

OS TIPOS DE INOVAÇÕES IMPLEMENTADAS NOS EMPREENDIMENTOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DO PROJETO ESPERANÇA/COOESPERANÇA DE SANTA MARIA - RS

THE TYPES OF INCREMENTAL INNOVATIONS IN THE ENTERPRISES OF SOLIDARITY ECONOMY PROJECT ESPERANÇA/COOESPERANÇA OF SANTA MARIA - RS

Recebido 25/10/2012

Aceito 21/01/2013

Élio Sérgio Denardin¹, Lisandra Taschetto Murini²
Tatiane Lopes Duarte³, Flaviani Souto Bolzan Medeiros⁴
Lourdes Maria Staudt Dill⁵, Elisandra Freitas Denardin⁶

RESUMO

No presente momento, marcado por novas necessidades e desafios, a busca de inovação pelas organizações configura-se como uma oportunidade e um diferencial para manter-se e crescer no mercado. Os grupos iniciais do Projeto Esperança/Cooesperança, contando com a colaboração do Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), fomentaram o debate sobre o empreendedorismo na academia. Decorridos mais de vinte anos de atividades, hoje podem ser evidenciadas as inovações que vem ocorrendo nesses projetos. Nesse sentido, o estudo tem por objetivo verificar as principais inovações implementadas nos empreendimentos de Economia Solidária do Projeto Esperança/Cooesperança de Santa Maria - RS. A pesquisa classifica-se como quantitativa e qualitativa, do tipo exploratória e descritiva, e um estudo de campo. A coleta dos dados realizou-se através de entrevista estruturada aplicada nos coordenadores de cinquenta empreendimentos que se destacam pelo desempenho dentro do projeto. Como resultados mais significativos, observou-se as inovações nos produtos, mercados, no atendimento ao cliente, em conhecimentos e tecnologia. Concluiu-se que a maioria dos grupos ainda não atingiu sua total autonomia fora do Projeto Esperança/Cooesperança. Entretanto, são empreendimentos inovadores que buscam nos seus projetos a complementação para outras atividades que exercem.

Palavras-chave: Economia Solidária, Inovação, Sustentabilidade

¹ Mestre em Filosofia pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Atualmente ocupa o cargo de Professor Assistente do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA) e Coordenador de Pesquisa do Curso de Administração da Instituição. Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: eliodenardin@hotmail.com

² Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); Professora e Coordenadora do Laboratório de Práticas Administrativas do Curso de Administração do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA). Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: lisandra@unifra.br

³ Graduada em Administração de Empresas pelo Centro Universitário Franciscano (UNIFRA). Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: tatianeld@yahoo.com.br

⁴ Pós-Graduada em Finanças pelo Centro Universitário Franciscano (UNIFRA); Graduada em Administração de Empresas pela UNIFRA. Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: flaviani.13@gmail.com

⁵ Coordenadora do Projeto Esperança/Cooesperança de Santa Maria - RS. Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: projeto@esperancacooesperanca.org.br

⁶ Pós-Graduada em Administração Hospitalar pelo Centro Universitário Franciscano (UNIFRA); Graduada em Enfermagem pela UNIFRA. Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: efd1987@live.com

ABSTRACT

At present, marked by new needs and challenges, the pursuit of innovation by organizations set up as an opportunity and a differential to maintain and grow the market. The initial groups of Project Hope / Cooesperança, with the collaboration of the Course Administration of the Federal University of Santa Maria (UFSM), fueled the debate on entrepreneurship in academia. After more than twenty years of activity, can now be highlighted innovations that have occurred in these projects. In this sense, the study aims to verify the key innovations implemented in the projects of Solidarity Economy Project Esperança/Cooesperança Santa Maria - RS. The survey classified themselves as quantitative and qualitative, exploratory and descriptive type and a field study. The data collection was conducted through structured interviews with coordinators in fifty enterprises that excel at performance within the project. As the most significant results was observed innovations in products, markets, customer service, and expertise in technology. It was concluded that most groups not yet reached its full autonomy outside the Project Esperança/Cooesperança. However, enterprises are seeking innovative in their designs to complement the other activities they carry out.

Keywords: Solidarity Economy, Innovation, Sustainability

1 INTRODUÇÃO

Resgatando-se aspectos da história do envolvimento do Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) com o empreendedorismo, cabe destacar atividades pioneiras desenvolvidas por alguns de seus professores e acadêmicos nas décadas de 1980 e 1990, que consistiram em captar ideias junto ao Projeto Esperança/Cooesperança, da então Diocese de Santa Maria, e transformá-las em projetos que foram gradativamente sendo implementados por grupos de empreendedores vinculados ao movimento cooperativista da Economia Solidária. Os empreendimentos contaram, ainda, com o acompanhamento de alguns professores da Administração e Economia auxiliando a Coordenação através de debates nas diversas localidades integrantes.

A partir do ano de 2007, alguns professores e acadêmicos do Curso de Administração, Ciências Contábeis e Serviço Social do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA) vêm participando da aplicação das Pesquisas de Avaliação das Feiras de Economia Solidária (PAFES), exigidas pelo Governo Federal, que acontecem anualmente em Santa Maria, agregando diversos eventos de âmbito estadual, nacional e do Mercosul. Paralelamente, alguns professores e acadêmicos do Curso de Administração vêm elaborando artigos, divulgando os resultados dessas Feiras e realizando estudos e pesquisas sucessivas sobre inovações que aconteceram nos projetos, bem como a capacitação dos mobilizadores e o trabalho em equipe dos associados ao Projeto Esperança/Cooesperança.

