

Tecnologia para produzir chuva: Competências de uma Mulher Empreendedora Social

Technology to produce rain: Skills of a Woman Social Entrepreneur

Alessandra Lomazini*

Programa de Mestrado Profissional da FACCAMP

Rosane Carvalho Carnevali Vicente[†]

Programa de Mestrado Profissional da FACCAMP

Silvia Aparecida Fortunato Santos[‡]

Programa de Mestrado Profissional da FACCAMP

Resumo

O cenário no qual a presença da mulher à frente de negócios vem crescendo é constatado pelo relatório sobre empreendedorismo no Brasil, publicado pelo *Global Entrepreneurship Monitor - GEM*, com destaque a informação de que o número de mulheres empreendedoras aumentou nos últimos anos. A inserção feminina no mercado de trabalho e o incremento do número de empreendedoras nas duas últimas décadas motivaram o interesse de pesquisas sobre as competências das mulheres empreendedoras. O objetivo principal desta pesquisa é analisar quais são as competências de uma mulher a frente de um empreendimento social, através de um estudo de caso, face à necessidade de ganhar uma compreensão e descrição profunda do tema abordado e concluir qual ou quais competências são mais ou menos recorrentes em uma mulher a frente de um empreendimento social.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Mulheres empreendedoras, Empreendedorismo social, Competência, Fazer chuva.

Abstract

The scenario that the presence of a woman ahead of growing business is evidenced by the report on entrepreneurship in Brazil, published by the Global Entrepreneurship Monitor - GEM, especially the information that the number of women entrepreneurs has increased in recent years. The inclusion of women in the labor market and the increasing number of entrepreneurs in the two decades motivated the interest of research on the skills of women entrepreneurs. The main objective of this research is to analyze what are the skills of a woman in front of a social enterprise, through a case study, given the need to gain a deep understanding and description of the subject and conclude which one or ones are more or skills applicants at least one woman in front of a social enterprise.

* Alessandra Lomazini tem Mestrado Profissional em Administração pela Faculdade Campo Limpo Paulista, Brasil (2013) e é professor titular da Faculdade Campo Limpo Paulista, Brasil. a.lomazini@gmail.com

[†] Rosane Carvalho Carnevali Vicente tem Mestrado em Administração das Micro e Pequenas Empresas pela Faculdade Campo Limpo Paulista, Brasil(2013). É professora da Faculdade Campo Limpo Paulista, Brasil. rosane@faccamp.br

[‡] Silvia Aparecida Fortunato Santos tem Mestrado Profissional em Administração pela Faculdade Campo Limpo Paulista, Brasil (2013) e é professora da Fundação Antonio- Antonieta Cintra Gordinho, Brasil ssforsan@gmail.com

Keys-word: Entrepreneurship, Women entrepreneurship, Social entrepreneurship, Competence, To produce rain.

1.INTRODUÇÃO

O cenário de que a presença da mulher à frente de negócios vem crescendo é constatado pelo relatório sobre empreendedorismo no Brasil publicado em 2010 pelo *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM, com destaque a informação de que o número de mulheres empreendedoras aumentou nos últimos anos.

Entre as várias razões que envolvem a questão do gênero, quando o assunto é empreender, faz-se uma análise sobre os dados do GEM (2010), no período de 2002 e 2010, constata-se que as mulheres apresentam um índice de crescimento acumulado de 4,9% em relação a 2,4% do gênero oposto.

Acrescenta-se a esta idéia, conforme Jonathan (2005), que no ambiente das micro e pequenas empresas brasileiras, é muito relevante a presença das empresas criadas e lideradas por mulheres, que, desta maneira, não só constroem para si uma alternativa de inclusão ou permanência no mercado de trabalho, mas também geram empregos e promovem inovação e riqueza, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico do país.

Devido a essas situações, Machado et al. (2003), acreditam que a inserção feminina no mercado de trabalho e o incremento do número de empreendedoras nas duas últimas décadas, motivaram o interesse de pesquisas sobre o exercício do papel empreendedor por mulheres.

Desta maneira, os principais objetivos almejados por esta pesquisa contemplam analisar quais são as competências de uma mulher empreendedora e também levantar a relação entre essas competências na prática de um empreendimento social.

Diante desse contexto de desafios, o empreendedor destaca-se como ator responsável pela criação, manutenção e gestão de suas empresas e são de fundamental importância os estudos e análises de suas competências empreendedoras, para melhor compreensão do fenômeno do que é ser um empreendedor.

No empreendimento social, a principal preocupação desse empreendedor, na visão de Bressant e Tidd (2009), é que a geração de valor social vem antes do valor econômico, a criação de riqueza faz parte do processo, mas não é um fim em si mesmo. Os empreendedores sociais são intensamente perseverantes e incansáveis na busca pelo desenvolvimento social.

Para compreender esses fatos, essa pesquisa utilizou-se do método qualitativo exploratório, um estudo de caso, no qual a coleta de dados foi elaborada através de entrevista semi-estruturada para conhecer as competências da empreendedora Sra. Majory Mie Imai, sócia-proprietária da empresa ModClima.

A partir da análise de narrativas, pretende-se verificar se a empreendedora em questão apresenta as competências destacadas por Nassif et al. (2011), que buscam referências em Man e Lau (2005).

