

O Meio Empreendedor Promovendo Inovação

A Geração de Capital Social no Porto Digital¹

Fernando Gomes de Paiva Júnior²

Kaline Maria Tenório Salviano³

Íris Calado de Almeida Costa⁴

Ana Maria da Silva Barbosa⁵

<http://dx.doi.org/10.21527/2237-6453.2016.37.37-63>

Resumo

Os insumos relacionais são compreendidos no universo dos negócios por conhecimento, informações, confiança, ideias, lealdade e compromisso, formadores do bem intangível denominado capital social. O meio empreendedor evidencia as interfaces das dimensões territoriais e socioculturais no âmbito local. Esse campo ainda revela carências, exigindo assim uma maior atenção, tanto por parte dos indivíduos que interagem no mesmo território em busca de objetivos afins, como dos cientistas pesquisadores para o alcance da evolução e sustentabilidade das instituições. Este estudo propõe-se a descrever o modo como funciona a produção de capital social e seus efeitos de geração de inovação no caso empírico do Porto Digital. Trata-se de uma pesquisa qualitativa de caráter descritivo com levantamento bibliográfico, documental e com análise de reportagens envolvendo dirigentes do Porto Digital. A análise dos dados deu-se a partir das entrevistas e sua comparação com o referencial teórico

¹ Artigo selecionado para *Fast Track* no IX Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), realizado em Passo Fundo de 16 a 18 de março de 2016.

² Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Mestre em Administração pela Universidad de Deusto, País Basco, Espanha. Graduado em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professor da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). fernando.paivajr@gmail.com

³ Mestranda em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Católica de Pernambuco (PUCPE). Assistente em Administração da UFPE.. kalinesalviano@gmail.com

⁴ Mestranda em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Graduada em Enfermagem pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Enfermeira da Unidade Neonatal e preceptora da Residência do Hospital das Clínicas da (UFPE). iriscalado2010@hotmail.com

⁵ Mestranda em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Graduada em Administração de Empresas pela Faculdade de Ciências Administrativas de Limoeiro (FACAL). Administradora da UFPE. barbo.ana@gmail.com

e a análise documental. Os resultados revelam que há um ambiente adequado para o desenvolvimento social e tecnológico, além de ações pertinentes à postura e comportamentos decorrentes do aspecto relacional dos atores imersos na rede. Os componentes dos relacionamentos interpessoais são imprescindíveis à criação do meio inovador e sua sustentabilidade progressiva.

Palavras-chave: Meio empreendedor. Inovação. Recursos estratégicos. Capital social.

THE ENTREPRENEUR ENVIRONMENT PROMOTING INNOVATION: THE GENERATION OF SOCIAL CAPITAL PORTO DIGITAL.

Abstract

The relational inputs are known in the business environment by knowledge, information, trust, ideas, loyalty and commitment, together they constitute an intangible good, the social capital. The enterprise environment highlights the interfaces of the territorial and socio-cultural dimensions on the local ambit. This field still have deficiencies, demanding bigger attention, by the ones who interact on the same area seeking the same goals and by research scientists fir achieving progress and sustainability of the institutions. The study aims to describe how the capital social production works, also its creating innovation effects, on this empirical Porto Digital case. This is a qualitative research with descriptive bibliographical, documentary survey and analysis reports from the Porto Digital leaders interviews. The data analysis was based on the interviews, comparing the answers with the theoreical and documentary analysis. The results reveals that there is a suitable environment for social and technological development. As well as relevant actions to posture and behavior arising from the relational aspect of the actors immersed in the network. The components of interpersonal relationships are essential to the creation of innovative environment and its progressive sustainability.

Keywords: Entrepreneur environment. Innovation. Strategic resources. Social capital.

Nos últimos anos, o empreendedorismo e suas áreas de articulação, como redes de cooperação, desenvolvimento, competências e perfis empreendedores, são temas que vêm sendo destacados nos estudos organizacionais em todo o mundo. Algumas questões, porém, permanecem carentes de discussão, como é o caso da análise do meio empreendedor e das relações com o capital social. O meio empreendedor é considerado “a chave da diferenciação” por Julien (2010, p.159), uma vez que “é o lugar e ao mesmo tempo o mecanismo coletivo que pode explicar e facilitar os diferentes laços sociais, permitindo assim o desabrochar de um espírito empreendedor coletivo”.

São crescentes as discussões sobre questões relacionadas às mudanças que afetam a sociedade de forma rápida e transitória. Segundo Becker e Silveira (2011), a natureza das transformações no modo de produção capitalista, desde o final do século 20, e a instantaneidade da informação têm influenciado decisivamente o perfil do consumidor jovem. Paiva Júnior et al. (2014, p. 299) observaram em sua pesquisa que “[...] o ato de empreender é fator inexorável ao desenvolvimento dos empreendimentos, rompendo com a estabilidade estática que ainda constitui expectativa de futuro de alguns dos jovens dessa geração empreendedora”.

No universo do sistema produtivo de uma rede de negócios em que o empreendedor está exposto a novas ideias e informações, sucedem “fenômenos como: construção de conhecimento, obtenção de recursos, desenvolvimento de capital social, aperfeiçoamento de sistemas de inovação e redução dos riscos de operações em cenários complexos de negócios” (PAIVA JÚNIOR et al., 2014, p. 294). Nesse contexto, o meio empreendedor do Porto Digital pernambucano, considerado em 2014 o “Vale do Silício” no Brasil, representa o mais próspero entre os cinco polos de tecnologia e inovação e um dos principais *clusters* da América Latina, além de ser o novo destino da economia criativa no país, ensejando um ambiente de negócios altamente dinâmico e competitivo (PORTO DIGITAL, 2015; PAIVA JÚNIOR et al., 2010).

O meio empreendedor do Porto Digital, reconhecido pela lógica de um novo formato de empreendedorismo, é considerado um modelo de negócios que se propõe à fomentação de práticas tecnológicas, bem como “acoplagem de competências” com funções diferenciadas que se potencializam.