No cenário socioeconômico atual, caracterizado pela crise, competitividade acirrada e desemprego, o ambiente encontra-se propício à geração de novas ideias. Para enfrentar essa realidade, surgem as cooperativas de trabalho, sendo animadoras as suas perspectivas de crescimento para a criação de trabalho e renda.

Como uma alternativa dessas cooperativas de trabalho, surgiu o Projeto Esperança/Cooesperança (Cooperativa Mista dos Pequenos Produtores Rurais e Urbanos Vinculados ao Projeto Esperança), o qual congrega e articula os grupos organizados e viabiliza a comercialização direta dos produtos produzidos pelos empreendimentos solidários do campo e da cidade e que fortalecem, juntos, um novo modelo de cooperativismo na proposta alternativa, solidária, transformadora e no desenvolvimento sustentável, propondo “a transformação pela solidariedade” (CÁRITAS BRASILEIRA, 2009).

O eixo central de atuação do Projeto está nos pequenos empreendimentos econômicos solidários, com uma proposta diferenciada de produção pelos associados, com sua comercialização direta (DIOCESE DE SANTA MARIA, s/d).

Icaza e Freitas (2006, p. 27) ressaltam que o Projeto Esperança/Coesperança está aliçado num clima de confiança mútua, reforçado pelos valores da Economia Solidária: “solidariedade, autogestão, cooperação, reciprocidade”. Os autores afirmam ainda que Dom Ivo Lorscheiter reforça sua certeza de que, nos pequenos projetos econômicos, encontra-se a chave de promoção de um novo modelo de desenvolvimento. Para Adams (apud ICAZA e FREITAS, 2006, p. 40) “o Projeto Esperança é um desafio à criatividade, à inovação”.

Segundo Leite (2000, p. 420-421), “a inovação é a essência do sucesso coletivo, é a aplicação de novos conhecimentos”. A inovação não somente se refere ao processo de transformação de conhecimento em riqueza, conceber e fabricar produtos aceitos no mercado, mas também é essencialmente um processo humano e organizacional de transformação conceitual. A atividade de inovação é uma função do empreendedorismo. O mesmo autor o define como a “capacidade voltada para a inovação [...], está sempre em busca de novas oportunidades para seu negócio” (p. 146).

Como os projetos da Economia Solidária já apresentam experiência e atuação em diversos estágios, optou-se por realizar um estudo com os Empreendimentos desse Projeto quanto às inovações. Nesse sentido, a pesquisa tem como problemática responder a seguinte questão: quais as principais inovações implementadas nos empreendimentos vinculados ao Projeto Esperança/Coesperança de Santa Maria? Para isso, estabeleceu-se como objetivo geral: verificar as principais inovações implementadas nos empreendimentos de Economia Solidária do Projeto Esperança/Coesperança. Tendo por objetivos específicos: caracterizar os empreendimentos de Economia Solidária que receberam inovações; identificar os tipos de inovações incrementadas nos empreendimentos; constatar os que já conquistaram autonomia fora do Projeto Esperança/Coesperança.

A importância do estudo sobre as inovações nos empreendimentos pode ter como base a constatação de Hashimoto (2006) que Shumpeter, um dos nomes mais citados em relação ao empreendedorismo, já em 1934, associou o empreendedor à ação inovadora e criativa. As razões para a pesquisa também podem ser evidenciadas por Leite (2000, p. 30), que aponta a “inovação tecnológica como um dos sustentáculos do crescimento econômico e do emprego”. Enfatiza também a carência de estudos sobre o tema. A inovação, como criação e introdução de soluções originais para necessidades novas, deve ser um dos temas centrais para a humanidade, juntamente com a tecnologia, sendo um dos desafios nas próximas décadas.

Justifica-se, ainda, o desenvolvimento desse estudo pelo fato de que se vive um momento marcado por novas necessidades e desafios. É neste contexto que a inovação aparece como um recurso valioso que proporcionará um diferencial e uma oportunidade da organização manter-se e crescer no mercado. A busca do desenvolvimento através da atuação conjunta e ajuda mútua configura-se cada vez mais como uma forma viável de melhorar a competitividade. Essa ideia é reforçada por Pedó (2007) ao afirmar que Projetos Alternativos Comunitários são empreendimentos na construção e resgate da esperança como alternativa concreta no mundo do trabalho.

Assim, o presente artigo pretende contribuir com o aperfeiçoamento dos empreendimentos do cooperativismo solidário, oferecendo-lhes subsídios para seu desenvolvimento a partir dessa pesquisa. A inovação, muitas vezes, não vem de competidores mais fortes e mais ricos, mas de iniciativas ousadas, com pequenos passos que acabam provocando grandes mudanças.

A atualidade e relevância dos empreendimentos solidários são destacadas por Gaiger (2003, p. 139), em decorrência do “seu caráter multifuncional, sua vocação a atuar simultaneamente na esfera econômica, social e política, a agir concretamente no campo econômico ao mesmo tempo em que interpelam as estruturas dominantes”.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Economia Solidária e Inovação

Conforme Singer e Souza (2000), a Economia Solidária constitui-se um modo de produção e é composta por empresas que praticam os princípios do cooperativismo. Ela faz parte da economia cooperativa ou social, mas não pode ser confundida com as cooperativas que empregam assalariados, uma vez que a empresa solidária é basicamente composta por trabalhadores que apenas secundariamente são seus proprietários. Por isso, a finalidade básica desta economia não é maximizar o lucro, mas a quantidade e a qualidade do trabalho.