Deste modo, surge uma pergunta que representa o foco deste estudo: quais são as competências de uma mulher à frente de um empreendimento social?

Pretende-se com essa leitura apresentar ao leitor o resultado desta pesquisa, que busca em seu referencial teórico suporte para análise e desenvolvimento dos dados.

2.COMPETÊNCIAS INDIVIDUAIS E ORGANIZACIONAIS NO EMPREENDEDORISMO

Na literatura são muitas as definições do que são competências na área do empreendedorismo. Shane e Venkataraman (2000), acreditam que o empreendedor é um indivíduo específico, que busca algo novo, explora negócios que ofereça oportunidades e lucros positivos. Acrescentando, Filion (1999), define que os empreendedores possuem características comuns como: imaginativos, capazes de tolerar ambiguidade, incerteza e voltados para os resultados.

Já Kets De Vries (1995), e Man e Lau (2000), apontam que os traços de personalidade, habilidades e conhecimento, influenciados pela experiência, capacitação, educação, história familiar e aspectos demográficos fazem parte das competências que um indivíduo precisa possuir para empreender. Seguindo a linha de estudo de Man e Lau (2005), que ampliam seus estudos e acrescentam às competências individuais às atitudes, o papel social e auto-imagem, e todas elas podem ser adquiridas no trabalho ou na formação educacional.

Quando o indivíduo atua na organização, Man e Lau (2005), afirmam que as competências deste são reconhecidas interiormente e transparecem pelas atitudes e pela experiência, sendo dominadas por estes autores de competências empresariais.

Corroborando a esta abordagem Dutra (2010), diz que se colocar a organização e pessoas lado a lado, pode-se verificar um processo contínuo de troca de competências. Tanto a organização transfere seu patrimônio para elas, enriquecendo-as, preparando-as para enfrentarem as novas situações profissionais e pessoais, quanto as pessoas, que ao desenvolverem a capacidade individual, transferem para a organização seu aprendizado, através da colaboração e da capacidade de enfrentarem os novos desafios.

Quadro 1 – Dez competências empreendedoras

COMPETÊNCIAS	SIGNIFICADO
1 - Oportunidade	Consideradas um ponto central do processo empreendedor, envolvendo o aspecto de identificar a oportunidade e de desenvolvê-la.
2 - Organizador-administrativa	Aquelas necessárias para liderar, controlar, monitorar, organizar e desenvolver os recursos internos e externos, formando as capacidades da firma.
3 - Estratégicas	Destinadas à construção da visão, definição de metas e formulação de estratégias para a empresa toda.
4 - Sociais	Voltadas ao sucesso nos contatos e parcerias, envolvendo competências de comunicação e de construir e manter relacionamentos de confiança com <i>stakeholders</i> .
5 - Comprometimento	Propiciam a continuidade de esforços em função dos negócios e metas estabelecidas, envolvendo, também, a proatividade.
6 - Conceituais	Capacidades de pensamento analítico, aprendizado, tomada de decisão.
7 - Inovação	Voltadas para a solução de problema e capacidade inovativas e de replicar o portfólio.
8 - Relacionamento	Relacionada a criação de uma rede de relacionamento.
9 - Aprendizagem	Refere-se a capacidade dos empreendedores em aprender a aprender, capacitando-os para experiências cada vez mais complexas através da aquisição de novos conhecimentos.
10 - Equilíbrio entre o trabalho e vida pessoal	Parte do pressuposto que existe uma complementaridade entre a vida pessoal e o trabalho.

Fonte: Nassif et al. (2011)

Para esse mesmo autor, o processo de desenvolvimento de competências concentra-se no aprendizado em três níveis: o individual, o coletivo e o empresarial.

Para Prahalad (1999), a criação de novas competências empresariais exige uma reavaliação dos elementos que compõem o atual sistema de competências, o qual é formado pelo conhecimento incorporado pelas pessoas, o conhecimento incorporado pela empresa e pelos fornecedores.

Prahalad (1999), afirma também que o papel das pessoas, das equipes, da organização e o processo pelo qual o aperfeiçoamento individual, o conhecimento científico, a criatividade e a imaginação são transformadas em expertise da equipe e de toda a organização.

Um dos estudos mais abrangentes e recentes sobre a competência é elaborado por Man e Lau (2005). Nassif et al. (2011), buscam em Man e Lau (2005), a identificação de dez áreas de competências empreendedoras, conforme se apresenta no quadro 1

Nassif et al. (2011), acrescentam que as competências empresariais são também formadas pelos aspectos afetivos e não apenas os cognitivos.

Esses autores, buscam em Goleman (1995) e Fineman (2005), explicar que as esferas cognitivas e emocionais se complementam e se interpenetram, e que a negação de qualquer uma das esferas acima leva a uma visão incompleta da pessoa no contexto do trabalho. O cognitivo do indivíduo influencia-se e deixa-se influenciar pelos afetivos.

Outros autores sugerem acréscimos às competências de Man e Lau (2000), Gimenez et al. (1998), por exemplo, mencionam que o empreendimento feito por mulheres apresenta as características citadas por Man e Lau (2000), porém devem ocorrer o acréscimo do desejo de realização e a identificação de oportunidades por negócios.