Nesse aspecto, justifica-se o enfoque da proposta deste estudo no tocante aos recursos estratégicos, bem como a geração e efeitos do capital social no Porto Digital. Surge então o seguinte questionamento: *Quais os efeitos da geração de capital social que contribuem para a inovação no meio empreendedor do Porto Digital?*

Referencial Teórico

A sociedade moderna busca encontrar alternativas que valorizem a inovação, com seus recursos de base a informação e o conhecimento a fim de enfrentar desafios. A noção de capital social e de territorialidade emerge no cenário das inovações e ganha espaço para reflexão em várias áreas do conhecimento, colaborando para distinguir os processos de inovação e seus resultados, de acordo com cada realidade local (ALBAGLI; MACIEL, 2004).

O referencial teórico que se reporta à proposta conceitual de Julien (2010), referente ao meio empreendedor, é tratado em seu trabalho *Empreendedorismo regional e economia do conhecimento*. É explicitado, portanto, o capital social, como extrato fomentador de inovação e desenvolvimento do meio empreendedor, destacando-se neste item a pesquisa de Melim (2007), que traz a discussão a respeito da geração do capital social e seus efeitos principais, no sentido de avaliar as manifestações e os resultados decorrentes.

O meio empreendedor como catalisador do desenvolvimento socioeconômico

A condição-chave do desenvolvimento envolve a organização, os empreendimentos e os meios empreendedores e inovadores. Esses são referidos não apenas às dimensões espaciais, mas também aos mecanismos coletivos e elementos de informação, conhecimento e variedade de recursos. O meio empreendedor não deve ser visto como um espaço neutro e amorfo, uma vez que a inércia vista tradicionalmente pela economia e interesses individuais não favorece o desenvolvimento socioeconômico. Assim, a discussão a respeito do meio empreendedor pode explicar a noção a diferentes laços sociais, estimulando a ideia de coletividade (JULIEN, 2010).

De acordo com Oliveira (2013), o processo de inovação tecnológica pode ser caracterizado como uma ação cooperada de vários atores relacionados a um sistema produtivo e existe uma potencial relação entre a inovação tecnológica e o melhor desempenho ambiental. Os atores do meio afetam o dinamismo, uma vez que, imersos no território, compartilham cultura, normas e convenções sociais, gerando informação e oportunidades para estimular a criação e o desenvolvimento das empresas e laços externos que potencializam comportamentos e favorecem o enfrentamento de desafios econômicos.

O meio, segundo Julien (2010, p. 163), facilita “os múltiplos laços entre os recursos e as competências, por um lado, e os compradores, por outro lado”; como “um contexto de produção territorial medido pelo *savoir-faire*, pela cultura técnica e pelas capacidades de aprendizado”.

Cada local ou região tem características e combinações que favorecem as interações locais. Aglomerações produtivas constituem cenário territorial propício à análise que abrange, sobretudo, os sujeitos e organizações tomados individualmente, para considerar centralmente suas interações, focando nos condicionantes e resultados dos fluxos de conhecimentos entre os atores locais e destes com atores externos. Particularmente, pode-se verificar e avaliar o papel da proximidade territorial e da dinâmica socioinstitucional,

pois são espaços potencialmente privilegiados de conhecimento, aprendizado e inovação interativos. Não devem ser, no entanto, compreendidas apenas como espaços econômicos, sobretudo como ambientes sociais em toda sua complexidade (ALBAGLI; MACIEL, 2004).

No que concerne aos atores que interagem no meio e suas características, estudos atuais a respeito do empreendedorismo revelam que o empreendedor ainda é concebido como um ser que age de forma individualizada (PAIVA JUNIOR et al., 2014), entretanto a busca de oportunidades com ideias inovadoras, comuns ao empreendedorismo, tende a uma ação cooperativista que estimula a criatividade, sempre oferecendo valor para o outro.

Os empreendedores destacam-se como agentes voltados para o fortalecimento das economias locais, em decorrência de seu poder de promover o crescimento econômico vinculado a seus negócios, resgatando recursos, introduzindo criatividade e inovação, respondendo aos desafios que se apresentam como fonte de oportunidades, com efeitos positivos sobre a geração de emprego e desenvolvimento local (PAIVA JUNIOR; CORDEIRO, 2002; PAIVA JUNIOR, 2006).

De acordo com o estudo de Abreu et al. (2015), as características do perfil empreendedor contemporâneo são de natureza mais objetiva que subjetiva, mais profissional que amadora, com foco na inovação e criatividade baseadas em melhor qualificação, estando o perfil atual mais dinâmico e complexo, exigindo mudança constante em busca de adaptação. Por fim, vale reportar ao empreendedor como um ser transformacional e não mais transacional, contrapondo, portanto, a visão de Schumpeter (1988), que definiu inovação no sentido econômico, portanto remete à questão comercial e à geração de riquezas.

No processo empreendedor, a pesquisa de mercado revela-se na busca dos empreendedores por novos meios mercadológicos para encontrar áreas de alto crescimento. Desse modo, constata-se que havendo financiamentos secundários de uma avaliação coletiva de atratividade de determinado

mercado, emerge a visão de que esse segmento, além de possuir vastos recursos, oferece diversas oportunidades para empreendedores que revertem tendências em inovações. Assim, podem migrar de operadores consensuais para participantes não consensuais, propensos a continuar no mercado e a evoluir (PONTIKES; BARNETT, 2016). Acrescentando, pontos estratégicos devem ser considerados para suporte à inovação no contexto do meio: são os “recursos estratégicos”.

Os recursos estratégicos como suporte à inovação

O empreendedor que opera numa rede de negócios está inserido em um cenário com uma gama de recursos estratégicos que fortalecem a atividade inovadora. “Aliar recursos no processo de interação com parceiros-chave e manter conexões de negócios” gera inovação e, nesse sentido, o acesso a recursos torna-se imprescindível e são ilustrados por elementos como “capital financeiro, propriedades materiais ou ainda a construção de marca e projeção da imagem” (PAIVA JÚNIOR et al., 2014, p. 297).