A Economia Solidária originou-se da ajuda de pessoas carentes e excluídas da economia de mercado, não tendo acesso aos bens produtivos, aos serviços, à tecnologia e ao crédito. Foram criadas as cooperativas, que “são sociedades de pessoas, organizadas em bases democráticas, que visam não só a suprir seus membros de bens e serviços, como também a realizar determinados programas educativos e sociais” (PINHO, 2004, p. 124).

Para Singer (2005), as origens históricas da Economia Solidária aparecem logo após o capitalismo industrial, como reação ao espantoso empobrecimento dos artesãos, provocado pela difusão das máquinas e da organização fabril da produção. A exploração do trabalho nas fábricas não tinha limites: as crianças começavam a trabalhar prematuramente; os trabalhadores viam-se obrigados a enfrentar jornadas de trabalho exageradamente longas e fisicamente debilitantes, impactando negativamente a produtividade do trabalho perseguida a todo custo pelos empresários.

Conforme Pinho (2004), a cultura da cooperação é uma filosofia e um processo educacional. Como filosofia, pressupõe a crença em princípios humanísticos e o auxílio-mútuo para promover melhor qualidade de vida para todos. Como processo educacional, ajuda a construir novos valores de vida, como uma sociedade mais justa, com melhor distribuição de renda, com mais dignidade, solidariedade e felicidade. Para o autor, o cooperativismo solidário, que denomina de novo cooperativismo, está contribuindo para o desenvolvimento econômico e social, absorvendo a força de trabalho dos setores informais, contando com o apoio do atual governo federal para amenizar o desemprego, a fome e a exclusão.

De acordo com Lange (2009), a Economia Popular Solidária diferencia-se da empresa capitalista, porque, no seu contexto, existe um processo de mudança de paradigma, no qual o participante adota uma postura de cooperador, membro de um coletivo, responsável com o grupo das tomadas de decisões, sendo cada um responsável por si e pelos demais, aumentando os conhecimentos relativos ao social, econômico, afetivo e ideológico.

A Economia Solidária relaciona-se ao empreendedorismo, o qual, para Longenecker e Schoen (apud HASHIMOTO, 2006), tem sua essência em três elementos localizados no coração da atividade empreendedora: a inovação, o risco e a autonomia. Os autores ressaltam que esses elementos só qualificam o empreendedorismo quando estão juntos, pois, sozinhos, podem ser considerados características assumidas por qualquer executivo ou empresário.

Na visão de Souza e Guimarães (2006), o empreendedorismo está associado à inovação, e o empreendedor é inovador com características que compreendem criatividade, persistência,

internalidade, liderança, iniciativa, flexibilidade, habilidade em conduzir situações e habilidade na utilização de recursos.

Para Barbieri, Alvares e Cajazeira (2009, p. 23), o “processo de inovação parte de uma ideia inicial, à qual vão se agregando outras ideias no decorrer do tempo”, [...] “novas ideias irão acompanhá-lo no sentido de aperfeiçoá-lo ao longo do seu ciclo de vida”.

O modelo de inovação, conforme Barbieri, Alvares e Cajazeira (2009, p. 29), “baseia-se na formação de redes de organizações diversas em que se desenvolvem diferentes formas de intercâmbio”, como acordos, compartilhamento do banco de dados e parcerias com objetivo múltiplo. Assim, requerendo vínculos fortes que permitam gerir fluxo intenso de informações e conhecimento de diversas naturezas.

O conceito de inovação, na visão do Sebrae (2009 apud BAUTZER, 2009), tem diversos sentidos, tais como: uma nova ideia que produz resultados ou processo estratégico, adoção de novas tecnologias que permitem aumentar a competitividade de uma empresa, como também pode ser novas capacidades. Entre algumas formas de inovações estão: reduzir custos, agilizar processos, desenvolver produtos e serviços com mais qualidade ao consumidor, preocupação com fidelização e manutenção de vantagem competitiva etc.

A inovação sistemática, de acordo com Drucker (2002), consiste na busca deliberada e organizada de mudanças e na análise sistemática das oportunidades que tais mudanças podem oferecer para a inovação econômica e social. A maioria das inovações bem sucedidas explora a mudança. A inovação é a base do conhecimento do empreendimento, é uma disciplina de diagnóstico, um exame sistemático das áreas de mudança que oferecem oportunidades empreendedoras.

Inovação hoje “está relacionada com a capacidade de empreender, de fazer diferente e proporcionar ao mercado novas experiências de processos e de tendências” (BAUTZER, 2009, p. 2). O referido autor acrescenta ainda que, para inovar, significa “fazer o novo”, diferenciar e surpreender.

Para Furtado (2009 apud BAUTZER, 2009, p. 2), “a inovação está associada aos esforços das empresas para construir espaços econômicos mais adequados, mais consistentes, capazes de projetar o seu futuro”.

As empresas brasileiras vêm se mostrando cada vez mais preocupadas com o potencial inovativo. Nesse sentido, a inovação pode atender o requisito de gerenciar o processo de mudança de forma sustentável, tornando-se essencial para a sustentabilidade das empresas. A sua importância consiste no fato de agregar valor aos produtos e serviços e gerar força competitiva, diferenciando-a. A inovação possibilita que as empresas acessem novos conhecimentos, novos mercados, aumentem suas receitas, realizem novas parcerias, aumentem o valor de suas marcas e percebam novos nichos latentes de mercado (BAUTZER, 2009).