Mulheres Empreendedoras

O relatório sobre empreendedorismo no Brasil publicado em 2010 pelo *Global Entrepreneurship Monitor - GEM*, relata que a mulher brasileira é uma das que mais empreende no mundo. Ainda conforme esse relatório quando o assunto é gênero no empreendedorismo, 49,3% são de empreendedoras, ou seja, a participação da mulher na vida econômica passou a ser de grande relevância e isto ocorre devido a três razões principais: a) o relatório demonstra que as mulheres são metade dos empreendedores brasileiros; b) uma mulher foi eleita presidenta da República Federativa do Brasil; c) o IBGE constatou em 2010, que existem mais mulheres do que homens na população brasileira com mais de 190 milhões de habitantes.

Assim, a discussão sobre o papel das mulheres empreendedoras vem conquistando cada vez espaço. Para Nassif et al. (2011) é um tema que deve levar em consideração o cotidiano, suas trajetórias e interação social.

Acrescenta-se Moore e Buttner (1997), quando afirmam que a decisão de abrir uma empresa está relacionada a modelos de referência empreendedoras e que são resultados de um processo de identificação e aprendizado empreendedor.

Complementando essa idéia, Machado et al. (2003), acreditam que um dos fatores comuns na vida de empreendedores é a existência de modelos empreendedores na família, principalmente entre os pais ou pessoas mais próximas.

Corroborando, Paiva Júnior (2004), vê a configuração do empreendedorismo como ato relacional de inovação, agressividade competitiva, risco, criatividade e liderança, vivenciados pelo outro no passado e interpretada como memória de valor subjetivo para o empreendedor.

Seguindo essa linha de raciocínio, Machado (1999), mostra que as empresas iniciadas por mulheres têm alcançado uma sobrevivência maior do que a média de vida dos novos empreendimentos. Machado (1999), afirma ainda que muitos autores acreditam que estas experiências bem sucedidas de negócios estão intrinsecamente ligadas a forma de liderar das mulheres.

Para melhor explicar esta forma de liderar, Fontenele-Mourão (2006), diz que há a necessidade de novos paradigmas de gestão que preconizem um estilo de maior humanização das estruturas organizacionais.

Dentro desse contexto, Jonathan (2005), acredita que as micro e pequenas empresas brasileiras, criadas e lideradas por mulheres, não só constroem para si uma alternativa de inclusão, mas geram empregos e promovem inovação e riqueza, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico do país.

Seguindo essa concepção, Castells (1999), afirma que a sociedade globalizada, o feminismo e o ambientalismo têm provocado transformações sociais e que seu desdobramento econômico tem levado as mulheres a empreender, em busca de se tornarem financeiramente independentes ou socialmente participativas.

Empreendedorismo social e inovação

O empreendedorismo social é um tema emergente e relevante principalmente no tocante a sua prática por mulheres. Bressant e Tidd (2009, p. 333), trazem o “conceito de empreendedorismo social como uma forma de inovação que tem como finalidade, objetivos sociais em vez de financeiros.”

Complementando esta idéia, Oliveira (2004), traz em seus estudos Rao (2002), que mostra que empreendedores sociais, são indivíduos que desejam colocar suas experiências organizacionais e empresariais mais para ajudar os outros do que para ganhar dinheiro.

Apesar de o empreendedorismo social apresentar essa característica de necessidade da promoção social, os processos do empreendimento não são mais fáceis. Bressant e Tidd (2009), definem que os desafios para um empreendimento com fins sociais ou econômicos são os mesmos.

Quadro 2 – Diferenças entre empreendedorismo empresarial e empreendedorismo social.

EMPREENDEDORISMO EMPRESARIAL	EMPREENDEDORISMO SOCIAL
1. É individual	1. É coletivo
2. Produz bens e serviços	2. Produz bens e serviços à comunidade
3. Foco no mercado	3. Foco na busca por soluções de problemas sociais
4. Sua medida de desempenho é o lucro	4. Sua medida de desempenho é o impacto social
5. Visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negócio	5. Visa a respeitar pessoas da situação de risco social e a promovê-la

FONTE: Adaptado de Melo Neto e Froes (2002)

Melo Neto e Froes (2002), apontam a questão do empreendedorismo social como um novo paradigma. Para os autores, também existem diferenças entre empreendedorismo empresarial e o social.

No quadro 2, apresenta-se as principais diferenças entre o empreendedorismo empresarial e o empreendedorismo social.

Para a *Ashoka Foundation* (2011), que é uma organização mundial, sem fins lucrativos, pioneira no campo da inovação social, que trabalha dando apoio aos empreendedores sociais, define que empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade. São inovadores sociais que deixarão sua marca na história.

Para Degen (1989), a riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir em quantidade suficiente os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Por outro lado, na visão desse autor, o melhor recurso para solucionar os graves problemas socioeconômicos é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços.

Fica evidenciado que o empreendedorismo social trabalha muito fortemente a questão da criatividade e inovação.

Em um viés econômico, Drucker (1987), apresenta a inovação como um instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para negócios ou serviços diferentes, podendo ser aprendida e praticada.