Esses autores identificaram que, no arranjo do meio empreendedor do Porto Digital, a articulação potencializa a dinâmica empreendedora, sendo evidenciado que seu engajamento na rede faz emergir processos inovadores. Nesse sentido, infere-se que essa articulação entre as empresas e a geração de recursos no meio empreendedor, em conjunto com a cultura empreendedora e a identificação de oportunidades, são de certa forma dimensões indutoras de inovação (SOUSA et al., 2012).

Assim, o meio empreendedor tem o papel de disponibilizar recursos estratégicos que são fundamentais para inovação e seu desenvolvimento, que são: recursos de base, de negócio, recursos imateriais, financiamento de anjos e a cultura empreendedora (JULIEN, 2010).

Os recursos de base e de negócios compreendem a gestão de componentes como infraestrutura e transporte, podendo ser providos de laços relacionais de proximidade, conduzindo, por sua vez, a uma economia nos custos e facilitando o arranjo das atividades. Já os recursos imateriais são inerentes aos atores envolvidos (formação e informação).

Com relação ao financiamento de anjos, Julien (2010, p. 168) discorre que “esse tipo de financiamento provém de pessoas físicas [...] que desejam investir parte da poupança em empresas que conhecem ou em jovens empreendedores em quem têm confiança”. Para isso o autor pondera que além do projeto, é imprescindível a reputação do empreendedor. Ainda segundo o autor, a cultura empreendedora “[...] é fundamentalmente essa atitude ou aptidão pela qual uma sociedade territorial reconhece e estimula entre os empreendedores os valores pessoais e as habilidades de gestão” (JULIEN, 2010, p. 167). Assim, a cultura favorece atitudes fundamentadas em valores que motivam ações e iniciativa, estimulando a capacidade de inovar e gerir de acordo com o âmbito local.

Os recursos estratégicos, contudo, podem favorecer o processo de inovação, que, por sua vez, agrega valor de mercado às organizações e consequentemente as “vantagens competitivas”, presentes no cenário estratégico das inovações, podem estar relacionadas com o tamanho da empresa e com as disponibilidades de recursos, além da habilidade dos empreendedores em mobilizar conhecimento e tecnologia para criar produtos, processos ou serviços. Paiva Júnior et al. (2014, p. 299), no entanto, inferem que:

É necessário que os líderes das empresas estimulem a inovação para obtenção de vantagens competitivas e consolidação no mercado. Apesar dos dirigentes do Porto Digital apresentarem um perfil empreendedor, precisam se preocupar mais com o capital financeiro, com propriedades materiais e ainda mais com bens simbólicos, como marca e imagem.

Esse cenário reforça a importância do saber especializado com respeito aos processos de inovação tecnológica e gerencial, por meio de decisões compartilhadas na rede. Logo, Paiva Júnior et al. (2001) relatam ainda que para sobrevivência competitiva, o *oportunismo* ocupa posição inelutável nas transações entre grupos e indivíduos como favoritismo, subornos, dribles e embustes. Esses, apesar de opostos ao fortalecimento da confiança e cooperação interorganizacionais, são comuns nas articulações de redes de negócios. Acredita-se, no entanto, que os insumos relacionais como confiança, lealdade e compartilhamento de conhecimento, caracterizados como capital social, são influentes favoráveis ao meio empreendedor.

O capital social como fomentador de inovação e desenvolvimento do meio empreendedor

Diferentemente do capital físico, que é tangível, o capital social é intangível; em contraste com o capital palpável, que pode constituir posse de apenas uma pessoa, a presença do capital social pressupõe a existência de uma malha de pessoas, ou no mínimo duas; ao contrário do capital físico, que se consome ao longo do seu uso e da sua aplicação, o capital social quanto mais utilizado se fortalece e demanda crescimento (MELIM, 2007).

Nesse sentido, Mindaugas e Simona (2015) consideram que o capital humano é medido por relações sociais evidenciadas nas imagens dos empreendedores, tais autores entendem que é impossível ter uma consistente imagem social sem boas relações com as partes interessadas. Quanto à difusão das informações e conhecimentos, são analisadas pelos efeitos das empresas, que apresentam produtos inovadores, e pelos clientes, que apreciam tais inovações, uma vez que para ser inovador no mercado o *feedback* constitui elemento essencial.

Na ótica de Julien (2010), esse valioso recurso é fornecido pelo meio e se adiciona aos outros, como é o caso do capital financeiro para dar suporte à multiplicação e à dinâmica de vitalidade das empresas. Ainda segundo o autor, o capital social está relacionado a recursos específicos da cultura empreendedora.

Fortalecer os termos da natureza do capital social é imprescindível para enfrentar o desafio da sua edificação. Nesse sentido, a ampla literatura sobre o assunto reconhece que se tornou um conceito influente nas Ciências Sociais em termos das contribuições teóricas e políticas, capaz de produzir melhoria das condições econômicas e políticas, tanto de pessoas quanto de meios. Há um estado de convergência de pontos de vista sobre os principais elementos que agora definem esse tipo de capital. Em geral, os aspectos básicos da escrita acadêmica sobre o conceito de capital social consistem na incorporação dos elementos de confiança, normas de reciprocidade e redes sociais (NANETTI; HOLGUIN, 2016).