Conforme Schumpeter (1934 apud BAUTZER, 2009), a inovação pode ser relacionada aos aspectos técnicos, mercadológicos e organizacionais. Ainda, a classifica em cinco tipos:

- inovação como a introdução de um novo bem com o qual os consumidores não estão familiarizados;
- inovação como a introdução de um novo método de produção;
- inovação como abertura de um novo mercado, no qual a área de uma empresa ainda não tenha penetrado;
- inovação como conquista de uma nova fonte de matéria prima ou de bens parcialmente manufaturados, já existente ou não;
- inovação como o aparecimento de uma nova estrutura de organização em um setor.

Inovar em processos significa implementar um novo processo de produção, um novo sistema de distribuição, novos conceitos sobre logística e suprimentos, repensar seus bens e serviços ou agregar novo significado que modifique a forma de fazer as coisas.

Segundo Bautzer (2009), o Brasil, apesar de ser reconhecido como povo criativo, não tem tradição formal de inserir a inovação nas estruturas de negócios. Por isso, recomenda-se difundir os benefícios da inovação para as empresas, incentivando as pessoas serem empreendedoras, estimulando a capacidade de propor o novo.

No que se refere à inovação, Hashimoto (2006, p. 4) afirma que “o papel do empreendedor não se limita à criação de negócios, ele compreende também a criação de um método de produção, abertura de um novo mercado, a busca pela alternativa de materiais e a promoção de mudanças estruturais na organização”. Acrescenta, ainda, que o empreendedor goza de autonomia para definir os objetivos, decidir sobre o uso de recursos, escolher as estratégias de ação e até mesmo para buscar oportunidades relevantes. Mas para isso, depende de diversos participantes do ambiente de negócios, tais como: parceiros, sócios, clientes, fornecedores, funcionários, dentre outros, daí a razão de que sua visão está muito mais centrada no ambiente externo do que no interno.

Quanto maior a incerteza, maior a imprevisibilidade dos resultados. Devido a isso, nenhum empreendimento está livre de riscos. O risco é composto por três fatores básicos utilizados pelo empreendedor para fazer a estimativa do mesmo em um empreendimento, a saber: as variações aos quais produtos, processos e serviços estão sujeitos; a probabilidade de ocorrência de tais anomalias; e a gravidade das consequências dessas ocorrências. Se a combinação desses elementos for grande, então o risco é grande (HASHIMOTO, 2006).

Hoje, a busca pela inovação é cada vez maior. A inovação é necessária como fator diferencial na oferta, como meio de localizar e preencher nichos ainda não ocupados no mercado, e como forma de manter-se atualizado em relação à produtividade da concorrência (PINCHOT, 2004).

3 METODOLOGIA

A abordagem do estudo foi quantitativa e qualitativa. Conforme Diehl e Tatim (2004), a quantitativa caracteriza-se pelo uso da quantificação na coleta e no tratamento das informações por meio de técnicas estatísticas. Enquanto que a pesquisa qualitativa descreve a complexidade do problema e a interação de variáveis e as classifica em processos dinâmicos.

No que se refere aos objetivos, a pesquisa foi do tipo exploratória e descritiva. Segundo Malhotra (2006), a finalidade principal da pesquisa exploratória é a descoberta de ideias e dados; enquanto a descritiva procura descrever suas características.

O presente estudo teve como embasamento teórico uma pesquisa bibliográfica, seguida da pesquisa de campo a uma amostra de cinquenta empreendimentos participantes do Projeto Esperança/Cooesperança, indicados pela Coordenação do Projeto por se destacarem em seu desempenho, de uma população de aproximadamente duzentos empreendimentos integrantes.

Conforme Severino (2007), na pesquisa de campo, o objeto é abordado em seu meio próprio, ou seja, a coleta dos dados é realizada nas condições naturais em que os fenômenos ocorrem, sem intervenção e manuseio por parte do pesquisador.

Quanto à coleta dos dados, realizou-se nas Feiras que acontecem semanalmente no Terminal de Comercialização Dom Ivo Lorscheiter, bem como na Feira que acontece mensalmente na Praça Saldanha Marinho, em Santa Maria – RS. Para isso, foi utilizado um roteiro de entrevista estruturado, composto por quinze questões fechadas e quatro abertas, aplicado aos proprietários dos empreendimentos de duas formas, ou seja, por ocasião de suas reuniões e durante as vendas

nas respectivas tendas. Os dados foram processados no programa Sphinx Léxica-V5, sendo realizada análise quantitativa e qualitativa para a interpretação dos resultados.

4 INOVAÇÕES NOS GRUPOS DO PROJETO ESPERANÇA/ COOESPÉRANÇA

Na sequência, apresenta-se a análise dos dados coletados junto a uma amostra dos empreendimentos da Economia Solidária de Santa Maria. Na Tabela 1, estão relacionadas as características dos projetos pesquisados.

