizados para seguir na luta contra a intolerância, o preconceito e o ódio. Com esse propósito de construir uma rede que também seria de afeto e comunhão, somado ao desejo de estimular o empreendedorismo LGBTQ sob a perspectiva da economia colaborativa como forma de resistência, nasceu a primeira edição da Safeira, que aconteceu no Convento das Mercês em 29 de agosto de 2018.

Foi um dia lindo, que reuniu artesãs, artistas e profissionais autônomas de diversas áreas como música, gastronomia, moda e artesanato. Além da feira de artesanatos e atrações culturais, a Safeira propõe rodas de conversa sobre temas relevantes às lésbicas e bis, atividades voltadas para saúde e bem-estar, como aulas de ioga e aconselhamento de profissionais do direito e da psicologia. Em nosso segundo encontro, ocupamos o Centro de Criatividade Odylo Costa Filho com mais um evento histórico - fomos uma das oito capitais que participaram do lançamento simultâneo e nacional do livro da Marielle Franco. O evento, que aconteceu dia 08 de dezembro de 2018, contou também com atendimento jurídico, psicológico, sarau, oficinas de arte e rodas de conversa. A terceira edição foi realizada dentro da programação da IV prévia da Parada Municipal da Diversidade, que aconteceu 13 de setembro de 2019, no Ceprama, com apresentações de Liz Lima, Luciana Pinheiro, Núbia e Cláudio Lima, que lançou o show Claudio Lima com a lira, com música inédita e exclusiva de Zeca Baleiro.

Acredito que o que motivou a proposta da Safeira está diretamente ligada com o impacto social que esse movimento causa. Em um panorama marcado pela exclusão e marginalização da população LGBTQI+, sobretudo travestis e transexuais – onde uma em cada cinco empresas se recusa a contratar LGBTQIs – o empreendedorismo e a economia solidária se tornam cada vez mais fundamental para a nossa sobrevivência. De grupos historicamente estigmatizados, podemos dizer. Portanto, a Safeira surge como uma ferramenta para contribuir com o incentivo ao empreendedorismo e à economia solidária e também na construção de espaços de reconhecimento e fortalecimento dos trabalhos de empreendedores LGBTQI+. Fora essas



questões, nosso objetivo também é de tentar consolidar uma rede de apoio e de comunhão onde exista espaço para acolhimento, afeto, trocas, conversas e abraços.

Esse movimento, para além de buscar contribuir com essas questões já colocadas, também oferece uma oportunidade da sociedade que não faz parte do universo LGBTQI+ interagir com o público desse segmento e perceber que estamos presentes em diversos espaços da sociedade. É um momento de trocas necessárias para que a gente possa construir mais lugares físicos, e também metafóricos, de empatia.

A Safeira e projetos como a Safeira são cada vez mais necessários. O Brasil é o país que mais mata LGBTQ no mundo, 1 a cada 15 horas. A LGBTQFobia se manifesta em praticamente todos os círculos sociais e, sobretudo, no mercado formal de trabalho, que impede acesso da população LGBTQ. Incentivar o empreendedorismo LGBTQ é uma maneira de contribuir para tornar a sociedade mais justa e inclusiva. Fortalecer projetos como a Safeira é fazer parte de um movimento de ruptura de uma lógica patriarcal que sempre empurra as minorias historicamente estigmatizadas, para a subalternidade. É romper com o status quo. É seguir o fluxo de uma sociedade que não permite mais privilégios de alguns em detrimento de outras e que não aceita mais desigualdade ou preconceito. É levar a sério o princípio da isonomia, garantido na nossa Constituição.”

Pesquisado 2 - Café Docbrown - Laboratório do Café, Métodos, experimentos e sabor - O Café Docbrown fica localizado dentro do Espaço Blackwan, que é o maior centro de inovação do norte/nordeste e apoia negócios com iniciativas sociais e criativas. Em seu cardápio, o café docbrown, identifica os fornecedores e as principais características de seus produtos, o café. Em suas redes sociais, o café doc brown, também tá sempre contando um pouco sobre a produção do café desde sua origem até o método de preparo, e um pouco da história dos produtores. Essa é uma maneira de apoiar e dar visibilidade aos pequenos produtores, que são seus principais fornecedores. A entrevista foi dada pelo sócio-proprietário do café.