De acordo com Melim (2007), o conceito de capital social ainda não está suficientemente consolidado, talvez pelo fato de o seu campo tangenciar determinadas áreas, como a Economia, Sociologia, Ciência Política, entre outras. Sendo assim, dependendo da especialização do autor, a definição do termo varia, embora a essência dos conceitos expresse algo comum. O estudo de Melim (2007) define o capital social envolvido com as redes de relações sociais, em que a confiança, as normas e os costumes colaboram para sua coesão, com finalidade de proporcionar o bem comum. Melim (2007, p. 42), portanto, elenca algumas características inerentes a esse tipo de capital, que são

existência de uma rede de relações sociais ou de uma estrutura social, ou seja, de um conjunto de pessoas ligadas a um objetivo comum; utilização como recurso para que também indivíduos, e não apenas o conjunto deles, atinja suas metas e satisfaça os seus interesses; necessidade de confiança entre os participantes da rede; existência de regras, normas e padrões de convivência e de uso, explícitas ou não, para garantir o fortalecimento

do capital social e evitar a sua deterioração; presença de sistemas de participação nas redes; compartilhamento de valores pelos participantes do grupo; importância de valores (solidariedade, reciprocidade, etc.) como elementos das redes; possibilidade de estoque de capital social, existente no grupo; poder se multiplicar e crescer, assim como diminuir se não utilizado adequadamente.

Nessa linha de raciocínio, Julien (2010) afirma que o capital social encontra-se na interseção do comportamento da empresa com o da sociedade e nesse contexto o empreendedor, por sua vez, nutre-se dos laços e interações criadas pelo vínculo firmado com a malha empreendedora que lhe der suporte. Nesse processo de interação, o indivíduo apresenta-se como ser inovador com relação a conhecimentos especializados ou *metier* que remontam à tradição dos ofícios ou a eventos antigos, distanciando-o de erros que certamente aqueles que não fazem parte do grupo cometem no seu cotidiano de trabalho, diante do conhecimento insuficiente.

Além dessa situação, o autor evidencia a similaridade do capital social com o financeiro, no tocante ao compromisso com o retorno sobre o que fora investido, ou seja, os que se beneficiam do aporte não mercantil do meio, como informações, ideias, apoio e afins devem se comprometer em disponibilizar retorno ao ambiente. Uma espécie de reembolso dos recursos adquiridos fora do âmbito mercantil, como acontece nas transações financeiras. Diante dessa dinâmica, Julien (2010) argumenta que o capital social é um celeiro de saberes oportunizando a criação de empresas e a produção concorrente, e nesse processo se constitui um operador coletivo no qual habitam invenções que emergem da circulação de ideias e de trocas de toda espécie. Ainda infere que, quanto mais capital social é adicionado a uma cultura empreendedora que o associe às necessidades, mais dinâmico será o meio, ajudando a região a se distinguir pela inovação.

Diante das dificuldades de conceituar e expressar adequadamente esse tema de grande relevância no desenvolvimento inovador, alguns autores preferem discorrer sobre os efeitos e resultados de sua utilização a expressarem o seu conceito, evidenciando, portanto, os resultados surgidos num determinado grupo de pessoas (MELIM, 2007).

Melim (2007, p. 87) propõe um “modelo didático” com vistas a analisar a geração do capital social e seus efeitos principais de forma mais ágil. Sendo assim, na construção do modelo, considera que a geração do capital social deriva das relações adequadas entre as pessoas de um grupo. Como suporte ao desenvolvimento dessas relações adequadas, conta-se com um ambiente cultural associado a um compartilhamento de valores que os integrantes do grupo validam como corretos. Então, para que esses integrantes gerem o capital social e este, por sua vez, mantenha-se e evolua satisfatoriamente, é necessário a existência de normas e padrões preestabelecidos para regularizar o interagir no grupo.

Com a prática dessas relações saudáveis, determinados efeitos são gerados e classificados em grupos, a saber: grupo das manifestações e grupo dos resultados, conforme evidenciado na Figura 1.

Figura 1 – Geração do Capital Social e Seus Efeitos



Fonte: Adaptado de Melim (2007, p. 89).

Com relação às manifestações, são aferidas dimensões relacionadas aos comportamentos que derivam da prática das relações entre os indivíduos do grupo. Por outro lado, os resultados consistem nos benefícios que as pessoas e seus grupos obteriam em decorrência das posturas e comportamentos adotados.

Procedimentos Metodológicos

Este estudo constitui uma natureza qualitativa básica de caráter descritivo. De acordo com Roesch (1999, p. 155), “[...] Na pesquisa qualitativa [...] a postura do pesquisador é captar a perspectiva dos entrevistados, sem partir de um modelo preestabelecido”. Sendo assim, compreender aspectos da realidade sociocultural e humana, por meio de experiências, significados e valores, dentro do ambiente natural permeado pelo sujeito, é uma fonte direta de dados, além de reforçar o caráter descritivo e qualitativo (GODOY et al., 2010).

A inquietação deu-se a partir das discussões e trocas de conhecimentos e experiências na disciplina de Empreendedorismo, Intraempreendedorismo e Comportamento Empreendedor do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Federal de Pernambuco. O objetivo de explorar uma temática com pouco conhecimento sistematizado induziu a questão do presente texto, que é analisar o meio empreendedor e sua relação com a inovação, por meio de um olhar mais aprofundado do capital social e os efeitos gerados no Porto Digital. O critério de escolha do caso “Porto Digital” ocorreu devido ao fato de ele ser reconhecido como um ambiente empreendedor em âmbito global, em que as organizações que o integram constroem conhecimentos, parcerias, compartilham e paralelamente competem entre si, tornando-se um caso propício para investigação.

Diante disso, foram sistematizadas a coleta e a análise dos dados. Para Vergara (1990), os procedimentos metodológicos classificam-se quanto aos fins e quanto aos meios. Neste caso, a pesquisa proposta quanto aos fins possui caráter descritivo, na medida em que procurou expor as opiniões e percepções dos sujeitos, quanto ao lócus do estudo no Porto Digital.

Com relação aos meios, o artigo caracteriza-se como bibliográfico e documental. Na pesquisa bibliográfica ocorreu um estudo apurado de artigos, dissertações, teses, capítulos de livros, revistas, legislações e material disponível no *site* da Porto Digital sobre o tema proposto. Na documental, explorou-se documentações internas, como o regimento interno e a relação dos benefícios e resultados gerados pela Rede, constantes em seu *site* (VERGARA, 1990). Concomitantemente, realizou-se uma pesquisa por meio de um *site* de compartilhamento de vídeos em formato digital, o *YouTube*, com análise de reportagens e entrevistas de dirigentes do Porto Digital, conforme explicitado na Figura 2:

Figura 2 – Seleção dos sujeitos entrevistados

Identificação do entrevistado	Cargo no Porto Digital
E01	Superintendente Geral do Porto Digital
E02	Presidente do Conselho de Administração, consultor do Centro de Estudos e Sistemas Avançados (C.e.s.a.r),

Fonte: Os autores.