Complementando essa idéia, Fleury e Fleury (2007), acreditam que a organização, define a sua estratégia e as competências necessárias para cada situação, num processo de aprendizagem constante. Acreditam que há um círculo virtuoso onde através do processo de aprendizagem as duas se complementam.

Portanto, fazer o empreendedorismo social acontecer exige aprendizado e absorção de um novo conjunto de habilidades, paralelas às atuais formas de pensar e administrar a inovação (BRESSANT e TIDD, 2009).

3.PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para esta pesquisa usa-se uma abordagem de natureza exploratória que, para Gil (2002), tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito. Quanto ao método a pesquisa é classificada como qualitativa, pois quer examinar um fenômeno específico em profundidade.

O objetivo principal desta pesquisa é analisar quais são as competências de uma mulher a frente de um empreendimento social.

Optou-se pelo estudo de caso, face à necessidade de ganhar uma compreensão e descrição profunda do tema abordado (MERRIAN, 1998). Gil (2002, p. 54), argumenta que esse procedimento consiste em um “estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.”

Para Yin (2003), o estudo de caso não exige controle sobre eventos comportamentais, onde o foco concentra-se em eventos contemporâneos complexos com contexto de vida real, ao tempo que procura manter as características totalizantes desse contexto.

Alguns sites foram consultados com o objetivo de identificar uma empresa que pudesse contribuir com o objetivo traçado na presente pesquisa. Encontrou-se a empresa ModClima. O

primeiro contato com a empresa deu-se através de e-mail, aonde se chega a sua diretora Sra. Majory Mie Imai. Depois de explicarem-se as intenções sobre a pesquisa agendou-se uma entrevista.

Para compreender a história da diretora da empresa ModClima, optou-se por fazer a coleta de dados através do uso de uma entrevista em profundidade, onde se utiliza um roteiro semi-estruturado. A opção por esse modelo de entrevista permite a respondente, liberdade quanto a forma de expressar suas experiências e opiniões sobre os temas abordados.

A entrevista foi gravada com prévia autorização da diretora da ModClima, transcrita e posteriormente apresentada à respondente para suas considerações e análises. Desta forma, caracteriza-se a validação dos dados a serem trabalhados.

Para o tratamento dos dados desta pesquisa, usa-se a técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2004). Essa técnica consiste em analisar discursos diversos, bem como os tipos de comunicação. A técnica propõe que por trás do discurso aparente, esconde-se um sentido a ser desvendado.

Gibbs (2009), corrobora a análise de narrativa, que analisa os tópicos, o estilo, o contexto e o conteúdo para a compreensão do significado dos contextos culturais e eventos fundamentais da vida da pessoa.

As narrativas são fundamentais no estudo de fenômenos sociais e do empreendedorismo que para Camargo (1984), ainda possibilitam aprender a cultura de cada indivíduo, pois analisam as relações internas e externas do indivíduo. Para Queiroz (1987), é o próprio narrador que decide o que quer falar.

Gibbs (2009), complementa que essa técnica traz os seguintes benefícios: define o argumento geral; personifica o que é geral; localiza a experiência no tempo; dá evidências biográficas; contempla drama e retórica.

4.CONTEXTUALIZAÇÃO

Participa desta pesquisa a empreendedora Sra. Majory Mie Imai, administradora de empresas, pós-graduada em *marketing* e *design*, que traz em sua trajetória profissional a marca do empreendedorismo e da inovação. Atualmente, é sócia-proprietária da empresa de tecnologia ModClima.

Motivada a gerar soluções inovadoras e efetivas para recuperar o que o próprio homem destruiu, a ModClima tem como conceito norteador de suas ações, que a mesma inteligência que a humanidade teve para crescer desenfreadamente, promovendo o desenvolvimento que usufruímos hoje, este mesmo talento, pode ser utilizado para criação de tecnologias inovadoras e sustentáveis que atendam quesitos gerados pelas mudanças climáticas e aquecimento global, ajudando na recuperação do planeta em grande escala.

A pesquisa de produção de chuvas localizadas iniciou em 2001. Em 2007 para atender um contrato, a família Imai, detentora das patentes, constitui a empresa ModClima exclusivamente para trabalhar com suas tecnologias.

A ModClima Pesquisa e Desenvolvimento Ltda., está focada na criação de tecnologias brasileiras, limpas e sustentáveis que visam gerar modificações conscientes no Clima e no Meio Ambiente, dentre elas estão as seguintes tecnologias patenteadas: - Produção de chuvas localizadas: Tecnologia já operacional; - Revegetação de áreas extensas de solos degradados – Árvores Flecha; - Limpeza e recuperação de represas, rios e mananciais substituindo-se processos químicos e poluentes por processos físicos limpos e mecânicos; - Transformação de

resíduos orgânicos, lodos de ETAS e ETES em fertilizantes orgânicos; - Conceito modular em alumínio para construção de embarcações e plataformas de petróleo.

A tecnologia de produção de chuvas localizadas pode ser implementada em todas as regiões do mundo que sofrem com o problema das secas e tenham nuvens adequadas para semeadura, possibilitando a diminuição de perdas ou quebras de safras, preservação de unidades de conservação, gerando maior volume de água para população e impactos positivos para qualidade de vida, saúde e saneamento básico através de mecanismos econômicos, que preservam tanto a população como o meio ambiente de situações extremas. Trata-se de uma ferramenta que beneficia a coletividade e simultaneamente os vários usos de recursos hídricos, além de promover, como fazem as chuvas naturais, a recarga de aquíferos para futuras gerações.

