

UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO DE PERNAMBUCO MESTRADO
PROFISSIONAL EM GESTÃO DO DESENVOLVIMENTO
LOCAL SUSTENTÁVEL

BRUNO CAMPOS DE AZEVEDO

**ESPÍRITO EMPREENDEDOR, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA:
como as Lan-Houses contribuem com o crescimento sustentável
no município de Ipojuca / PE**

RECIFE

2009

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

BRUNO CAMPOS DE AZEVEDO

**ESPÍRITO EMPREENDEDOR, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA:
como as Lan-Houses contribuem com o crescimento sustentável
no município de Ipojuca / PE**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-graduação em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável da Faculdade de Ciências da Administração da Universidade de Pernambuco.

Orientador: Prof. Dr. Emanuel Ferreira Leite

RECIFE
2009

BRUNO CAMPOS DE AZEVEDO

**ESPÍRITO EMPREENDEDOR, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA:
como as Lan-Houses contribuem com o crescimento sustentável
no município de Ipojuca / PE**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-graduação em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável da Faculdade de Ciências da Administração da Universidade de Pernambuco.

Orientador: Prof. Dr. Emanuel Ferreira Leite

Aprovado em: ____/____/2009

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Sérgio Neves Dantas – Faculdade de Ciências da Administração de Pernambuco
(FCAP/UPE)

Prof. Dr. Luiz Márcio de Oliveira Assunção – Faculdade de Ciências da Administração de Pernambuco (FCAP/UPE)

Prof. Dr. Romilson Marques Cabral – Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

AGRADECIMENTOS

Um estudo não é definido somente pelo seu investigador. Determinantes e necessários são suas fontes de pesquisas, amigos, familiares, colaboradores, mestres e seus professores. Tive muito abono de todos esses atores, pois sempre fui cercado pela boa vontade de todos eles e, com suas respectivas ajudas, pude dar continuidade ao meu trabalho de dissertação.

Vim de uma formação em ciências exatas e não tinha muita experiência no que diz respeito a esses aspectos humanísticos que o mestrado tanto exalta. Consegui, à base de muito estudo, mais uma vez, ultrapassar essa barreira na tentativa de buscar novo grau de conhecimento.

Não posso citar todos aqui, mas gostaria de agradecer aos meus queridos tutores Kilma Campos Bezerra e David Evangelista Bezerra Filho, que tanto me ajudaram em todas as minhas dificuldades e me ensinaram a escolher sempre o que seria o melhor caminho a seguir, apoiando-me nos erros e vivendo junto comigo as minhas alegrias.

Aos meus familiares: minha irmã Juliana Campos de Azevedo, ao meu primo Gilson Campos, ao meu pai José Rodrigues de Azevedo Filho, a minha tia Vânia Cariry, ao meu falecido avô Arsênio Campos, a minha avó Nauzerer Campos. Aos meus amigos, dentre tantos, em especial: Stella Carolina Bello Wanderley, Flávio Fernandes, Claudemir Gomes Filho, Bruno Astuto, Onaldo Lacet, Raquel Siebra, Júnior, Renato e Rogério Silva, João Hermínio, Victor e André Terra, Arthur Calumby, Thiago Lima e Victor Ximenes. Aos meus companheiros de trabalho e inspiradores: Maricélia Ferreira da Cunha, Roberto Trigueiro Fontes, Lauro Elias Júnior, Sergio Prazin, Petrus Barros, aos meus colegas e amigos de turma, que tanto contribuíram para o meu enriquecimento intelectual, e a todos os demais que me incentivaram para a realização deste trabalho, o qual, sem as suas colaborações, mesmo que espirituais, não seria passivo de conclusão.

Aos docentes do curso: em especial ao Professor Dr. Emanuel Ferreira Leite, meu orientador, com quem divido os louros deste trabalho e por ser sempre a minha bússola, inspiração, fonte de conhecimento e que tanto teve paciência em sanar as minhas dúvidas; ao Professor Dr. Sérgio Neves Dantas e ao Professor Doutor Luiz Márcio Assunção, por tanto me inspirarem com as suas metodologias de ensino e seus vastos conhecimentos; à Professora Doutora Andrea Karla Pereira da Silva e ao Professor Doutor Múcio Luiz Banja Fernandes, por proporcionarem experiências pessoais e intelectuais que jamais vou esquecer; ao Professor Doutor Luciano da Fonseca Lins, à Professora Doutora Maria de Fátima Gomes da Silva, à Professora Doutora Nádia Torreão, à Professora Doutora Niédja Maria Galvão Araújo e Oliveira por tanto me ensinarem; ao Professor Doutor Ivo Vasconcelos Pedrosa pela sua incondicional ajuda e compreensão; e um especial agradecimento a todos os demais docentes do curso que tanto fizeram parte do meu aprimoramento intelectual e pessoal.

E, por fim, um agradecimento especial às pessoas que colaboram com o apoio e a ajuda logística: Renata Vasconcelos, que tanto me ajudou com os entraves; Clayton Tibutino, sem cuja ajuda com os questionários e entrevistas o projeto não seria concluído; Célia Casado, secretária do mestrado, que tanto me ajudou e aconselhou, principalmente na etapa de seleção do curso; prof. Fernando José Castim Pimentel e Lílian Costa, meu revisor ortográfico e de normas respectivamente, e aos demais funcionários e colaboradores da FCAP/UPE; e, principalmente, aos 91 entrevistados que cederam tempo e paciência para responder ao questionário de pesquisa.

AZEVEDO, Bruno Campos. **Espírito empreendedor, inovação e tecnologia:** como as Lan-Houses contribuem com o crescimento sustentável no município de Ipojuca / PE. Dissertação de Mestrado em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável - Universidade de Pernambuco - Recife/PE - 2009.