As entrevistas foram selecionadas coletando-se os dados das entrevistas não estruturadas desses empreendedores. Isso posto, a análise dos dados ocorreu a partir da transcrição das entrevistas e análise de conteúdo (BARDIN, 2011) e comparação destas com o referencial teórico, sobretudo com o modelo elaborado por Melim (2007), bem como os dados da análise documental. Assim, a qualidade e confidencialidade dos dados foi fortalecida pela triangulação das fontes teóricas e empíricas.

Análise dos Dados: o caso empírico do Porto Digital

Para efetivação da presente investigação foram analisados os dados a partir das devidas fontes explicitadas, recorrendo-se a respeito do meio empreendedor do Porto Digital e sua relação com o Capital Social.

O Porto Digital

Atualmente localizado em um dos bairros mais tradicionais do Recife, o Porto Digital está ancorado em um patrimônio arquitetônico e histórico da humanidade de importância internacional. Vale ressaltar que a história da cidade estabeleceu um valor simbólico ao bairro, pelas diversas atividades comerciais perpetradas a partir da instalação do porto do Recife, por volta do século 17 (PORTO DIGITAL, 2015).

Nesse aspecto sua localização, no contexto de uma área histórica, favorece, de certa forma, um ambiente adequado para o desenvolvimento cultural e tecnológico, ao passo que as próprias legislações municipal, estadual e federal, juntamente com a participação efetiva do âmbito público promovem e incitam investimentos da iniciativa privada na concepção de um ambiente empreendedor de dimensão mundial (PORTO DIGITAL, 2015).

O Porto Digital nasce no ano 2000 com o propósito de contribuir, de acordo com E1, para “o ressurgimento da economia pernambucana acoplado com um tipo de atividade econômica extremamente moderna”, além da concepção de desenvolvimento econômico, fomentado por investimentos do setor público, da iniciativa privada e das universidades, a fim de incentivar o desenvolvimento local, por meio da inovação e produção do conhecimento (BERBEL, 2008).

O *cluster* também conta com duas incubadoras e duas aceleradoras de negócios, organizações de serviços associados, dois institutos de pesquisa, diversas representações governamentais, uma instituição de nível superior, além de duas unidades avançadas nas cidades de Caruaru e Petrolina (PORTO DIGITAL, 2015).

As empresas que compõem essa rede de negócios presente no ramo de Tecnologia da Informação e Comunicação e Economia Criativa faturaram nos últimos três anos mais de R\$ 1 bilhão e, por meio da lei municipal nº 17.762/2011, o Porto se expandirá na área de Economia Criativa para o bairro de Santo Amaro (PORTO DIGITAL, 2015). A seguir ilustra-se a Figura 3 com a estrutura da rede do Porto Digital.

Figura 3 – Ecosistema do Porto Digital



Fonte: Porto Digital (2012).

Para Julien (2010, p. 163), o meio empreendedor é “[...] o ambiente socioeconômico próximo do empreendedor e da pequena empresa que facilita ou não os laços mercantis e não mercantis [...]”. Ainda segundo o autor, esse meio não só favorece os diversos laços sociais em dimensões espaciais,

como também os elementos de comunicação, informação e variedade de recursos. Corroborando essa ideia, os entrevistados E1 e E2 afirmam que o Porto Digital

É um habitat de inovação e para tanto tem que ter empresas produzindo, universidades gerando conhecimento, instituições planejando as formas de conectar as partes, instituições financeiras provendo capital, um território físico onde essas empresas, essas instituições e pessoas possam conviver e desfrutar da proximidade (E1).

[...] é um sistema-local de inovação, é um ambiente de articulação, principalmente de empresas de negócios, cujo foco é criar um melhor ambiente de negócios e tecnologia de informação da América Latina (E2).

Ainda segundo o entrevistado E1, a meta estipulada para o ano de 2020 é de 20 mil pessoas de alta qualificação profissional empregadas nesse meio empreendedor, com vistas ao desenvolvimento de softwares, Economia Criativa, serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação e atividades fortemente suportadas por essa tecnologia. Além disso, possui um valor agregado de 400 empreendimentos inovadores e o salário dos funcionários é três vezes maior do que a média salarial da região metropolitana de Recife.

Considerado um dos principais parques tecnológicos e ambiente de inovação do Brasil, além de possuir uma representação na nova economia do Estado de Pernambuco, o Porto Digital conta com clientes que incluem desde pessoas físicas com interesse em simples jogos, até grandes empresas, como bancos e agências de telecomunicações que, por sua vez, possuem bilhões de dólares de faturamento (PORTO DIGITAL, 2015).

E2 ressalta que o ambiente está envolvido em redes sociais, em *design* de jogos, em jogos educacionais, veículos aéreos não tripulados para fazer supervisão de linhas de alta tensão, bem como em informatização da cidade com o conceito cidade-esperta, inovação para minas de cobres no Chile e uso de satélites para vigiar o andamento de plantações. Por sua vez, as empresas

que compõem o Porto Digital conectam-se em um só território, criando um ambiente integrado, com uma infraestrutura e acesso à certificação, qualificação, investimentos e a incubadoras de novos negócios.

Nesse contexto, o Porto Digital pode ser considerado um meio empreendedor componente de empresas, as quais compartilham normas e convenções, além de uma cultura empreendedora, que segundo Julien (2010) pode facilitar as trocas de oportunidades e informações e, assim, estimular a criação de novas empresas e o desenvolvimento de um ambiente inovador, o qual fornece recursos estratégicos, os quais serão tratados a seguir.