Outro diferencial é, ao analisar a cadeia produtiva da água, todos os processos que geram nova fonte de água são naturais: chuvas, águas subterrâneas, rios, represas, mananciais, lençóis freáticas, oceanos. A população cresce, o consumo e poluição das fontes aumentam e os únicos processos gerenciados pelo homem para gerar nova fonte de água limpa são dessalinização e a produção de chuvas localizadas. Chuvas artificiais com iodeto de prata e cloreto de sódio foram utilizados no passado, mas o iodeto gera doenças pulmonares e seu índice de ocorrência positiva em nuvens super geladas é de dez por cento e as experiências com o cloreto de sódio não obtiveram resultados significativos.

O objetivo da ModClima, em médio prazo, é trabalhar no sentido de viabilizar e gerenciar esta nova fonte de água limpa, constituindo núcleos permanentes de produção de chuvas localizadas segmentados por área de atuação ou por região, a partir da análise de uma curva ABC identificando as regiões no Brasil que mais sofrem o impacto da falta de chuvas para diversos fins. Cruzar estas informações com dados meteorológicos que permitam avaliar se essas regiões mais necessitadas, apresentam características atmosféricas adequadas para processo de semeadura e buscar mecanismos de financiamentos públicos e da iniciativa privada para realizar esta implementação de uma maneira inteligente, abordagem positiva, gerenciamento estratégico de risco e minimização dos problemas gerados pelas mudanças climáticas.

Para isto é preciso num primeiro momento criar mais uma unidade produtora de chuvas composta por aeronave, equipamentos de produção de chuvas e navegação, equipe; bem como investir na abertura e consolidação deste mercado de grande potencial, mas que ainda é nascente e não se tem claro, os mecanismos de financiamento e modelos de negócios para atender aos diversos usos de água.

Em 22 de fevereiro de 2011, a ModClima foi convidada para estar na Organização das Nações Unidas – ONU, pelo secretário executivo da *United Nations Convention to Combat Desertification* - UNCCD, e apresentar a tecnologia brasileira limpa de produção de chuvas localizadas, na Convenção Mundial de Enfrentamento da Desertificação na Alemanha em Bonn.

As tecnologias da ModClima visam recuperar o clima e meio ambiente atuando positivamente e contribuindo para a construção de um modelo inovador tecnológico limpo e brasileiro. Para isto é necessário gerar mecanismos de financiamento e construir parcerias que possam dar sequência a concretização e implantação destes processos. Neste sentido, estamos trabalhando para alinhar com autoridades científicas, governamentais e empresariais visando apresentar e sensibilizar as autoridades a investir em um projeto que tem tudo para ajudar nosso país, sua comunidade e servir de exemplo de ação para outras nações.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Agora se pretende, a luz dos autores apresentados no referencial teórico desse artigo, analisar as competências da respondente, previstas no Quadro 1, visando atender ao objetivo proposto. Para a análise, os dados da entrevista foram categorizados, desenvolvidos e organizados nas dez categorias de competências que serão analisadas a partir de agora.

Categoria 1 - Competência por oportunidade

A competência empreendedora por oportunidade é definida por Nassif et al. (2011), como um ponto central no processo empreendedor, envolvendo o aspecto da identificação de uma oportunidade e desenvolvê-la. Na fala da empreendedora evidencia-se essa concepção.

“[...] voltei para o Brasil e montei uma confecção infantil com uma amiga minha porque tinha uma proposta bem bacana, as roupas eram bem lúdicas de criança.”

“[...] meu pai veio com uns projetos porque ele sempre foi uma pessoa genial [...] e ele disse que queria tocar o projeto com a gente. Fomos ver esse projeto das chuvas [...] é encantador!”

Vale ainda acrescentar que a fala da respondente pode ser baseada na definição de Fillion (1999), que afirma que o empreendedor mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócio.

Categoria 2 - Competência organizador-administrativa

Man e Lau (2000), acreditam que essa competência se desdobra também em mecanismos de planejamento. Como se destaca na frase da respondente.

“Eu gosto de fazer projetos, gosto de pensar nesses projetos em seu começo meio e fim. Só consigo parar um projeto quando eu tenho dentro de mim que aquilo ficou redondo. Essa é uma característica minha, eu não gosto de fazer nada que deixe um fiapo.”

Para Degen (1989), o empreendedor além de profundo conhecimento técnico sobre o produto que pretende oferecer e sobre o mercado em que pretende atuar, formaliza estratégias e faz uso de ferramentas de planejamento e controle que lhes proporcionam uma visão sobre a viabilidade ou não de seus empreendimentos.

Categoria 3 - Competência estratégica

Na concepção de Fleury e Fleury (2007), dentro das competências de negócio o empreendedor apresenta a visão estratégica que é a de conhecer o negócio, o ambiente externo e interno da empresa. Além de identificar as competências necessárias para enfrentar os desafios e assumir responsabilidade.