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo traçar o perfil dos empreendedores e usuários das Lan-Houses que usam o meio digital como instrumento de inclusão social, desencadeando o desenvolvimento sustentável no município de IPOJUCA /PE. A pesquisa, elaborada entre janeiro e abril de 2009, foi realizada por meio de questionários como estudo exploratório do universo de usuários, gerentes e proprietários das Lan-Houses no município. A investigação que reuniu informações de 91 indivíduos divididos em 31 sócios ou gerentes e 60 usuários desse tipo de serviço abordou não só os aspectos conscientes e inconscientes que geram a sustentabilidade como também se os usuários têm essa percepção e usam essa ferramenta para se incluírem digitalmente. O resultado deste estudo propõe, de acordo com as características e qualificações dos perfis e atitudes dos usuários e proprietários desse tipo de comércio, traçar metodologias que visem a estimular as capacidades criativa e inovadora desse tipo de empreendimento, sua explicação, capacitação, ações de formação inicial ou contínua para o fomento da inclusão digital e consequente desenvolvimento sustentável de todos os agentes que estão inseridos nesse contexto.

Palavras-chave: Ipojuca; Lan-Houses; inclusão digital; inovação; empreendedorismo; desenvolvimento local sustentável; inclusão social.

AZEVEDO, Bruno Campos. **Espírito empreendedor, inovação e tecnologia:** como as Lan-Houses contribuem com o crescimento sustentável no município de Ipojuca / PE. Dissertação de Mestrado em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável - Universidade de Pernambuco - Recife/PE - 2009.

ABSTRACT

This work has the objective to trace a profile of the entrepreneurs and users of the Lan-Houses who use the digital way as instrument of social inclusion unchaining the sustainable development in the city of IPOJUCA /PE. The research, elaborated between January and April of 2009, was carried by a answer of some questionnaires and it's a study the universe of users, controlers and owners of the Lan-Houses in this city. The inquiry that congregated information of 91 individuals divided in 31 partners or controlling and 60 users of this type of service approached which the user aspects and that users have this perception and use this tool effectively to include themselves digitally. The result of this study considers in accordance with the characteristics and qualifications of the profiles and attitudes of the users and proprietors of this type of commerce, to trace methodologies that they aim at to stimulate the capacities creative and innovative of this type of enterprise, its explanation, qualification, action of initial or continuous formation for the promotion of digital inclusion and consequent sustainable development in all of this agents who are inserted in this context.

Key Words: Ipojuca; Lan-Houses; digital inclusion; innovation; entrepreneurship; local sustainable development; social inclusion.

AZEVEDO, Bruno Campos. **Espírito empreendedor, inovação e tecnologia:** como as Lan-Houses contribuem com o crescimento sustentável no município de Ipojuca / PE. Dissertação de Mestrado em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável - Universidade de Pernambuco - Recife/PE - 2009.

RESUMEN

El objetivo de la tesis es definir el perfil de los emprendedores y sus usuarios de Lan-Houses que utilizan el medio digital como un instrumento de inclusión social que desencadena el desarrollo sostenible del municipio Ipojuca / PE. La pesquisa, hecha entre enero y abril de 2009, fue realizada como un estudio exploratorio en el universo de los usuarios, administradores y propietarios de Lan-Houses en el municipio. El estudio que reunió información de 91 personas, dividido por 31 empresarios y los 60 usuarios de este tipo de servicio investigó cuáles son los aspectos conscientes e inconscientes que generan la sustentabilidad y también si los usuarios tienen esa percepción y utilizan esta herramienta de manera eficaz a fin de incluirse digitalmente. Por lo tanto, los resultados de este estudio tienen, de acuerdo a las características y los perfiles de las cualificaciones y las actitudes de los usuarios y los propietarios de dicho comercio, incluir metodologías destinadas a estimular la capacidad creativa e innovadora de este tipo de empresa, su explicitación, capacitación, acciones de la formación inicial o continua para promover la inclusión digital y el consiguiente desarrollo sustentable de todos los factores que se incluyen dentro de ese contexto.

Palabras claves: Ipojuca; Lan-Houses; inclusión digital. Innovación; espíritu emprendedor; desarrollo sostenible local; inclusión social.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 01 – Mapa de localização da cidade de Ipojuca/PE em relação a PE....	22
FIGURA 02 – Mapa de localização da cidade de Ipojuca/PE em relação ao Brasil	23
FIGURA 03 – Variáveis pertinentes ao processo de criação empreendedora	26
FIGURA 04 – Modelo de avaliação da manifestação comportamental empreendedora	28
FIGURA 05 – O modelo interativo do processo de inovação	37
FIGURA 06 – Como o processo de inovação flui com os organismos envolvidos no processo	38
FIGURA 07 – Proposta de valor e inovação	39
FIGURA 08 – Gráfico da tríplice ação para se obter a inclusão social	46
FIGURA 09 – Proporção de domicílios com computador e internet por região, base: 10.510 domicílios entrevistados	47
FIGURA 10 – Perfil do usuário de internet no Brasil, base: 2.924 entrevistados que usaram a internet nos últimos três meses	50
FIGURA 11 – Fatores e subfatores que, relacionados, formam o desenvolvimento sustentável.....	61
FIGURA 12 – Atividades realizadas na internet base: 2.924 entrevistados que usaram a internet nos últimos três meses	70
FIGURA 13 – Empreendedor, economia e empreendimento	71
FIGURA 14 – Local de uso individual da internet base: 2.924 entrevistados que usaram a internet nos últimos três meses. Respostas múltiplas	73
FIGURA 15 – Da ideia à realidade	74
FIGURA 16 – Educação para o empreendedorismo	75
FIGURA 17 – Habilidade, atitude e conhecimentos	76
FIGURA 18 – Espírito empreendedor	79
FIGURA 19 – A visão integrada de Schumpeter, Druker e McClelland	81
FIGURA 20 – Modelo de sucesso no novo ambiente empresarial	152
FIGURA 21 – A Era Digital: como ela está mudando as nossas vidas	154