Recursos Estratégicos do Porto Digital como Meio Empreendedor

O Porto Digital está inserido em uma articulação que potencializa a dinâmica empreendedora e, assim, favorece um ambiente inovador (PAIVA JÚNIOR et al., 2014). Assim, poderá fornecer diferentes recursos estratégicos (JULIEN, 2010).

Com relação aos recursos de base (mão de obra e infraestrutura), o Porto Digital conta com cerca de 7.100 funcionários altamente qualificados, dispersos em uma infraestrutura de 250 empresas nas áreas de Tecnologia da Informação e Comunicação e de Economia Criativa, reunidas nos diversos prédios revitalizados do bairro do Recife, que além do importante significado histórico-social, possuem equipamentos modernos e acessíveis, facilitando, portanto, a entrada de novas empresas, além de consolidar a estrutura existente e atuar no desenvolvimento local.

Os recursos de negócios (fornecedores e serviços de manutenção, transporte e distribuição) existentes na rede estão relacionados ao que se tratou nas entrevistas acerca da “facilidade de se obter recursos pela proximidade e articulação das empresas” (E1). Vale ressaltar que alguns desses recursos são obtidos por meio da proximidade das empresas, o que facilita as atividades, interações e redução de custos (JULIEN, 2010).

Outro fator relevante a ser considerado é a cultura empreendedora existente no Porto Digital. Segundo o entrevistado E1, o Brasil é um país que possui um conjunto de legislações que emperram a ação empreendedora, entretanto as pessoas podem desenvolver determinadas características empreendedoras pelo alto grau de criatividade. Assim,

[...] ser um empreendedor aqui na nossa região, no país como um todo, é quase que exercer um sacerdócio, porque as condições não são as mais propícias, de um lado você tem um povo criativo, um povo talentoso, um povo que trabalha, um povo que se esforça e, por outro lado, você tem um emaranhado de legislações e políticas erráticas que dificultam bastante a atividade empreendedora (E1).

E2 corrobora afirmando que o aspecto cultural no país ainda é um recurso que não colabora para a atividade empreendedora, no sentido de que nas escolas, nas universidades e na própria família ainda é embrionário o estímulo ao ato de empreender. Desse modo, pode-se compreender que, apesar das condições culturais desfavoráveis ao ato de empreender, além da implicação das legislações e políticas, o povo brasileiro detém uma criatividade, talento e esforço que potencializa a atividade empreendedora.

Essa cultura pode ser aferida por meio de duas dimensões: a taxa e o estoque (JULIEN, 2010). A taxa refere-se ao grau de abertura para os atores econômicos relacionando-os à criação de novas empresas e às mudanças positivas. Nesse aspecto o Porto Digital promove *Startups* por meio das suas incubadoras e aceleradoras. No momento estão incubadas cinco empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação e quatro empresas de Economia Criativa. Já com relação ao seu estoque, isto é, o grau de educação e experiência dos empreendedores, na reportagem analisada tem-se que “há 10 anos, antes do porto digital, Recife não exportava ideias inovadoras, exportava cérebros. Hoje Recife atrai pessoas para trabalhar” (E2), e essa nova realidade demanda, cada vez mais, pessoas qualificadas e experientes.

Por último, estão os financiamentos dos anjos e o institucional, que são acrescidos como formas de financiamento para os novos empreendedores, além de, ao mesmo tempo, fazem parte da rede instituições financeiras, como as capitalistas de risco e os bancos. Importa dizer que no cerne do Porto Digital ocorreu um investimento inicial de R\$ 33 milhões do governo do Estado na instalação da sua infraestrutura e sua operacionalização (PORTO DIGITAL, 2015).

O Capital Social no Porto Digital

Entre os autores destacados no aporte teórico sobre o capital social, elegeu-se o modelo de Melim (2007) para ser aplicado no lócus de investigação deste estudo. No entendimento de Julien (2010), o capital social é fornecido pelo meio, e uma vez associado aos outros elementos da mesma importância, como é o caso dos recursos monetários, constitui-se num valioso recurso para dar suporte à multiplicação e vitalidade das empresas, além de configurar um recurso próprio da cultura empreendedora.

O caso empírico estudado, à luz das definições teóricas, constitui o maior parque tecnológico brasileiro, no qual verifica-se a geração de capital social ocorrendo por meio da união de empresas que atuam de modo integrado no mesmo ambiente, ou seja, o Porto Digital. Sobre esse tipo de gestão Nanetti e Holguin (2016) acrescentam os aspectos básicos da confiança, normas de reciprocidade e redes sociais.

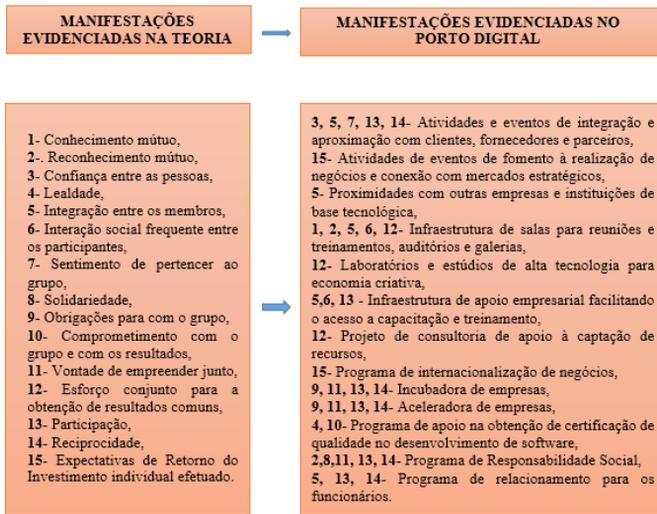
Em consulta ao sítio do *cluster*, a partir do modelo de Melim (2007), localiza-se o que a teoria define por normas e padrões de convivência. A gestão do Porto instituiu decretos relacionados às atividades que desenvolvem regimentos, estatutos, manual de responsabilidade, guia de boas práticas, entre outras normas que regulam a organização.