Recorrer a uma visão estratégica é competência absorvida pela respondente, conforme ela relata em sua fala.

“Como somos uma empresa privada, montamos uma ONG, a ModFix, na tentativa de conseguir apoio financeiro. As empresas sempre nos questionavam: como nós iremos apoiar uma empresa privada que visa lucro para fazer uma missão de fazer chuvas na Chapada Diamantina? Então eu questionava: mas não é a questão da empresa particular que visa lucro. Se você gasta verba de

sustentabilidade por que você não pode gastar para fazer uma missão lá? Só porque nós somos uma empresa que visa ao lucro?”

Categoria 4 - Competência social

A empreendedora enfatiza com frequência a necessidade dos contatos e parcerias em seus relatos para alcançar os seus objetivos que evidencia em primeiro momento uma missão social. Desta forma, pode-se teorizar com Tidd e Bressant (2009), que afirma que os desafios para um empreendimento com fins sociais o empreendedor visa missão antes do lucro.

“Depois tinham parceiros, por exemplo: um professor de ciências atmosféricas do ITA. Um professor pesquisador de modelos matemáticos ligado ao ITA que vinha uma vez por mês ajudar a gente a fechar os relatórios”.

“É não tinha o projeto anterior, mas a idéia era fazer chuva pegando umas florestas que mais incendeiam e montar uma unidade produtora de chuva para ficar fazendo chuva sobre aquela floresta para deixá-la toda mais vigorosa, também fauna e flora, e toda a rede de freáticos mais fortes, para que quando chegasse o período de seca porque isso vai vir mesmo, não vai ter o que fazer, nós pegariamos essas nuvens para semear e chover, quando chegasse esse período, ela tivesse uma condição mais sadia para suportar o período da seca”.

“Por outro lado, o nó na nossa cabeça é o seguinte: nós sabemos que as nossas tecnologias podem fazer frente às mudanças climáticas. Todo mundo fica falando de mudanças climáticas, aquecimento global, mas nós podemos fazer chuvas. No Amazonas, por exemplo, que já tem um regime de chuvas intenso, mas esse regime está decaindo, pois sofre com o desmatamento e queimada, se nós conseguíssemos ter um trabalho ali, trabalhando homeopaticamente, estaríamos ajudando a regularizar o regime de chuvas, e reduzindo o número de incêndios florestais, ajudando a Amazônia a sobreviver. Nós ajudamos indiretamente, de forma minimalista, a regular o regime de chuvas no País inteiro”.

Categoria 5 - Competência de comprometimento

O relato sugere que a respondente mantém um compromisso através dos esforços em dar continuidade aos negócios e as metas estabelecidas, conforme Nassif et al. (2011), destacam como competência de comprometimento.

“Nós fizemos muita pesquisa... conhecemos muita gente das áreas mais diferentes, fomos entender de silvicultura, fomos entender de cana, de soja, de floresta, vamos à universidade quando não entendemos algum assunto. Procuramos um professor, insistimos até ele nos atender [...] eu tomei uns trinta nãois de um e a alegação sempre era: 'Eu não tenho tempo, não vou poder' [...] mas de tanto insistir conseguimos.”

Categoria 6 - Conceitual

Paiva et al. (2006), afirmam que o empreendedor que possui as competências conceituais raciocina de forma criativa, pensa intuitivamente, toma decisões em situações de incerteza e consegue avaliar em situações duvidosas. Portanto, na entrevista Majorie apresenta todas estas dimensões como pode ser observada.

“[...] não é possível que uma coisa dessas não vai acontecer... é esse período que a gente está tendo que desmobilizar a ModClima, é um período de bastante sofrimento [...] nós espiritualmente estamos trabalhando o desapego [...] já fizemos tanta coisa e será que conseguiremos chegar num novo modelo?”

“Nós temos incerteza, mas incerteza nós temos em tudo, ainda mais nós que só temos incertezas, então, nós falamos: bom, vamos tocando, vamos indo que uma ora vai abrir, vai fechar, vai mudar, tem que ter este movimento... mas eu acho que se a pessoa não acredita, ela não vai, sabe, se você estiver muito preso e falar eu preciso ter certeza de alguma coisa, eu preciso ter segurança de alguma coisa, você não toca [...] Inovação! É empreendedorismo, você pode tocar uma franquia, você pode tocar um negócio que já tem no mercado consolidado, que você já saiba que numa loja de tantos metros, a sua tendência de faturar é de tanto, mas no nosso todas essas perguntas que as pessoas fazem, e nós falamos que não sabemos!”

Categoria 7 - Competência de inovação

Na visão de Fillion (1999), só pode ser chamado de empreendedor uma pessoa que contribua com algo novo. Assim, a respondente deixa transparecer em suas falas que esta competência está arraigada em sua forma de pensar e agir.

“[...] nós estamos planejando uma pesquisa das Árvores Flecha, estamos elaborando este projeto a várias mãos: tem três pesquisadores e o pessoal de uma UNE do Amazonas, nós estamos fazendo essa costura juntos. O projeto está ficando lindo e a idéia é buscar recursos para poder implantar.”