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 – Faixa etária dos empreendedores	88
GRÁFICO 02 – Escolaridade dos empreendedores	89
GRÁFICO 03 – Número de empregados dos empreendedores	89
GRÁFICO 04 – Número de equipamentos	90
GRÁFICO 05 – Ordem de importância: definir objetivos claros e específicos de longo prazo	91
GRÁFICO 06 – Ordem de importância: calcular deliberadamente os riscos e avaliar as alternativas	91
GRÁFICO 07 – Ordem de importância: tomar medidas para atender ou exceder os padrões de qualidade dos produtos/serviços ofertados ao mercado	92
GRÁFICO 08 – Ordem de importância: tomar medidas para estender o negócio a novas áreas, produtos ou serviços	93
GRÁFICO 09 – Ordem de importância: identificar oportunidades únicas para iniciar o negócio, obter equipamentos e espaço físico para instalar a sua empresa	94
GRÁFICO 10 – Ordem de importância: buscar pessoalmente informações sobre clientes fornecedores ou concorrentes	95
GRÁFICO 11 – Ordem de importância: tomar medidas repetidas vezes ou mudar para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar desafios ou superar obstáculos	96
GRÁFICO 12 – Ordem de importância: utilizar pessoal-chave: agentes para atingir seus objetivos	97
GRÁFICO 13 – Ordem de importância: utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir outros	98
GRÁFICO 14 – Ordem de importância: fazer sacrifício pessoal ou esforços extraordinários para a realização de uma tarefa	99
GRÁFICO 15 – Ordem de importância: fazer pessoalmente pesquisas sobre como fornecer seus produtos ou serviços	100
GRÁFICO 16 – Ordem de importância: encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma possível, mais barato	101

GRÁFICO 17 – Ordem de importância: dividir as tarefas em subtarefas em prazos bem definidos	_102
GRÁFICO 18 – Ordem de importância: revisar o plano de negócios periodicamente, levando em conta a performance e fazer as mudanças necessárias	103
GRÁFICO 19 – Ordem de importância: manter os registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões de negócio	104
GRÁFICO 20 – Ordem de importância: buscar e documentar informações comprobatórias	105
GRÁFICO 21 – Ordem de importância: mostrar confiança na própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio	106
GRÁFICO 22 – O processo de criação de sua empresa e seu tempo de duração, desde o momento em que iniciou até o dia da criação	107
GRÁFICO 23 – O capital utilizado para a criação da empresa foi proveniente de que fonte?	108
GRÁFICO 24 – Se houvesse outra oportunidade, começaria seu negócio novamente?.....	109
GRÁFICO 25 – Atividades praticadas pelos usuários: jogos em rede ou <i>downloads</i> de jogos	109
GRÁFICO 26 – Atividades praticadas pelos usuários: procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento	110
GRÁFICO 27 – Atividades praticadas pelos usuários: pesquisa em geral	111
GRÁFICO 28 – Atividades praticadas pelos usuários: produção/digitalização de documentos em geral	111
GRÁFICO 29 – Atividades praticadas pelos usuários: envio e recebimento de <i>e-mails</i>	112
GRÁFICO 30 – Atividades praticadas pelos usuários: participar de <i>sites</i> de relacionamento	113
GRÁFICO 31 – Atividades praticadas pelos usuários: treinamento e pesquisa educacional	113
GRÁFICO 32 – Atividades praticadas pelos usuários: busca por informações e serviços <i>on-line</i>	114

GRÁFICO 33 – Atividades praticadas pelos usuários: uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.)	115
GRÁFICO 34 – Atividades praticadas pelos usuários: envio de mensagens instantâneas e/ou <i>e-mails</i>	115
GRÁFICO 35 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (até 1 salário mínimo).....	116
GRÁFICO 36 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (de 1 a 2 salários mínimos)	117
GRÁFICO 37 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (de 3 a 4 salários mínimos)	117
GRÁFICO 38 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (mais de 4 salários mínimos)	118
GRÁFICO 39 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram inclusão digital? Por quê?	119
GRÁFICO 40 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram sustentabilidade? Por quê?	120
GRÁFICO 41 – Faixa etária dos usuários	121
GRÁFICO 42 – Escolaridade dos usuários	122
GRÁFICO 43 – Motivos que levaram a procurar a Lan-House	123
GRÁFICO 44 – Serviços que mais utiliza na Lan-House?	124
GRÁFICO 45 – Em sua percepção, você acha que o valor cobrado pelo serviço desses estabelecimentos se encontra dentro de suas expectativas de pagamento (é caro, aceitável ou barato)?	125
GRÁFICO 46 – Qual o número de vezes, em um mês, que frequenta esse tipo de serviço?	125
GRÁFICO 47 – O serviço que você utiliza contribui para a melhoria do resultado de estudos?	126
GRÁFICO 48 – Qual a importância da Lan-House em sua inserção no mundo da informática?	127
GRÁFICO 49 – Qual a importância do uso do serviço para sua formação profissional e/ou escolar?	128

GRÁFICO 50 – Atividades praticadas: jogos em rede ou <i>download</i> de jogos	129
GRÁFICO 51 – Atividades praticadas: procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento	130
GRÁFICO 52 – Atividades praticadas: pesquisa em geral	130
GRÁFICO 53 – Atividades praticadas: produção/digitalização de documentos em geral	131
GRÁFICO 54 – Atividades praticadas: envio e recebimento de <i>e-mails</i>	132
GRÁFICO 55 – Atividades praticadas: participar de <i>sites</i> de relacionamento	132
GRÁFICO 56 – Atividades praticadas: treinamento e pesquisa educacional	133
GRÁFICO 57 – Atividades praticadas: busca por informações e serviços <i>on-line</i>	134
GRÁFICO 58 – Atividades praticadas: uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc)	134
GRÁFICO 59 – Atividades praticadas: envio de mensagens instantâneas e/ou <i>e-mails</i>	135
GRÁFICO 60 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram inclusão digital? Por quê?	136
GRÁFICO 61 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram sustentabilidade? Por quê?	137