Quanto ao ambiente cultural e compartilhamento de valores, o *cluster* restaurou várias edificações do patrimônio arquitetônico do bairro do Recife em sua diversidade de estilos, em que se fundem o colonial, o eclético, o industrial e o moderno, mantendo suas características arquitetônicas, adequando a infraestrutura do bairro para receber empresas modernas, e esforçando-se para evidenciar que é possível combinar o desenvolvimento tecnológico com a preservação da História e da cultura.

Associando à essência cultural do meio, o Porto Digital realiza atividades com grandes repercussões, a exemplo da Iniciativa Recife, que foi considerada em 2014 pelo jornal britânico *The Guardian*, como uma das dez iniciativas que estão mudando a cultura no mundo. Essa se caracteriza pela requalificação e reurbanização de áreas que enriquecem o lazer e cultura da região. Assim, o governo de Pernambuco e a iniciativa privada devolvem à cidade espaços antes dedicados à operação portuária (PORTO DIGITAL, 2015). No contexto de geração de capital social na rede, originada dos relacionamentos das pessoas, o que na visão de Mindaugas e Simona (2015) significa afirmar que o papel do capital humano é medido por fatores, como as relações sociais caracterizadas pela imagem dos empreendedores e, segundo eles, é impossível ter uma forte imagem social sem boas relações sociais com as partes interessadas. E no ambiente cultural no qual interagem, percebe-se que no exercício dessas relações saudáveis, como afirma Melim (2007), efeitos são produzidos e classificados pelo autor como o grupo das manifestações e o grupo dos resultados.

Por manifestações pode-se inferir que são comportamentos surgidos com a prática das relações do grupo. Já os resultados são entendidos como os benefícios adquiridos pelas pessoas e pelos grupos em razão das posturas adotadas por eles. Em se tratando do Porto Digital, foi realizada uma associação da teoria da Figura 1 do referencial teórico, com as informações disponíveis no seu portal, resultando na ilustração da Figura 4 a seguir:

Figura 4 – Geração do Capital Social e seus efeitos no Porto Digital – Manifestações

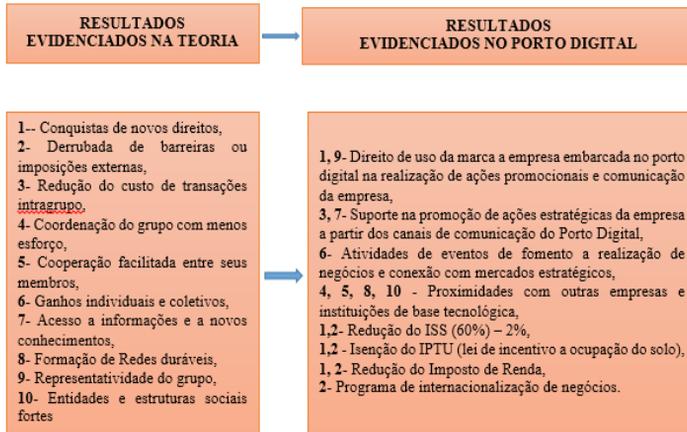


Fonte: Os autores, adaptado de Melim (2007).

Discorrendo sobre a Figura 4 mostramos que a teoria referente às manifestações, fica evidenciada no Porto Digital conforme segue: (1) Conhecimento e (2) Reconhecimento mútuos, (3) Confiança entre as pessoas, a (5) Integração entre membros, a (6) Interação social frequente, o (7) Sentimento de pertencer ao grupo e o (12) Esforço conjunto para obter resultados comuns são viabilizados no Porto Digital pelas atividades e eventos de integração e aproximação com clientes, fornecedores e parceiros, pela proximidade com as outras empresas e instituições de base tecnológica, pela infraestrutura de salas, auditórios e galerias para reuniões e treinamento, pela infraestrutura de apoio empresarial facilitando o acesso à capacitação e treinamento, bem como pelo programa de relacionamento para os funcionários.

E assim com as demais manifestações e de igual modo com os resultados, verifica-se que no Porto Digital, conforme explicitado em seu portal, fica evidente a funcionalidade da teoria estudada na elaboração deste artigo conforme demonstração na Figura 5 a seguir:

Figura 5 – Geração do Capital Social e seus efeitos no Porto Digital – Resultados



Fonte: Os autores, adaptado de Melim (2007).

Percebe-se, portanto, que os resultados expostos na Figura 5 evidenciam vantagens nas relações de proximidade entre as empresas do Porto Digital, desde a proximidade física até a dimensão cognitiva, uma vez que as relações sociais apresentam-se com afinidades interativas que motivam a participação e a comunicação, incentivando a cultura empreendedora. Pode-se acrescentar, ainda, que o incentivo do governo favorece, de certa forma, a inserção das empresas no âmbito local, com a redução do ISS, do Imposto de Renda e isenção de IPTU. Assim, em momento de crise financeira mundial, essas vantagens mostram-se competitivas, sendo reconhecidos valores intangíveis que podem ser concretizados com retorno econômico.

Considerações Finais

O propósito deste texto foi aprofundar o conhecimento do meio empreendedor associando-o à geração do capital social e seus efeitos no Porto Digital, perpassando elementos relevantes como seus recursos estratégicos. Considera-se que a inovação e o conhecimento são fatores importantes que

colaboram para o desenvolvimento local dos indivíduos, empresas, instituições e regiões. Assim, favorece as relações competitivas na sociedade atual, sendo questão preocupante devido a situação econômica e social presente, principalmente, nos países em desenvolvimento.

No contexto de ambientes turbulentos, com a velocidade dos processos e a tecnologia influenciando as questões competitivas, como é o caso do Porto Digital, há necessidade de incrementar inovações diferenciadas, a fim de atender às demandas do mercado e promover o desenvolvimento.