“Nós acreditamos muito que o café especial é feito por pessoas e é genuinamente brasileiro (até mais que vinho ou cerveja). Pessoas que são pequenos produtores de MG, SP, PR e BA. (os grandes produtores são focados em movimentar grandes volumes). Infelizmente, o Maranhão, não possui produção de café, mas acreditamos que valorizar o pequeno produtor é nossa forma de promover uma mudança no cenário local. Ainda sobre o café, acreditamos na



cultura sustentável de café e também da rede foodservice, onde praticamente não utilizamos plástico em nossas operações.

Sobre a escolha, eu (Thiago) e minha esposa, somos apaixonados por café e queríamos muito que São Luís desenvolvesse essa paixão por café.

Pesquisado 3 - Entre nós - Moda que gira- O espaço Entre nós está localizado no edifício Península Mall, no bairro da ponta d'areia em São Luis. Este empreendimento surgiu da iniciativa de duas irmãs gêmeas, “patynaty”, apaixonadas por moda, porém, incomodadas com o consumo desenfreado e a agressão ao meio ambiente que este segmento provoca. Com o objetivo de conscientizar enquanto se consome moda, surgiu a Entre nós. Além de levar a mensagem de consumo consciente no mundo da moda, o empreendimento tem iniciativas de apoio e colaboração com artesãs(ao) e artistas em geral. Com diversos planos para aluguéis e trocas, favorecendo fornecedores e consumidores. A entrevista foi dada por uma das irmãs e proprietária, Patrícia Bello.

“Meu nome é Patrícia Bello, sou criadora da Entre nós - guarda-roupa compartilhado, marketplace e brechó - e eu vou contar um pouquinho sobre ele, da nossa motivação pra poder criar esse projeto e movimento chamado Entre nós. Tudo começou da minha certeza e a indagação de que a moda do comprar pelo comprar, comprar para estar na moda, não faz mais sentido. Ou, pelo menos, está com os dias contados. E aquilo foi me gerando uma angústia muito grande da forma como a gente vinha consumindo desenfreadamente. E, a partir desse pensamento, nós começamos a nos indagar: como produzir moda de forma mais consciente?

Porque a moda é uma das minhas paixões, mas esse tipo de moda do comprar, usar e descartar; não era essa moda que eu queria produzir, que tava no meu dia a dia. Eu queria trabalhar com moda mas que eu tivesse verdadeira paixão e orgulho do que eu to fazendo. E aí eu pensei numa moda sem produzir mais peças, então tivemos a ideia do guarda-roupa compartilhado e do brechó. Eu acredito que a roupa mais sustentável é aquela que já existe. Então, compartilhar e vender roupas *secondhand* é o nosso propósito. É fazer uma moda sem estar produzindo mais roupa e, dessa forma, a gente pretende revolucionar a forma como todos nós consumimos. O nosso objetivo é espalhar essa moda com consciência e responsabilidade social. Claro que eu também quero me sentir linda com uma roupa, mas que antes a gente tenha consciência e muita responsabilidade.

A Entre nós, tem fins lucrativos. Mas eu acredito que empreendimento social não quer dizer não ter fins lucrativos, mas que pensa além disso, tendo a causa social e ambiental como



seu norte. Por aqui, o que temos de mais importante são essas causas. O tempo todo nós estamos alinhados com causas sociais e ambientais. Além de ser um guarda-roupas compartilhado e um brechó, nós somos um *marketplace* onde a gente vende produtos de pequenos produtores locais.

Com tudo que estamos vivendo ficou muito forte o movimento de ajudar os pequenos, mas desde que nascemos fazemos isso, afinal, também somos pequenos e acreditamos muito na força da colaboração. A Colab, está com a gente todos os dias desde que nascemos. A gente se junta com várias pequenas marcas, que nós somos fãs, e juntos a gente faz o movimento Entre Nós acontecer, afinal, sozinha a gente não vai chegar em lugar nenhum. Então, estar repleto de produtores locais e espalhar a arte dessas pessoas é uma de nossas missões. O pensar global e o agir local.

E quanto aos impactos que a gente pretende alcançar como o empreendimento, sem dúvida nenhuma, é revolucionar a forma como todos nós vem consumindo. Fazer com que as pessoas cada vez mais se perguntem se realmente precisam comprar uma nova roupa, se elas precisam de mais aquela peça de roupa ou se é por outro fator que elas estão comprando e não a necessidade, sabe? Fazer com que seja normal as pessoas compartilharem, trocarem roupa, comprarem roupa *secondhand*. E que sempre que elas achem que elas estão precisando de uma nova peça, que a primeira opção delas seja o aluguel, ou a troca ou o compartilhamento. E, quem sabe, se elas realmente tiverem certeza da compra, que seja a compra num brechó.