LISTAS DE TABELAS

TABELA 01 – Faixa etária dos empreendedores	88
TABELA 02 – Escolaridade dos empreendedores	89
TABELA 03 – Número de empregados dos empreendedores	90
TABELA 04 – Número de equipamentos	90
TABELA 05 – Ordem de importância: definir objetivos claros e específicos de longo prazo	91
TABELA 06 – Ordem de importância: calcular deliberadamente os riscos e avaliar as alternativas	92
TABELA 07 – Ordem de importância: tomar medidas para atender ou exceder os padrões de qualidade dos produtos/serviços ofertados ao mercado	92
TABELA 08 – Ordem de importância: tomar medidas para estender o negócio a novas áreas, produtos ou serviço	93
TABELA 09 – Ordem de importância: identificar oportunidades únicas para iniciar o negócio, obter equipamentos e espaço físico para instalar a empresa	94
TABELA 10 – Ordem de importância: buscar pessoalmente informações sobre clientes fornecedores ou concorrentes	95
TABELA 11 – Ordem de importância: tomar medidas repetidas vezes ou mudar para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar desafios ou superar obstáculos	96
TABELA 12 – Ordem de importância: utilizar pessoal-chave: agentes para atingir seus objetivos	97
TABELA 13 – Ordem de importância: utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir outros	98
TABELA 14 – Ordem de importância: fazer sacrifício pessoal ou esforços extraordinários para a realização de uma tarefa	99
TABELA 15 – Ordem de importância: fazer pessoalmente pesquisas sobre como fornecer seus produtos ou serviços	100
TABELA 16 – Ordem de importância: encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma possível, mais barato	101
TABELA 17 – Ordem de importância: dividir as tarefas em subtarefas em prazos bem definidos	102

TABELA 18 – Ordem de importância: revisar o plano de negócios periodicamente, levando em conta a <i>performance</i> e fazer as mudanças necessárias	103
TABELA 19 – Ordem de importância: manter os registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões de Negócio	104
TABELA 20 – Ordem de importância: buscar e documentar informações comprobatórias	105
TABELA 21 – Ordem de importância: mostrar confiança na própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio	106
TABELA 22 – O processo de criação de sua empresa durou quanto tempo, desde o momento em que iniciou até o dia da criação?	107
TABELA 23 – O capital utilizado para a criação da empresa foi proveniente de que fonte?	108
TABELA 24 – Se houvesse outra oportunidade, começaria seu negócio novamente?	109
TABELA 25 – Atividades Praticadas pelos usuários: Jogos em rede ou <i>downloads</i> de jogos	110
TABELA 26 – Atividades praticadas pelos usuários: procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento	110
TABELA 27 - Atividades praticadas pelos usuários: pesquisa em geral	111
TABELA 28 - Atividades praticadas pelos usuários: produção/digitalização de documentos em geral	112
TABELA 29 - Atividades praticadas pelos usuários: envio e recebimento de <i>e-mails</i>	112
TABELA 30 - Atividades praticadas pelos usuários: participar de sites de relacionamento	113
TABELA 31 - Atividades praticadas pelos usuários: treinamento e pesquisa educacional	114
TABELA 32 - Atividades praticadas pelos usuários: busca por informações e serviços <i>on-line</i>	114
TABELA 33 - Atividades praticadas pelos usuários: uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.)	115
TABELA 34 - Atividades praticadas pelos usuários: envio de mensagens instantâneas e/ou <i>e-mails</i>	116

TABELA 35 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (até 1 salário mínimo)?	116
TABELA 36 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (de 1 a 2 salários mínimos)?	117
TABELA 37 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (de 3 a 4 salários mínimos)?	118
TABELA 38 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média, dos usuários de seus estabelecimentos (mais de 4 salários mínimos)?	118
TABELA 39 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram inclusão digital? Por quê?	119
TABELA 40 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram sustentabilidade? Por quê?	120
TABELA 41 – Faixa etária dos usuários	122
TABELA 42 – Escolaridade dos usuários	122
TABELA 43 – Motivos que levaram a procurar a Lan-House?	123
TABELA 44 – Serviços que mais utiliza na Lan-House?	124
TABELA 45 – Em sua percepção, você acha que o valor cobrado pelo serviço do estabelecimento se encontra dentro de suas expectativas de pagamento (é caro, aceitável ou barato)?	125
TABELA 46 – Qual o número de vezes, em um mês, que o usuário frequenta esse tipo de serviço?	126
TABELA 47 – O serviço que você utiliza contribui para a melhoria do resultado de estudos?	126
TABELA 48 – Qual a importância da Lan-House em sua inserção no mundo da informática?	127
TABELA 49 – Qual a importância do uso do serviço para sua formação profissional e/ou escolar?.....	128
TABELA 50 – Atividades praticadas: jogos em rede ou <i>downloads</i> de jogos	129
TABELA 51 – Atividades praticadas: procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento	130
TABELA 52 – Atividades praticadas: pesquisas em geral	131

TABELA 53 – Atividades praticadas: produção/digitalização de documentos em geral	131
TABELA 54 – Atividades praticadas: envio e recebimento de <i>e-mails</i>	132
TABELA 55 – Atividades praticadas: participar de <i>sites</i> de relacionamento	133
TABELA 56 – Atividades praticadas: treinamento e pesquisa educacional	133
TABELA 57 – Atividades praticadas: busca por informações e serviços <i>on-line</i>	134
TABELA 58 – Atividades praticadas: uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.)	135
TABELA 59 – Atividades praticadas: envio de mensagens instantâneas e/ou <i>e-mails</i>	135
TABELA 60 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram inclusão digital? Por quê?	136
TABELA 61 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram sustentabilidade? Por quê?	137
TABELA 62 – Ordem de importância sob os aspectos relevantes no momento de decisão de criar a sua própria empresa	139