Diante disso, busca-se ultrapassar a visão puramente administrativa da gestão, partindo-se para uma visão de meio empreendedor e saindo da inércia que não favorece o desenvolvimento para mecanismos coletivos e elementos de informações ricos em conhecimento e variedade de recursos, destacando, portanto, o capital social, que valoriza as estruturas sociais não contempladas por outras formas de capital, como confiança, solidariedade, interação social, reciprocidade e lealdade.

Nesse aspecto, respondendo ao questionamento inicial sobre quais os efeitos da geração de capital social que contribuem para a inovação no meio empreendedor do Porto Digital, apresenta-se que como o engessamento das legislações e uma cultura nacional que trava a atividade empreendedora, a rede relacional do Porto Digital dispõe de diversos benefícios gerados pelo meio empreendedor.

Desse modo, por estar localizado em um universo considerado de valor histórico e cultural, o Porto Digital possui um ambiente adequado para o desenvolvimento social e tecnológico e dispõe de ações pertinentes à postura e comportamentos decorrentes do aspecto relacional dos atores imersos na rede. Além disso, dispõe-se de efeitos advindos dessas posturas e comportamentos, como os incentivos na redução e isenção de impostos, o direito de uso da marca e o acesso à infraestrutura.

Pode-se inferir, contudo, que há uma geração de capital social de forma acentuada no meio empreendedor do Porto Digital, contribuindo, portanto, para geração de inovações. Sugere-se, assim, para estudos futuros, um maior aprofundamento no tema do capital social, bem como suas relações com a responsabilidade social e as ações efetivas geradas para a população localizada no seu entorno, tendo como sugestão avaliar a divulgação dessas ações e sua efetividade. Outro tema relevante a ser estudado é como manter o desenvolvimento local em um meio empreendedor que compete e cocria ao mesmo tempo.

Referências

- ABREU, M. A. S. et al. *Desde os primórdios até hoje em dia será que o empreendedor ainda faz o que Schumpeter dizia?* Evolução das características empreendedoras de 1983 a 2010. 2011. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/dez11/Art_03.htm>. Acesso em: 25 maio 2015.
- ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L. Informação e conhecimento na inovação e no desenvolvimento local. *Revista Ciência da Informação*, Brasília, v. 33, n. 3, p. 9-16, set./dez. 2004.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BERBEL, A. C. A. *O processo de internacionalização de um cluster de empresas de software: o caso do Porto Digital*. Rio de Janeiro. 2008. Dissertação (Mestrado) – Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2008.
- BECKER, E. L. S.; SILVEIRA, V. P. O perfil do jovem pós-moderno na cidade de Santa Maria, *Revista Geográfica de América Central*, Rio Grande do Sul, Costa Rica, número especial Egal, II semestre, p. 1-15, 2011.
- GODOY, A. S. et al. *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- JULIEN, P. A. *Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento*. Tradução Maria Freire Ferreira. São Paulo: Saraiva, 2010.

MELIM, J. M. *A formação de capital social entre os empresários de micro e pequenas empresas: a experiência dos núcleos setoriais do empreender*. 2007. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.

MINDAUGAS, L.; SIMONA, D. Impacts of social capital on transformation from efficiency to innovation-driven business. *Journal of Business Economics and Management*, vol. 16, Iss. 1, 2015. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.3846/16111699.2012.754374>>. Acesso em: 28 jul. 2016.

NANETTI, R. Y.; HOLGUIN, C. *Social Capital in Development Planning: Linking the Actors*. 1 ed. US: Palgrave Macmillan. eBook ISBN, 2016. Disponível em: <http://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137478016_3>. Acesso em: 28 jul. 2016.

OLIVEIRA, J. A. P. *Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social*. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

PAIVA JUNIOR, F. G. CORDEIRO, A. T. Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos da produção acadêmica brasileira. In: Anais do XXVI ENANPAD, Salvador, 2002.

PAIVA JUNIOR, F. G.; CORDEIRO, A. A competência de relacionamento contribuindo para o desenvolvimento de capital social da empresa de base tecnológica. *Revista de Negócios*, Blumenau, v. 15, n. 1, p. 11-28, jan. 2010.

_____. A identidade cultural e a articulação de caráter empreendedor na busca por um desenvolvimento local. In: Anais do 30º ENANPAD, Salvador, 2006.

_____. Empreendedor inovando o bem simbólico na rede de negócios: produção & consumo de software no Porto Digital. *Exacta*, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 293-301, 2014.

_____. Redes organizacionais no sistema de *Cluster*: reflexões sobre sua posição estratégica na busca de oportunidades pelas pequenas e médias empresas. México: Cladea, 2001.

PONTIKES, E. G.; BARNETT, W. P. The Non-consensus Entrepreneur: Organizational Responses to Vital Events. *Administrative Science Quarterly*, 2016. Disponível em: <<https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/working-papers/non-consensus-entrepreneur-organizational-responses-vital-events>>. Acesso em: 28 jul. 2016.

PORTO DIGITAL (Pernambuco). Governo do Estado. *Parque: história e gestão*. 2015. Disponível em: <<http://www.portodigital.org/home#submenu-parque>>. Acesso em: 27 maio 2015.

PORTO DIGITAL (Recife). *Direção de Blog do Nordeste*: You Tube. 2010. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=awLzqN_4qK4>. Acesso em: 25 maio 2015.

PORTO DIGITAL. *Perspectivas para os setores de TIC e economia criativa com a expansão do Porto Digital para Santo Amaro*. Apresentação Porto Desembarque. 2012. Disponível em: <<http://www.portodigital.org/home>>. Acesso em: 27 maio 2015. ROESCH, S. M. A. *Projetos de estágio e de pesquisa em administração*: guias para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SCHUMPETER, J. A. *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Nova Cultural. 1988.

SOUSA, A. A. et al (Org.). *Redes de cooperação como indutoras da inovação*: formação de um ambiente inovador na cadeia de petróleo, gás e energia de Sergipe. São Cristóvão: UFS, 2012.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 12. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

Recebido em: 16/7/2016

Accito em: 18/8/2016