Então, o nosso sonho é fazer com que as pessoas saibam, também, o quanto a indústria da moda polui e, a partir disso, elas possam consumir de forma mais responsável.”

Pesquisado 4 – Sara Marinho - Personal Organizer - Sara Marinho é uma personal organize, desde 2017, especializada em organização residencial e de organizações em geral, buscando o aproveitamento do ambiente de maneira clean. Sara, além de seu trabalho em campo, tenta sempre conscientizar seus clientes dos prejuízos causados pelo excesso de coisas no ambiente, que vão desde roupas, livros, cosméticos a produtos em geral. Além disso, leva a mensagem do descarte consciente e da reciclagem, não so leva a mensagem, como, a cada novo serviço, faz a triagem, reciclagem e aproveitamento de maneira consciente das “coisas” que não cabem ou não se fazem necessárias no ambiente a ser organizado, tentando transformar, de alguma maneira, o estilo de consumo dos seus clientes de modo a causar menos impactos negativos ao meio ambiente e as sua própria vida.

“Eu sempre tive essa vontade de que minha profissão não fosse meramente individual, que so causasse um impacto ali naquele espaço onde meu cliente ou minha cliente tenha



necessidade de organização. Embora traga qualidade de vida, modifique a rotina da pessoa, enfim, tudo que a organização proporciona. Ainda assim fica muito resumido àquele espaço, porém, quando você trabalha a questão do consumo - quando a pessoa me contrata, a causa da bagunça é o excesso, uma das principais causas é o excesso de consumo de coisas, mas não é a única - e são pessoas que consomem muitas coisas mas não são acumuladoras (tive contato com uma acumuladora e não foi possível trabalhar com ela, foi preciso suspender, é um outro tipo de abordagem com acompanhamento psicológico), mas todas são muito consumistas. E essa questão do consumo faz com que a pessoa perca completamente o controle de tudo que ela tá colocando na vida dela, de tudo que ela tá consumindo e a quantidade de lixo que ela tá gerando, e do impacto que ela tá causando e de como isso afeta a relação dela com as pessoas dentro do espaço que ela vive, do ambiente que ela mora.

O que acontece na minha profissão, como eu sou Personal Organizer com especialização em organização residencial, tem todo tipo de cliente. Tem cliente que me contrata que quer muito a triagem, que é o meu foco, que é a triagem detalhada antes da organização de fato, eu e o/a cliente vamos fazer uma limpa naquele espaço e olha item por item, e ali tem todo um trabalho, é um momento muito íntimo onde eu faço um mapeamento mental das coisas da pessoas, mas também que eu preciso que ela tenha contato com tudo que ela tem. Ali ela vai se dando conta da quantidade de coisas, as vezes repetida, que ela tem; de quanta coisa ela comprou que não precisava.

Não sei se toda *personal organizer* trabalha assim, eu acho que não, tenho colegas de profissão que não fazem a triagem, elas separam algumas coisas que acham que não tá legal ou que está com alguma avaria e deixa lá numa sacolinha pra cliente olhar depois. Eu faço questão de fazer a triagem diretamente com o cliente e eu dei sorte que até hoje, de todas as pessoas que me contrataram, acho que uma ou duas não quiseram fazer uma triagem detalhada, mas acabam fazendo.

Quando me contratam eu deixo isso muito claro que essa triagem seja feita, tanto na proposta quanto na conversa que tenho com a pessoa na visita de avaliação, e que eu tenho essa preocupação com a questão do descarte consciente. Mas nunca consegui desenvolver isso, de fato, pra gerar um material físico, uma cartilha ou incrementar uma rotina de reciclagem na casa das pessoas, mas é um desejo muito grande. Porque tem pessoas que não querem ter essa preocupação (do descarte) mas querem consumir e não estão nem aí, mas isso é algo que tenho em mente de desenvolver nas minhas redes (instagram) um conteúdo mais sustentável.