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	19
1.1	Problemática	20
1.2	Objetivos	20
<i>1.2.1</i>	<i>Objetivo geral</i>	21
<i>1.2.2</i>	<i>Objetivos específicos</i>	21
2	MUNICÍPIO DE IPOJUCA	22
3	EMPREENDEDORISMO	25
4	INOVAÇÃO	36
5	INCLUSÃO DIGITAL	44
5.1	Exclusão digital	49
5.2	A inclusão digital no Brasil	51
5.3	Projetos de inclusão digital no município de Ipojuca	52
6	DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	54
6.1	A tecnologia usada como instrumento de desenvolvimento sustentável	62
6.2	Divisões da sustentabilidade	63
6.3	A ótica brasileira da sustentabilidade	64
6.4	A perspectiva de sustentabilidade para o futuro da sociedade	65
7	LAN-HOUSES	68
8	EMPREENDEDORISMO + CONHECIMENTO = CRIAÇÃO DE RIQUEZAS SUSTENTÁVEIS	73
9	ESPÍRITO EMPREENDEDOR + OPORTUNIDADE + LIBERDADE DE AÇÃO = EMPREENDEDORISMO VOLTADO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	79
10	METODOLOGIA	83
10.1	Os métodos de medida	83
10.2	Instrumento de coleta de dados: “o questionário”	83
10.3	Método de análise	85
10.4	Procedimentos metodológicos	85
11	RESULTADOS ALCANÇADOS A PARTIR DOS DADOS OBTIDOS ATRAVÉS DOS SÓCIOS, GERENTES E USUÁRIOS DE LAN-HOUSES	87
11.1	Parte I: sócios ou gerentes	
11.2	Parte II: usuários	121

12 ANÁLISE DOS RESULTADOS	138
12.1 Caracterização dos empreendedores	138
12.2 Caracterização dos usuários	143
13 CONCLUSÕES	147
14 RECOMENDAÇÕES	150
REFERÊNCIAS	156
APÊNDICES	162
ANEXOS	165

1 INTRODUÇÃO

Esta dissertação tem como objetivos: verificar qual o papel das Lan-Houses como instrumento de inclusão social em Ipojuca/PE, demonstrar os conceitos de empreendedorismo e inovação no aspecto do desenvolvimento sustentável, usado como mecanismo propulsor da tecnologia, verificar o papel das Lan-Houses como instrumento de inclusão digital, e por fim, analisar a inovação constante nesse tipo de negócio.

No trabalho, espera-se mostrar que as Lan-Houses representam o empreendimento da área de tecnologia que mais aproxima a população menos abastada do computador, da internet e da conectividade, e também fornece subsídio para igualdade tecnológica em troca da cobrança de valores acessíveis a todos os níveis sociais, o que ocasiona inclusão social.

A pesquisa traça um perfil de como a comunidade enxerga a sustentabilidade e como, junto com empresas, governos, dentre outras entidades envolvidas e interessadas, pode desencadear processos que habilitem os moradores do município a entrarem em um programa de inclusão social e preocupação com o meio ambiente, para tornar o simples uso desse serviço um grande mecanismo desencadeante de sustentabilidade.

Desenvolvimento local entende-se “como plano de ação coordenado, descentralizado e focalizado, destinado a ativar e melhorar – de maneira sustentável – as condições de vida dos habitantes de uma localidade, no qual o desenvolvimento estimula a ampla participação de todos os atores relevantes” (COELHO, 1996, p. 11).

O estudo tentará mostrar que a informática pode ter o poder de atrair e fortalecer a educação a partir do uso da internet, equipamentos e *softwares* diversos, o que dará grande impulso às ações públicas no sentido de inclusão digital, neste momento de fortes investimentos no município de Ipojuca diante da efetivação de empresas, estaleiros, ampliação do porto de SUAPE, dentre outros. Permite, inclusive, a implantação de projetos de educação a distância, que fortalecerá todas as áreas.

A pesquisa, primeiramente, parte de um estudo quantitativo, baseado em questionários elaborados, com o propósito de analisar o perfil dos seus participantes como um todo: eles percebem esse serviço, quais as classes sociais envolvidas, como é a qualidade dos serviços, dentre outros aspectos relevantes. Tais estudos serão feitos com os sócios-proprietários de Lan-Houses e seus respectivos usuários no município, os quais darão base real ao estudo.

E, por fim, fazer um levantamento, com base na sustentabilidade, de como o trabalho exposto pode definir um plano de ação para a real implementação de conceitos de desenvolvimento local sustentável. Assim, os serviços prestados por essas “casas de

tecnologia”, usadas para o acesso à informática, podem educar os seus usuários, funcionários e afins, para que busquem o desenvolvimento sustentável.

1.1 Problemática

Busca-se saber como as Lan-Houses conseguem levar à inclusão digital pelo mecanismo de disseminação de acesso à internet de banda larga para todas as camadas sociais. Sabe-se, ainda, que o acesso a serviços de telecomunicações e tecnologia de informação possibilita o acesso ao conhecimento de forma rápida, objetiva e ao toque de um *mouse* e teclado.

Foi elaborado um questionário para os empreendedores de Lan-Houses e para os seus respectivos usuários, no qual se tem a real situação socioeconômica das empresas, de seus empreendedores e de seus clientes. Com isso, obteve-se uma visão detalhada do contexto do empreendedor e do empreendimento.

Nesse aspecto, são evidentes as seguintes problemáticas:

- a) Como as Lan-Houses, efetivamente, levam à inclusão digital e social conseqüente;
- b) quais os mecanismos empreendedores e de inovação que levam esse tipo de empreendimento a ter como objetivo o desenvolvimento sustentável;
- c) quais as vantagens e desvantagens para que esse tipo de negócio seja utilizado como disseminador de desenvolvimento sustentável;
- d) quais os principais obstáculos que o empreendedor de Lan-Houses encontra para efetivar-se no mercado?