Tabela 1- Características de seu grupo ou projeto da Economia Solidária

Características	Frequência	Percentual
Artesanatos	17	34,0%
Hortifrutigranjeiros	12	24,0%
Confeitaria	19	38,0%
Mercearia	3	6,0%
Bebidas (vinhos e licores)	4	8,0%
Laticínios	7	14,0%
Apicultura	4	8,0%
Outros	10	20,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Os grupos vinculados ao projeto de Economia Solidária trabalham com diversas atividades, que se podem perceber na Tabela 1, tais como: confeitaria 38%, artesanatos (roupas, bijuterias, ornamentos, brinquedos, cuias) 34%, hortifrutigranjeiros (mudas e flores) 24%; seguido de outras de menor participação: laticínios, bebidas (vinhos e licores), apicultura, mercearia. Os tipos de empreendimentos refletem as características da economia da região de Santa Maria, sendo, do ponto de vista econômico, considerada basicamente agrícola, formada por pequenas e médias propriedades, e também voltada para a atividade comercial.

Evidenciou-se, na Tabela 2, que a maior concentração dos grupos é de 3 a 5 pessoas, com um percentual de 28%, e de 6 a 10 pessoas, com 26%, totalizando 54%.

Tabela 2 - Quantidades de pessoas que formam seu grupo de trabalho

Quantidade de pessoas	Frequência	Percentual
2 pessoas	8	16,0%
3 a 5 pessoas	14	28,0%
6 a 10 pessoas	13	26,0%
11 a 15 pessoas	8	16,0%
16 a 20 pessoas	4	8,0%
21 a 25 pessoas	1	2,0%
26 a 30 pessoas	2	4,0%
Total	50	100,00%

Fonte: Elaborada pelos autores.

O tamanho dos grupos encontrados facilita a integração e comunicação entre seus componentes para o trabalho, proporcionando uma gestão eficiente e eficaz.

Constatou-se, na Tabela 3, que 30% dos empreendimentos têm sua existência de 6 a 10 anos; 20%, de 3 a 5 anos; 18%, até 2 anos e de 11 a 15 anos, respectivamente.

Tabela 3 - Tempo de existência do projeto de seu grupo

Tempo de existência	Frequência	Percentual
Até 2 anos	9	18,0%
De 3 a 5 anos	10	20,0%
De 6 a 10 anos	15	30,0%
De 11 a 15 anos	9	18,0%
De 16 a 20 anos	5	10,0%
De 21 a 25 anos	2	4,0%
Total	50	100,0%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Os empreendimentos, de modo geral, apresentam uma experiência relevante, pois 62% estão atuando na Economia Solidária, em um período acima de 5 anos, proporcionando solidez sustentável, porque se mantiveram no mercado gerando renda e trazendo sustento para suas famílias de forma solidária e cooperativa, e desenvolvendo uma produção orientada para a preservação do meio ambiente.

A Tabela 4 mostra uma dinâmica na atuação dos projetos, tendo em vista que 98% implementaram inovações em seus empreendimentos.

Tabela 4 - Seu projeto recebeu inovações

Recebeu inovações	Frequência	Percentual
Sim	49	98,0%
Não	1	2,0%
Total	50	100%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Na Tabela 5, estão relacionadas as principais inovações ocorridas nos projetos.

Tabela 5 - Tipos de inovações no projeto de seu grupo

Tipos de inovação	Frequência	Percentual
Novo projeto ou associação	6	12,0%
Nova concepção do negócio	8	16,0%
Na gestão	10	20,0%
Criação de novas estratégias	17	34,0%
Mudanças na estrutura organizacional do projeto	10	20,0%
Nova matéria prima	15	30,0%
Novos produtos	30	60,0%
Novos serviços	5	10,0%
Novas tecnologias de produção	18	36,0%
Recursos de transformação de conhecimento em riqueza	9	18,0%
Na distribuição	8	16,0%
Busca de novos mercados	20	40,0%
Nos relacionamentos com fornecedores	13	26,0%
No atendimento ao cliente	19	38,0%
Aplicação de novos conhecimentos	18	36,0%
Tratamento das questões ambientais	16	32,0%
Outros	1	2,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

As inovações mais implementadas no projeto foram referentes aos produtos, no conceber e fabricá-los, com 60%; com 40%, novos mercados; 38% no atendimento ao cliente; 36% com novos conhecimentos e novas tecnologias de produção, abrangendo processos e equipamentos respectivamente; com 34%, criação de novas estratégias; 32% investiram em tratamento de questões ambientais; 30% buscaram nova matéria prima; 26% buscaram relacionamentos com fornecedores, 20% inovaram na gestão e na estrutura organizacional do projeto respectivamente. Também foram enriquecidos com novos recursos humanos e materiais, nova concepção de negócios, distribuição dos produtos, novos projetos e serviços.

Os projetos dos grupos inovaram, basicamente, nos seguintes aspectos, sendo apresentados por ordem de incidência:

- Novo projeto ou associação (empresa, negócio): ampliação da área e embutidos;
- Nova concepção do negócio/modelos de negócio: buscam alternativas para gerar renda cooperativa e solidária, procuram melhor estilo para abordagem, venda direta, implantam novo pomar;
- Na gestão: introduzem gestão colegiada e participativa, integração com outros grupos, melhor organização nas despesas da propriedade, administração da propriedade de como empresa, criação de visão de solidariedade;
- Criação de novas estratégias: qualificação de pessoal, formação e treinamento; melhor abordagem e atendimento; amizade com clientes; nova maneira de trabalhar; novo prédio para diversos produtos; produção do que tem maior demanda na época; melhoria no produto; produtos e embalagens diversificados; promoção de produtos; permanecem com empreendimentos viabilizados;
- Mudanças na estrutura organizacional do projeto: melhor organização; ampliação da estrutura; rodízio de cargos; melhoria no relacionamento interpessoal; integração solidária com outras cooperativas;
- Nova matéria prima: com mais qualidade e melhor seleção, tintas, latas, reciclagem, lãs, linhas, tecidos, novas sementes, matéria prima mais orgânica possível;
- Novos produtos (conceber e fabricar): naturais, orgânicos, ecológicos, mudas; pinturas em latas, vidros e quadros; imãs de geladeira; crochê, caixas, enfeites, mantas; guardanapos; meias; *decopage*; *patchwork*; toalhas; pastel; bolachas; pães; pão integral com farinha de centeio; novo modelo de cucas; inovações em recheios; queijo; produtos com rótulo próprio e diferentes; melhoria na conservação; novos modelos, e com utilidade generalizada; maior quantidade e novas variedades;
- Novos serviços: assistência, oferecendo garantia de boa qualidade, entregas especiais, cestas, novas técnicas de massagens;
- Novas tecnologias (métodos, processos, ferramentas, equipamentos) de produção: máquinas, equipamentos e ferramentas mais modernos; aquisição de máquinas maiores; maiores teares; aquisição de máquina para panificação; aquisição de cilindro elétrico, forno elétrico e fritadeira; balança, prateleiras e acrílicos;
- Novos recursos (humanos e materiais) de transformação de conhecimentos em riqueza: investimento em cursos; participação em cargos; busca de conhecimento em cursos, livros, internet; maior comprometimento do grupo;
- Na distribuição: distribuição própria, conjunta, aquisição de caminhão;
- Busca de novos mercados: através de feiras e pontos de comercialização; na praça; entrega para mercados; procura de parceiros comerciais; regional; venda sob encomenda; cozinhas comunitárias (fome zero); divulgação em rádios, panfletos, feiras

e meios eletrônicos;

- Nos relacionamentos com fornecedores: diálogo também pela rede, procura de parcerias com fornecedores, compra conjunta, busca de melhor qualidade, conquista de novos fornecedores, e ampliação de produtos;
- No atendimento ao cliente: melhorano atendimento, atenção, personalização; atendendo suas necessidades; bom relacionamento; mais diálogo; tratamento com respeito e alegria; dinamismo e prática; transformação do cliente em parceiro; informações sobre qualidade dos produtos; modo de apresentar e embalar os produtos;
- Aplicação de novos conhecimentos: aplicação dos conhecimentos dos cursos; criação de novos produtos nos meios de produção, sobre materiais e na sua separação;
- Tratamento das questões ambientais: reciclagem (reutilização do lixo); seleção de materiais, lixo; conservação ambiental; criação de um ciclo de reaproveitamento em harmonia com o meio ambiente; destinação para resíduos; inovações na agroindústria; não uso do agrotóxico, evitando poluir açudes.

Na Tabela 6, para a maioria (62%) dos projetos, as necessidades de inovações surgiram do interesse do grupo; para 28%, buscaram competir com a concorrência.

Tabela 6 - Necessidades que levaram a inovação

Necessidades	Frequência	Percentual
Pouca aceitação do produto pelo cliente	3	6,0%
Processo lento de produção	11	22,0%
Competição com concorrência	14	28,0%
Interesse do grupo	31	62,0%
Outros fatores	11	22,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Conforme esses percentuais observados, pode-se considerar que os membros do grupo têm uma interação forte entre eles, adotando uma postura de cooperador, que é uma das características dos participantes da Economia Solidária, como foi mencionado no referencial teórico.

Na Tabela 7, os objetivos apontados para realização de inovações, com 48%, foram a busca de novas oportunidades; 46%, para atender novas demandas, 36%, adaptações a novas condições dos clientes; 30%, visando a buscar recursos disponíveis.

Tabela 7 - Objetivos da inovação

Objetivos da inovação	Frequência	Percentual
Atender novas demandas	23	46,0%
Adaptação às novas condições dos clientes	18	36,0%
Buscar novas oportunidades	24	48,0%
Utilizar recursos disponíveis	15	30,0%
Busca de um diferencial competitivo	12	24,0%
Categoria n° 6	0	0,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

De acordo com Hashimoto (2006), uma das principais características do empreendedor inovador é a busca por novas oportunidades, demonstrando assim uma forte tendência empreendedora inovadora dos integrantes dos empreendimentos.

A Tabela 8 demonstra os atributos relacionados com a inovação, dos quais mais se destacaram foram a persistência com 72%, seguidos do desejo de criar e inventar com 58%, já a visão para detectar tendência e a coragem com 44%, respectivamente, e com 34% flexibilidade.

Tabela 8 - Qualidades ou atributos com relação à inovação

Qualidades/atributos	Frequência	Percentual
Visão para detectar tendências	22	44,0%
Imaginação	11	22,0%
Coragem	22	44,0%
Persistência	36	72,0%
Flexibilidade	17	34,0%
Desejo de criar e inventar	29	58,0%
Desejo de se comprometer	11	22,0%
Fazer acontecer e impulso	12	24,0%
Outras	1	2,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas

Fonte: Elaborada pelos autores.

Percebe-se, na Tabela 9, que o grupo considera a persistência como ponto forte para seguir em frente, as outras duas características estão direcionadas à inovação, enfatizadas pelos participantes do Projeto como um dos principais atributos da inovação.