No meu trabalho, existe essa preocupação de fazer com que as pessoas mudem a relação delas com o consumo, com a quantidade de coisas que elas estão colocando dentro de casa, com a quantidade de coisas que elas estão colocando na vida delas, tanto de roupa quanto de cosmético, produtos de higiene, de utensílios na cozinha, enfim, do consumo em geral. Levar uma vida um pouco mais enxuta. Eu tenho um parceiro que tem parceria com a associação de catadores. Os descartes já foram pra muitos lugares. Reciclagem, normalmente, vai para os ecopontos da prefeitura. Quando é doação, principalmente de livros, vai pra diversos lugares, desde projetos com detentos até bibliotecas públicas de cidades do interior, farol da educação, sebos, etc, muitos são distribuídos no meu próprio instagram. Vem gente de tudo quanto é canto buscar livros.”

O objetivo desses empreendimentos não é de acumular riqueza financeira, mas ter um retorno financeiro viável enquanto oferece informação, produtos/serviços de qualidade, com consciência e valorização das partes envolvidas. Buscando romper barreiras, respeitando a visão do outro, conquistar público e cada vez mais espaço no mercado. Buscando formar uma rede ente os segmentos de suas atividades e se juntado a outras, para que, juntos, consigam se fortalecer e se manter no mercado.

5 CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho, procurou-se apresentar definições para economia solidária e empreendimento social, analisando livros e artigos referentes ao tema. Apresentando também alguns modelos de empreendimentos sociais que estão inovando e fazendo a diferença em São Luis-MA. Foram apresentados 4 empreendimentos, são alguns poucos exemplos de um movimento cada vez mais presente na cidade, pois já são centenas deles.

Os empreendimentos sociais trazem muitas diretrizes encontradas na economia solidária, não necessariamente todos, mas a inclusão de algumas dessas diretrizes já faz a diferença, como a preocupação com o meio ambiente, a valorização territorial e a colaboração. Percebe-se que os empreendimentos têm a preocupação de levar sua mensagem adiante, essa mensagem está diretamente ligada a forma como nós estamos consumindo. A ideia do consumo consciente se estende a vários segmentos, levando as pessoas a se preocuparem cada vez mais com os recursos naturais, valorização dos recursos humanos e de pequenos produtores de bens e serviços.

Há muitas atividades que estão gerando impacto social e, ao mesmo tempo, deixando os envolvidos com boa estabilidade financeira. É preciso ter em mente que a riqueza deve ser



compartilhada para que a desigualdade diminua. Assim, jovens empreendedores iniciam atividades com a missão de resolver um problema pontual ou social. A economia solidária e os empreendimentos sociais têm a potencialidade de se apresentar como uma alternativa de desenvolvimento viável, pois reconhece a importância dos vínculos de identidade da população como o território para gerar maior senso de responsabilidade e estabelece alternativas econômicas viáveis do ponto de vista social, econômico, artístico e ambiental para a população. Buscando firmar parcerias e redes entre os produtores e consumidores da região, promovendo eventos e movimentos de integração.

Fica evidente a preocupação de todos os entrevistados, independente do segmento escolhido pelo empreendedor, com o consumo desenfreado que atualmente estamos presenciando. Cada vez mais se percebe a necessidade de valorizar as questões sociais que estão a nosso alcance, e não ficar esperando que apenas o Estado as grandes empresas lidem com os atuais problemas, pois, se realmente desse certo, a desigualdade não estaria, ainda hoje, tão presente e sendo tão prejudicial a nossa sociedade. É um modelo inclusivo, que visa também acabar com preconceito existente para com uma parcela da sociedade que ainda se encontra, de certa maneira, excluída, a mercê de violência e baixa qualidade de vida.

A economia solidária teve sua origem nas cooperativas e associações. No caso do empreendimento social, percebe-se que indivíduos com capital para investir se interessam cada vez mais por esse modelo de empreendimento, pois tem se atentado para os problemas sociais que impactam a localidade. Com criatividade vem conseguindo trabalhar com propósito em atividades com as quais se identificam e conseguindo impactar a sociedade na qual estão inseridos. Eles percebem que, apesar do sucesso individual, é preciso um bem-estar coletivo para que se possa gozar dos frutos de seu trabalho com segurança e dignidade.

É preciso compartilhar riqueza, informação, empatia, para que, a cada dia, uma parcela maior da população seja valorizada e tenha qualidade de vida, tendo seus direitos básicos como educação, saneamento, saúde, entre outros, atendidos e possam desfrutar de uma vida com bem-estar social e com a valorização do seu laboro. A vida não é só trabalho, o indivíduo precisa usufruir de tempo para socializar, conhecer serviços e pessoas, culturas, políticas, ponto de vistas diferentes do seu, entender seu mundo e mundo como um todo, que as pessoas são diferentes umas das outras e que cada uma tem suas necessidades e desejos específicos e coletivos, dessa forma, quebrar com preconceitos e barreiras que segregam nossa sociedade.