“Alugamos uma chalana e fomos trinta vezes à represa, conseguimos até tirar um traço de metano, mas não saiu... tínhamos de avançar mais na pesquisa [...] mas não saiu, essas pesquisas precisam de dois ou três anos [...] em seguida mais uma inovação: vamos fazer um barco para coletar toda matéria orgânica das represas. Também temos o projeto de uma estrutura toda automatizada de minhocário que nós chamamos de ‘minhocódromo’. Então, nós transformamos todo aquele lixo da represa em húmus e tal.”

“Tanto é que nós não temos lucro até hoje [...] o nosso slogan é ‘A recuperação do clima e meio ambiente’ então nós sempre visamos a isso [...] e todas as nossas tecnologias não foram planejadas. Dizer que nós temos um mega planejamento, isso não temos, mas as nossas tecnologias têm essa costura. Então, por exemplo: chuva, depois a restauração florestal pelo plantio aéreo que desenvolveu essas mudas, o tubete virou biodegradável, a flecha de bambu, até a cola que nós pesquisamos na USP, conseguimos que fosse biodegradável. “

Fillion (1999), complementa ainda com a análise quando afirma que uma pessoa que inventa algo sempre será um inventor aos olhos do mundo.

Categoria 8 – Competência por relacionamento

Ao analisar essa competência, Gimenez et al. (2001), acreditam que os relacionamentos incluem idéias e estratégias de novas empresas, suas influências ecológicas sobre a criação e o desaparecimento de novos negócios, seu gerenciamento, formação de equipes criativas, auto

emprego, e principalmente relacionamento entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico. A respondente apresenta essa característica quando relata:

“[...] tem um senhor, o Chico das Minhocas, ele é um minhocultor, e também consultor [...] então eu falei: Chico, vamos pensar em ensinar esses agricultores a trabalharem com minhocultura, porque assim eles podem pegar toda a matéria orgânica que eles têm, para colocar as minhocas, e assim fazerem húmus. Podem usar esse fertilizante natural, e não vão gastar com fertilizante químico, e de 90 em 90 dias eles conseguem o dobro de minhocas, com isso eles podem vender essas minhocas e ir replicando. Isso, é uma grande melhoria [...] então o nosso projeto previa fazer consultorias para os agricultores do entorno habilitando-os a expandir seus negócios”.

Complementando, Paiva Jr (2004), comenta que competência relacional pode levar o empreendedor a compor articulações de alianças que auxiliam no cumprimento satisfatório dos pactos estratégicos e a propor soluções criativas a baixo custo.

Categoria 9 - Aprendizagem

A aprendizagem é uma das competências da empreendedora. Drucker (1987), acredita na contínua aprendizagem como suporte para recorrentes ações empreendedoras e para Kets de Vries (1995), que a importância dada à aprendizagem demonstra a preocupação do empreendedor de estar sempre disposto a aprender, principalmente com suas falhas e seus insucessos, bem como a compartilhar conhecimentos. Essa busca pelo conhecimento é percebida em vários momentos da entrevista como mostrado nos trechos abaixo:

“[...] Nós fomos fazer uma pesquisa para saber como os índios faziam chuvas, eu fiquei amiga deles e pensei: de repente eles têm uma nova tecnologia que a gente pode incrementar na nossa (risos)”.

“[...] esse é o brinquedinho da vez, a árvore flecha. Nós fizemos vários estudos de balística para lançar essas mudas [...] para fazerem uma trajetória balística e espetar.”

“Quando nós fazemos um orçamento para uma pessoa do Maranhão, por exemplo, não temos uma tabelinha de preço que eu pego e tenho o valor. Temos que fazer uma pesquisa gigante, estudar a região, a climatologia, temos que ver o que a pessoa está produzindo ali, qual o histórico. Nós precisamos contar com pessoas para mandar fotos para a gente, temos de começar a monitorar imagens de satélite para começar a perceber o que a gente tem de fazer lá.”

Fleury e Fleury (2001), complementam que é por meio do processo de aprendizagem e de gestão do conhecimento que as organizações podem desenvolver as competências necessárias para a realização de sua estratégia competitiva.

Categoria 10 – Equilíbrio entre o Trabalho e Vida Social

Na visão de Paiva Jr. et al.(2003), o empreendedor abrange esta competência no momento em que ele desenvolve atividades alheias ao cotidiano da empresa e compreende a rotina de forma humorada e encara como um jogo desafiante

Na fala da respondente fica transparente a presença desta competência

“[...] depois que eu comecei a trabalhar na ModClima, eu perdi todos os meus finais de semana, minha vida social porque você fica mergulhado naquele monte de coisas, vai pra uma missão num lugar no meio do sertão, pobre de tudo, mas a gente acredita e gosta daquilo que está fazendo.”

“[...] minha filha fala: mãe, olha a sua vida, você fica enterrada nesses negócios, você não faz mais nada [...] mas no fundo a gente quer ver aquilo acontecer entendeu? Você fala: não é possível que uma coisa dessas não vá acontecer.”

Os autores complementam que essa competência é fator decisivo na vida dos empreendedores e seus empreendimentos.

6. CONCLUSÃO

Estudos ressaltam a importância do gênero feminino, quando mostram um número muito expressivo de mulheres à frente de um empreendimento, realidade esta que, até poucas décadas, não se imaginava. Percebe-se que houve uma mudança no paradigma quanto ao papel social da mulher.