Com isso, observar como o empreendedor, além do ofício de seu negócio, consegue alcançar também o espírito de desenvolvimento sustentável que o negócio de Lan-House pode gerar como desencadeador de ações, pensamentos e estratégias, para formar cidadãos com responsabilidades social, econômica, ambiental e principalmente sustentável.

1.2 Objetivos

Nessa parte do trabalho, são demonstrados os objetivos gerais e específicos do estudo em questão:

1.2.1 Objetivo Geral

Verificar qual o papel das Lan-Houses como instrumento de inclusão social em Ipojuca / PE, analisar os conceitos de empreendedorismo e inovação, baseados na utilização da tecnologia como mecanismo para o desenvolvimento sustentável e inclusão social.

1.2.2 Objetivos Específicos

Tem-se abaixo alguns tópicos relacionados como os objetivos específicos desse estudo:

- a) Analisar os empreendedores das Lan-Houses, traçando um perfil do investidor, comportamento e visão do negócio.
- b) Analisar o comportamento dos usuários, a fim de saber se há algum benefício em estar utilizando os serviços dessas empresas, qual o seu perfil, escolaridade, interesse, etc.
- c) Observar se existe realmente a inclusão digital e conseqüente desenvolvimento sustentável no uso desse tipo de serviço.
- d) Analisar mecanismos de busca da sustentabilidade, a partir da análise do efetivo uso desse tipo de comércio, com o intuito de se desenvolver sustentavelmente e mostrar que os usuários também têm essa motivação.
- e) Avaliar propostas de inclusão digital através desse tipo de negócio.
- f) Identificar o uso de tecnologia de informação como metodologias para o desenvolvimento sustentável.

2 MUNICÍPIO DE IPOJUCA

Segundo o site Googlemaps, Ipojuca, representada pelo marcador “A”, fica entre os municípios de Escada e Cabo de Santo Agostinho (Figura 01), no estado de Pernambuco e nordeste do Brasil.



Figura 01 – Mapa de localização da cidade de Ipojuca/PE em relação a PE.

Fonte: Google Maps.

Está localizado na mesorregião Metropolitana do Recife e na Microrregião Suape do Estado de Pernambuco, limitando-se a norte com Cabo de Santo Agostinho, a sul com Sirinhaém, a leste com Oceano Atlântico, e a oeste com Escada. A área municipal ocupa 512,6 km² e representa 0.52 % do Estado de Pernambuco.

Segundo Santos (2005), a extensão da linha litorânea é de 31,77km, com a seguinte classificação de uso, no caminhamento norte/sul:

- a) Suape (Zona Portuária): 5,0km;
- b) Praia de Camboa: 1,54km;
- c) Praia de Muro Alto: 2,45km;
- d) Praia do Cupe: 4,50km;
- e) Praia de Porto de Galinhas: 3,96km;
- f) Praia de Maracaípe: 0,57km;
- g) Pontal de Maracaípe: 7,2km;
- h) Praia de Serrambi: 7,2km;

i) Praia do Toquinho: 3,7km.

. A sede do município tem uma altitude aproximada de 10 metros e coordenadas geográficas de 08 Graus 24 min. 00 seg de latitude sul e 35 Graus 03 min. 45 seg de longitude oeste, distando 50,2 km da capital Recife (Figura 02), cujo acesso é feito pela BR-101 e PE-060.

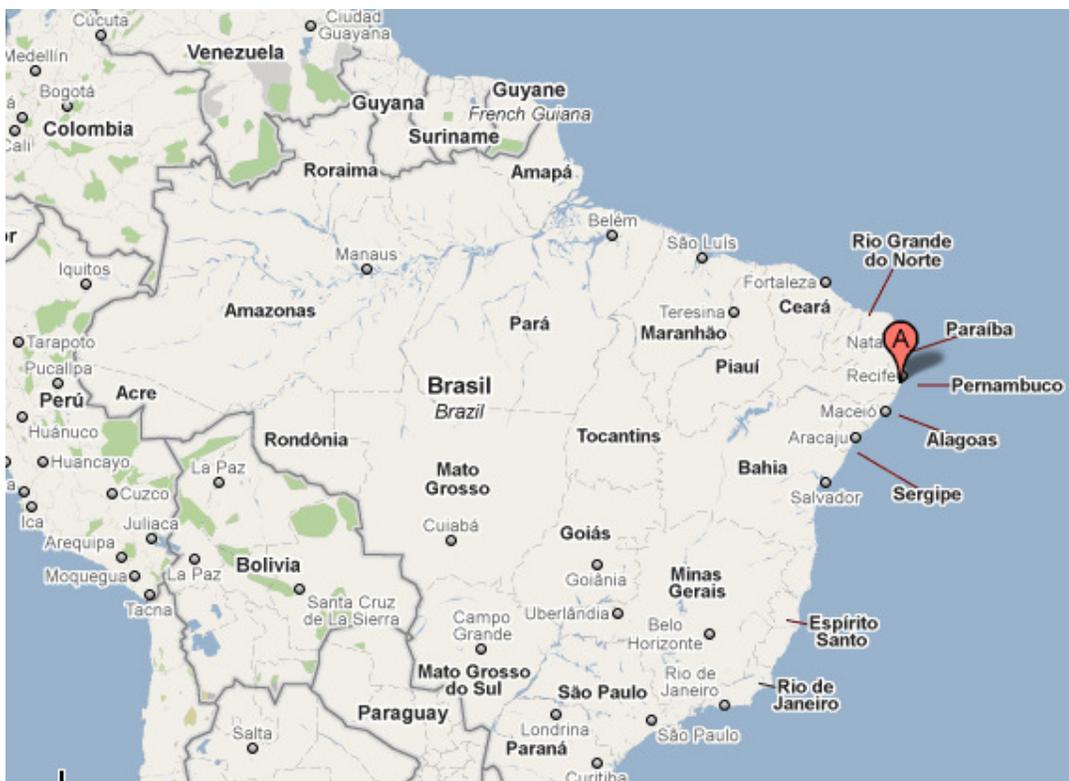


Figura 02 – Mapa de localização da cidade de Ipojuca/PE em relação ao Brasil
Fonte: Google Maps.