Tabela 9 - Habilidades (competências) com relação à inovação

Habilidades	Frequência	Percentual
Criar (transformar ideias em realidade)	35	70,0%
Divulgar a utilização de novos produtos/serviços/processos e sistemas	26	52,0%
Liderar e conduzir situações	13	26,0%
Utilizar sugestões da equipe	20	40,0%
Outras	2	4,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Em relação às habilidades referentes à inovação, salientam-se, com 70%, criar (transformar ideias em realidade); 52%, divulgar a utilização de novos produtos/serviços/processos e sistemas; com 40%, utilizar sugestões da equipe. Percebe-se que criar é uma das principais habilidades da inovação, mostra que o grupo está atento às habilidades em relação à inovação.

Conforme a Tabela 9, as fontes de informação para inovar são, para 52%, a Coordenação do Projeto Esperança/Coesperança; 46% pela internet; seguidos de 42%, leitura de livros, revistas e jornais; 30% de outros projetos.

Tabela 10 - Onde o grupo busca informações para inovar

Fonte de informações	Frequência	Percentual
Leituras de livros, revistas e jornais	21	42,0%
Internet	23	46,0%
Na Coordenação do Projeto Esperança/Coesperança	26	52,0%
Nos outros projetos	15	30,0%
Em empresas	1	2,0%
Outras fontes	11	22,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Percebe-se que a Coordenação exerce uma influência significativa na atividade dos grupos. Abertura para inovação também se manifesta no fato de recorrerem à internet e a uma literatura atualizada como fonte de inspiração.

De acordo com a Tabela 11, a rede de contato com maior significância é aquela constituída pelos clientes (86%), seguida de 40% de projetos da mesma natureza e, ainda, com 22% dos fornecedores.

Tabela 11 - Com quem seu grupo mantém redes de contatos

Redes de contatos	Frequência	Percentual
Outros projetos desta natureza	20	40,0%
Fornecedores	11	22,0%
Clientes	43	86,0%
Outros	3	6,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Os dados demonstram que eles estão utilizando as principais fontes para dar a sustentabilidade aos seus empreendimentos, que são estar voltados às necessidades dos clientes e atentos às iniciativas e opiniões dos projetos parceiros e de seus fornecedores.

Na Tabela 12, constatou-se que os grupos adotam diversas posições frente aos riscos erros e falhas, destacando-se, com 82%, o enfrentamento de riscos com moderação; já 22% têm uma posição de tolerância perante os erros e falhas.

Tabela 12 - Como os grupos se posicionam com relação a possíveis riscos e falhas

Posição do grupo	Frequência	Percentual
Tem medo	1	2,0%
Há tolerância	11	22,0%
Não admite erros e falhas	3	6,0%
Enfrenta os riscos com moderação	41	82,0%
Outro	3	6,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Diante desses resultados, pode-se dizer que os integrantes do grupo agem de uma forma equilibrada em relação a erros, falhas e riscos.

Constatou-se, na Tabela 13, que a maioria (56%) não atingiu ainda sua total autonomia, ou seja, restringindo sua atuação em eventos e rotinas realizados pelo Projeto Esperança/Cooesperança.

Tabela 13 - O projeto já conquistou autonomia fora do Projeto Esperança/Cooesperança

Conquistou autonomia	Frequência	Percentual
Sim	22	44,0%
Não	28	56,0%
Total	50	100%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Destacam-se que as atividades autônomas realizadas pelos empreendimentos fora do Projeto Esperança/Cooesperança são: a venda e entrega em mercados e comércio, bem como em feiras na praça, feiras livres, ponto fixo de venda, participações na Expointer, turismo rural e cooperativismo.

O grupo exerce alguma autonomia dentro do Projeto Esperança/Cooesperança, como se constata na Tabela 14, na qual 56% têm liberdade para buscar alternativas relevantes; 52%,

de definir objetivos; 44%, para escolher alternativas de ação; e 40%, para decidir sobre o uso dos recursos. Percebe-se, dessa maneira, que a Coordenação do Projeto age de forma democrática ao coordenar os projetos integrantes.

Tabela 14 - O grupo do projeto tem autonomia interna

Tem autonomia	Frequência	Percentual
Definir objetivos	26	52,0%
Decidir sobre o uso dos recursos	20	40,0%
Escolher alternativas de ação	22	44,0%
Buscar oportunidades relevantes	28	56,0%
Outros	2	4,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Conforme a Tabela 15, a aprovação dos projetos, na maioria das vezes, é realizada apenas pelos membros do grupo (80%) e pela Coordenação do Projeto Esperança/Coesperança, ou, em alguns casos, por ambos.

Tabela 15 - Quem faz aprovação das inovações de seu projeto

Aprovação	Frequência	Percentual
Coordenação Projeto Esp./Coesperança	15	30,0%
Os membros do projeto	40	80,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

O acompanhamento das inovações, como se pode observar na Tabela 16, é efetuado da mesma forma que a aprovação delas, ou seja, na maioria, é acompanhada somente pelos membros do grupo (66%), pela Coordenação do Projeto, e por ambos, demonstrando um papel de orientação.

Tabela 16 - Quem faz o acompanhamento das inovações de seu projeto

Acompanhamento	Frequência	Percentual
A Coordenação Projeto Esp./Coesperança	18	36,0%
Membros do projeto	33	66,0%
Não há acompanhamento	6	12,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido a respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Verificou-se, na Tabela 17, no que se refere às vantagens econômicas das inovações do projeto para a sustentabilidade do grupo, que a principal é a lucratividade para o sustento do grupo (54%), seguida de 38% para complementar a atividade dos integrantes do grupo e 30% para ampliação e expansão do negócio.