REFERÊNCIAS

ANDRADE, João Carlos de Pádua; CAMPOS, Clara Campos e; SANTOS, Jaiiele de Jesus dos; ROSA, Renato de Oliveir; ESTIVAL, Katianny Gomes Santana. **Empreendedorismo e Negócios Sociais: O Caso do Escritório de Projetos da Universidade Estadual de Santa Cruz**. RIGS - Revista Social Interdisciplinar de Gestão Social, maio./ago, 2018, v. 7, n.2, p. 169-181 ISSN: 2317-2428

CICCARINO, Irene D. M. ; MAPELLI, Danielle C.; MORAES, Ana Beatriz G. de Mello; NASCIMENTO, Estefanie Silva. Inovação social e processo empreendedor: aplicação de tipologia em start-ups da Yunus Negócios Sociais Brasil. *Cad. EBAPE.BR [online]*. 2019, vol.17, n.4, pp.1031-1047. Epub 20-Jan-2020. ISSN 1679-3951.

ESTEVES, Alex Gomes. **Economia Solidária e Empreendedorismo Social: perspectivas de inclusão social pelo trabalho**. Ed. PUC-RIO, O Social em ação - ano XIV, n 25/26, 2011, p. 237-260

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de. Teoria e prática em economia solidária: problemática, desafios e vocação. *Clivitas - Revista de Ciências Sociais*, v. 7, n.1, jan./jun 2007, p.155-174

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de; LAVILLE, Jean-Louis. **Economia Solidaria: Uma abordagem internacional (Coleção Sociedade e Solidariedade)**. Porto Alegre: Ed.: UFRGS/EDUFBA,2004

GENÚ, Jéssica Moliterno; GÓMES, Carla Regina Pasa; MUZZIO, Henrique. A Criatividade no Empreendedorismo Social: Motivação, Experiência e Habilidade, Juntas para o Bem Comum. RIGS **Revista interdisciplinar de gestão social**, set./dez. 2018 v.7n.3 p . 83-106 ISSN: 2317-2428

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008

KUYUMJIAN, Rodrigo; SOUZA, Eloisio Moulin; SANT'ANNA, Sérgio Robert. Uma análise a respeito do desenvolvimento local: o empreendedorismo social no Morro do Jaburu - Vitória (ES), Brasil. *Revista Adm. Pública [online]*. 2014, vol.48, n.6, pp.1503-1524. ISSN 0034-7612.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 1987

MAXIMIAMO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 2007

MAXIMIAMO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à Administração**. São Paulo: Atlas, 2008

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo Social no Brasil: fundamentos e estratégias**. 2003. 538 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) - Faculdade de Direito, História e Serviço Social da UNESP, Franca, 2003. Disponível em:

<<https://www.yumpu.com/pt/document/read/17215746/tese-do-doutorado-prof-edson-unioeste/3>>



OLIVEIRA, Inara Rezende; CAMARGO, Mário Lázaro; FEIJÓ, Marianne Ramos; CAMPOS, Dinael Corrêa; GOULART, Edward Júnior. Empreendedorismo Social, Pós-modernidade e Psicologia: COMPREENDENDO CONCEITOS, ATUAÇÕES E CONTEXTOS. Minas Gerais: **Revista Interinstitucional de Psicologia**, 9 (2), jul -dez, 2016, 290 - 311

PEREIRA, Eddla Karina Gomes; OLIVEIRA, Maristela Andrade; GOMÇALVEZ, FERREIRA, Alicia. Economia solidária e a sua contribuição para o seminário nordestino. **Revista Direito Ambiental e sociedade**, v. 5, n. 2, 2015 (p. 173-201)

PETRINI, Maira; SCHERER, Patrícia; BACK, Léa. **Modelo de Negócios com Impacto Social**. Revista de Administração de Empresas. V. 56, n. 2, 2016, São Paulo mar./abr. 2016, p. 209-225

SINGER, Paul. **Globalização e Desemprego: diagnósticos e alternativas**. 7. ed., São Paulo: Contexto, 2008.

SIMON, Vanêssa S. Pereira. **Análise Crítica do Discurso sobre Economia Solidária nas Publicações da Área de Administração**. XXXVII EnAPAD; Rio de Janeiro - 7-11 set/2013