O clima de Ipojuca é do tipo tropical chuvoso, tendo como precipitação a variância de 1.500 e 2.000mm e temperatura média anual de 26,2°C. O solo é distrófico e, em sua maioria, com baixo a médio teor de fertilidade, raso a moderadamente profundo, com limitação de drenagem e topografia irregular. A vegetação original está compreendida em remanescentes de Mata Atlântica (2.400ha) e manguezais localizados na faixa litorânea (5.386ha) (SANTOS, 2005).

Com a criação do complexo industrial e porto de Suape, e pelo intenso aumento da atividade turística na área, nas décadas de 1970 a 1990, Ipojuca teve um aumento de seu Produto Interno Bruto (PIB) em quase 300% e o crescimento de sua população passou de 35%. Porém, até hoje, a sua renda ainda se encontra distribuída de forma muito irregular.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2000), no setor primário, pode-se apresentar: a agropecuária responsável pela ocupação de quase 98% do total de trabalhadores, o extrativismo mineral, com apenas uma empresa, e o extrativismo vegetal de forma muito espalhada. A cana-de-açúcar, com 96% de área cultivada, é a principal cultura agrícola do município e, em segundo lugar, encontra-se o coco-da-baía com 2,3% de área cultivada. No setor secundário, há as indústrias extrativas, de transformação e da construção civil. Já no setor terciário, é de se destacar o comércio atacadista de combustíveis e o setor de serviços de turismo (SANTOS, 2005).

O município de Ipojuca também é considerado um dos grandes polos industriais de Pernambuco, pois ali estão situadas algumas grandes empresas surgidas ao redor do Porto de Suape. Por conta das praias visitadas por turistas de todas as partes do mundo, Ipojuca tem, como um dos principais fatores econômicos, o turismo. A rede hoteleira e a gastronomia são bastante desenvolvidos com vários estabelecimentos desse setor de altíssimo grau de sofisticação e diversidade.

É um município, ao mesmo tempo, portuário, industrial, turístico e rural, na sua maior porção territorial, pois ainda abriga duas usinas de açúcar e álcool, mais de sessenta engenhos e outras comunidades rurais. No futuro, será possível aproveitar melhor a vocação agrícola da região, inclusive com o cultivo de frutas tropicais, as quais também poderão destinar-se à exportação, já que se tem um porto à porta.

Como advento dos investimentos da iniciativa privada nesse município que começou a se projetar na década de 1990, o governo de Pernambuco junto com a prefeitura do município continua assegurando absoluta prioridade aos programas educacionais e de formação de mão-de-obra com os objetivos de eliminar a evasão escolar e a exclusão social, capacitando jovens e adultos para o futuro promissor que avança aceleradamente e, também objetivamente, para abrir oportunidades de emprego às atuais gerações que podem ser absorvidas nos postos de trabalho em franca expansão nos pólos de Turismo e do complexo industrial e portuário de SUAPE.

3 EMPREENDEDORISMO

O termo “entrepreneur” tem raízes francesas e sua tradução literal é empreendedor, empresário ou aquele que empreende a criação por conta própria, em seu benefício e aos seus riscos, de um produto qualquer, ou aquele que lança à realização (entre significa estar sob e preneur é derivado do verbo francês prender, conduzir) (LEITE, 2002).

Derivado do vocábulo em francês, “entrepreneur”, apresenta algumas dificuldades para ser traduzido para a língua portuguesa, porém pode-se afirmar que um empreendedor é um indivíduo que empreende, criativo, arrojado e que procura sempre fazer coisas diferentes. Empreendedores são um dos ativos mais importantes de qualquer economia. Invariavelmente, as micro e pequenas empresas costumam responder pela maior fatia na geração de empregos e por substancial parte do PIB nos mercados mais desenvolvidos. Os empreendedores são ágeis e persistentes em seus objetivos e, geralmente, trabalham com um topo de capital intangível: boas idéias. Empreendedorismo (espírito empreendedor), terra, trabalho e capital são os quatro pilares de uma sociedade fundamentada na livre iniciativa (LEITE, 2002, p. 51).

A palavra “entrepreneurship” é derivada de empreender, empregada no século XVII, na França, denominava um indivíduo que assumia o risco de criar um novo empreendimento. Os termos Entrepreneur e Entrepreneurship apresentam problemas de tradução para os principais idiomas, a partir de sua origem, o francês, para o português, não foi diferente.

“Entrepreneur” poderia ser traduzido como empresário. Todavia, para Drucker e outros autores, o termo é utilizado para designar empreendedor e não necessariamente um empresário. No tocante a “Entrepreneurship”, existe uma forte corrente a favor da adoção, em português, da tradução espírito empreendedor, pois é o que melhor se adapta aos casos em que é aplicado.

Numa visão mais profunda, todo empreendedor de sucesso é um caso verdadeiramente inspirador e relevante, um representante do espírito empreendedor, que gera negócios bem sucedidos ao transformar visões em realidades lucrativas. Coletivamente, os empreendedores criam milhões de empregos e servem a milhões de clientes. Individualmente, geram lucros, mas o ponto essencial se torna uma forma de manter resultados, não a história daquilo que realizem.

Segundo Schumpeter (1988), “destruição criativa” é romper com os velhos hábitos, para gerar respostas novas às carências e desejos do mercado, era característica desse rompimento. Eles forçam situações, com o objetivo de mudar as coisas ao seu redor, são

construtores compulsórios: quando começam, empenham-se naquilo a que se destinam e seguem o seu rumo seja qual for o final.