Tabela 17 - Vantagens econômicas das inovações do projeto

Vantagens econômicas	Frequência	Percentual
Lucratividade para o sustento do grupo	27	54,0%
Complementa outra atividade do grupo	19	38,0%
Ampliação e expansão do negócio	15	30,0%

Vantagens econômicas	Frequência	Percentual
Outras	1	2,0%
Total	50	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações a devido respostas múltiplas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Evidenciou-se, ainda, que a maioria dos grupos participa do projeto almejando o sustento de suas famílias, o que comprova que o Projeto Esperança/Cooesperança vem atingindo um de seus objetivos de Economia Solidária, que é a sustentabilidade de seus integrantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Economia Solidária, na nova forma de cooperação adotada pelo Projeto Esperança/Cooesperança, vem se desenvolvendo há alguns anos, solidificando-se através de processos inovadores, que proporcionam a sobrevivência de seus projetos e sua inclusão na sociedade.

Com a realização desse estudo, foi possível identificar que a caracterização principal dos empreendimentos é a seguinte: confeitaria, artesanato e hortifrutigranjeiros, sendo a maioria constituída de três a dez pessoas, com tempo de atuação na atividade de Economia Solidária diversificado.

A pesquisa demonstrou ainda que a maioria dos projetos realizou inovações nos produtos, busca de novos mercados, atendimento ao cliente, novas tecnologias de produção, aplicação de novos conhecimentos, criação de novas estratégias, tratamento de questões ambientais e de matéria prima. As inovações foram por interesse dos grupos com o objetivo de busca de novas oportunidades, para atenderem novas demandas, adaptem-se a novas condições dos clientes, visando a buscar recursos disponíveis e um diferencial competitivo.

Como resultado desta análise, percebe-se que os grupos, embora não apresentem um conhecimento científico sobre inovação, mesmo assim utilizam, para administrar seus empreendimentos, várias características inovadoras em suas decisões e que ainda os mesmos não conquistaram total autonomia, ou seja, a maioria não possui sede própria ou condições de sobreviver fora do Projeto Esperança/Cooesperança. Entretanto, os grupos pesquisados mostram-se empreendedores inovadores, o que proporciona uma sustentabilidade de seus projetos junto ao Projeto, enfrentando os riscos com moderação. As principais vantagens econômicas das inovações são para sustentabilidade dos projetos e para complementação de outra atividade que exercem.

Portanto, visualizou-se a importância que o Projeto Esperança/Cooesperança tem para a sociedade santamariense e região, como uma forte fonte de renda para várias famílias que poderiam estar à margem do desenvolvimento econômico atual.

Entre as limitações do estudo, mencionam-se a dificuldade de aplicar as entrevistas, devido às interrupções ocorridas – já que a pesquisa foi realizada no próprio ambiente da atividade de vendas –, bem como a resistência de alguns integrantes em se disponibilizar a fornecer a entrevista.

Como sugestões de pesquisas futuras, propõe-se um estudo a respeito da comunicação organizacional e interpessoal entre os membros dos grupos empreendedores de Economia Solidária vinculados ao Projeto Esperança/Cooesperança.

REFERÊNCIAS

- BARBIERI, J. C.; ALVARES, A. C. T.; CARAZEIRA, J. E. R. **Gestão de ideias para inovação contínua**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- BAUTZER, D. **Inovação**: repensando as organizações. São Paulo: Atlas, 2009.
- CÁRITAS BRASILEIRA - Regional Rio Grande do Sul. Sistematização de experiências de desenvolvimento solidário sustentável/território. **Caderno de Formação**, n. 19, Porto Alegre, jul. 2009.
- DIEHL, A. A; TATIM; D. C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**: métodos e técnicas. São Paulo: Pearson, 2004.
- DIOCESE DE SANTA MARIA. **Projeto esperança/coesperança**: uma experiência que deu certo. Santa Maria: s/data.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: práticas e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.
- GAIGER, L. I. Empreendimentos econômicos solidários. In: CATTANI, A D. Org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003.
- HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intra-empendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.
- ICAZA, A. M. S; FREITAS, M. R. de (Org.). **O projeto esperança/coesperança e a construção da economia solidária no Brasil**: relato de uma experiência. Porto Alegre: Cáritas Brasileira, 2006.
- LANGE, C. M. **A construção de conhecimentos em espaços de economia popular solidária**: O sentido pedagógico do projeto esperança/coesperança? Ijuí: Pallotti, 2009.
- LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2000.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- PEDÓ, J. C. J. O cooperativismo na perspectiva da economia solidária: evidências locais a partir da Coopal. Pelotas: 2007. **Tese (Doutorado)**. Programa de Pós-Graduação em Produção Vegetal, Fac. Agronomia, UFPel.
- PINCHOT, G. **Intra-empendedorismo na prática**: um guia de inovação nos negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- PINHO, D. B. **O cooperativismo no Brasil**: da vertente pioneira à vertente solidária. São Paulo: Saraiva, 2004.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.
- SINGER, P. A economia solidária como ato pedagógico. In: KRUPPA, S. M. P. (Org.). **Economia solidária e educação de jovens e adultos**. Brasília: INEP, 2005.
- SINGER, P; SOUZA, A. **A economia solidária no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2000.
- SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. de A. **Empendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2006.