Com os avanços nos estudos pode-se constatar que o empreendedorismo social vem ocupando um lugar de destaque em razão da importância do tema.

Um empreendimento social pode, além de preocupar-se com a realização de uma atividade social, também buscar o benefício do lucro, pois se vive em mundo que necessita de empreendimentos que favoreçam a todos em que nele vive.

Esta pesquisa buscou analisar o constructo competências, pela dinâmica da empreendedora Sra. Majory Mie Imai, analisando todos os momentos em que ela vem inovando através da empresa ModClima.

A análise de resultados da pesquisa mostrou que a respondente apresenta as dez competências analisadas com destaque para as competências de inovação e conceitual, que são as mais recorrentes. Além destas, a competência social e a de comprometimento também são marcantes no estudo.

Portanto, sugere-se o estudo de outros casos de empreendedorismo social, em profundidade, a fim de buscar correlações substanciais que proponham a criação e novas competências específicas para a área do empreendedorismo social. Além disso, o tema também proporciona as seguintes linhas de pesquisas: entre as competências cognitivas e as afetivas quais são as mais recorrentes no perfil do empreendedor social? Qual a importância do lucro dentro de um empreendimento social?

Referencial bibliográfico

ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS; MACKISEY E CIA. INC. **Empreendimentos sociais sustentáveis**. São Paulo: Peirópolis, 2001.

BARDIN, L. – **Análise de conteúdo**. 3a. ed., Lisboa: Edições 70, 2004.

BRESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman, 2009.

CAMARGO, A. Os usos da história oral e da história de vida: trabalhando com elites políticas. Dados - **Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro, v.27, n.1, p.5-28. 1984.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. 2a. ed., São Paulo: Paz e Terra, 1999

- DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987
- DUTRA, J.S., **Competências conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna**. São Paulo: Editora Atlas, 2010.
- FILION, L.J, Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.39 n.4 p. 6-20, out./dez. 1999.
- FLEURY, A., FLEURY, **Estratégias empresariais e formação de competências**. 3ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2007.
- FONTENELE-MOURÃO, T. M. **Mulheres no topo de carreira: flexibilidade e persistência**. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2006.
- GEM. **Global Entrepreneurship Monitor 2010**. Disponível em <http://www.gemconsortium.org/download/1321522112296/GEM%20Brazil%202010%20Report.pdf>. Acesso em 27.10.2011.
- GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. Porto alegre: Broolman. 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GIMENEZ, F; MACHADO, H. e BIAZIN, C. A mulher empreendedora: um estudo de caso no setor de confecções, **Balas Proceedings**. v.1, p.311-322, 1998.
- JONATHAN, E.G. Mulheres Empreendedoras: Medos, Conquistas e Qualidade de Vida. **Psicologia em Estudo**. Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set./dez. 2005.
- KETS DE VRIES, M. F. R. **Organizational Paradoxes: Clinical Approaches to Management**. New York: Rudlege, 1995.
- MAN, T.W.Y. LAU, T. Entrepreneurial competencies of SME owner/manager in the Hong Kong services sector: a qualitative analysis. **Journal of Enterprising Culture**, v. 8, n. 3, 235-254, sep. 2000.
- MAN, T.W.Y. LAU, T. The context of entrepreneurship in Hong Kong: An investigation through the patterns of entrepreneurial competencies in contrasting industrial environments. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 12, n. 4, 464-481, 2005.
- MACHADO, H.V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. **Anais do Enanpad**, 1999.
- MACHADO, H. ST-CYR, V. L. M., A. ALVES, M. C.M. O Processo de Criação de Empresas por Mulheres. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 2, n. 2, jul./dez. 2003.
- MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- MERRIAM, S. **Qualitative research and case study applications in education**. San Francisco: Jossey-Bass, 1998.

MOORE, D. e BUTTNER, H. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success . **Journal of Small Business Management**, jan. p. 34-47, 1997.

NASSIF, V. M. J.; ANDREASSI, T. A.; Fleury, M. T. L. Mulheres Empreendedoras: Uma Discussão sobre suas Competências **Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho**, Anais ANPAD, 2011

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo social no Brasil**: fundamentos e estratégias. Tese de doutorado, Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, 2004.

PAIVA JR, F. G. **O empreendedorismo na ação de empreender: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz**. Tese de doutorado. Centro de Pós-graduação e Pesquisas em Administração, Universidade Federal de Minas Gerais. Minas Gerais, 2004.

PAIVA JR, F. G. de; LEÃO, A. de S.; MELLO, S. C. B. de. **Competências empreendedoras em comportamentos de dirigentes de êxito socialmente reconhecido**. In: XXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração – ENANPAD. 2003.

PRAHALAD, C.K. Reexame de competências. **HSM Management**, São Paulo, n.17, p.42-52, nov. /dez. 1999.

QUEIROZ, M.I.P. Relatos orais: do indivisível ao divisível. **Ciência e cultura**. São Paulo: v. 39, n. 3, mar., 1987.

SHANE, S. VENKATAMARAM, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 12, n. 4, 25: 217-26, 2000.

YIN, R. K. **Estudo de caso**. 3a. ed., Porto Alegre: Bookman Artmed, 2003.