O espírito empreendedor é algo muito mais profundo do que se possa imaginar: indivíduos que criam negócios inovadores e prósperos, que podem vir a ter seus empreendimentos de todas as formas e tamanhos inimagináveis. Alcançar objetivos, às vezes desacreditados por qualquer pessoa que, racionalmente, analisa certas atitudes: nessa diferença entre o que é observado por uma pessoa normal e um empreendedor é que está a grande sacada dos que têm essa habilidade.

A figura 03 ilustra algumas variáveis externas pertinentes ao processo de empreendedorismo e criação:



Figura 03 – Variáveis pertinentes ao processo de criação empreendedora.
Fonte: Leite (2002)

Leite (2002, p.54) cita a visão de empreendedorismo, segundo os economistas:

Segundo economistas, o empreendedor era simplesmente um rendeiro que alugava a propriedade por um preço fixo e produzia um dado output com certos fatores e certos preços. O empreendedor, disse o economista francês J.B Say, por volta de 1800, desloca recursos econômicos de uma área menos rentável para uma área de alta produtividade e maior produção.

Conhecido o empreendedorismo pelos seus marcos teórico e prático, agora será estudado como esse mecanismo se aplica nas sociedades, na história e na prática. Medidas drásticas são necessárias para um bom empreendedor analisar as situações com racionalidade e executar as medidas para resolver os problemas. Mendonça (2001, p.107) exemplifica claramente essa passagem.

Espírito empreendedor no velho estilo e não nas novas técnicas da administração é a base fundamental do sucesso e inovação tecnológica, do rápido crescimento das empresas. Isso é verdade tanto para as grandes empresas, quanto para as pequenas, em qualquer parte do mundo.

Muitas das grandes empresas normalmente substituem seu espírito empreendedor pela burocracia profissional. A prática empreendedora, dentro de uma grande empresa, geralmente é sufocada pela burocracia e hierarquias. O tamanho encoraja a burocracia, porém o fator crítico é que o gestor profissional da atualidade, frequentemente com curso superior em administração, nunca aprendeu ou experimentou a utilização, a prática dos fundamentos básicos da gestão de uma empresa, como fazem o tranquilamente os empreendedores na condução de seus negócios.

As empresas altamente burocratizadas não estão aptas a competir em uma economia dinâmica e raramente conseguem sobreviver a um ataque mais forte de suas concorrentes. Quando o espírito empreendedor é posto de lado em uma empresa, os seus bem intencionados gestores e empregados lutam para a implantação de procedimentos burocratizantes. Melhores controles são instituídos, mais sistemas de planejamento são desenvolvidos, descrições de tarefas são escritas e reescritas (LEITE, 2002).

O estágio do desenvolvimento econômico de um país ou região pode ser avaliado também em função das suas atividades na área de inovação e criação de empresas. Países em que as atividades econômicas mais inovadoras são baseadas, predominantemente, na iniciativa privada, as empresas empreendedoras atuam como uma verdadeira alavanca que impulsiona a transformação de conhecimentos em riquezas e, conseqüentemente, em acúmulo de capital físico e intelectual.

A inovação é um termo econômico e social. Seu critério não se baseia na ciência ou na tecnologia, mas nas mudanças no ambiente econômico e social e no comportamento das pessoas como consumidoras ou produtoras. Essa característica de inovação contínua nos empreendedores é qualidade primordial e essencial para os desafios que o fato de empreender necessita. A figura 04 exemplifica graficamente a manifestação comportamental empreendedora.

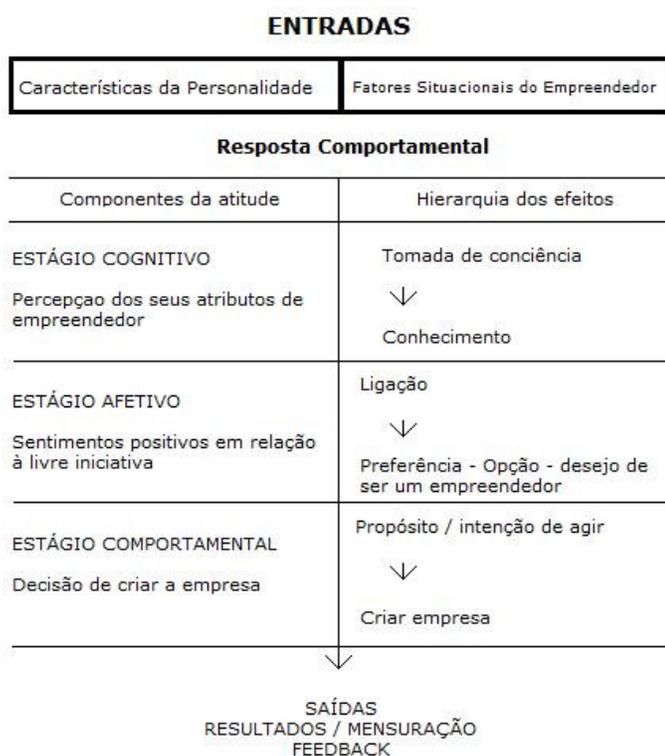


Figura 04 – Modelo de avaliação da manifestação comportamental empreendedora.
Fonte: Leite (2002)

Decidir é, dentre outras, uma qualidade para um bom empreendedor. Ele tem que analisar todas as vertentes de sua decisão, focar-se no problema e em como a sua decisão irá ultrapassá-lo. Para Drucker (1967, p. 132-134), os elementos verdadeiramente importantes para o processo da tomada de decisão são:

- a) a clara compreensão de que o problema era genérico e que só podia ser resolvido mediante uma decisão que estabelecesse uma norma, um princípio;
- b) a definição das especificações que a resposta ao problema tinha que satisfazer, isto é, as condições limites;
- c) a averiguação de que é certo, isto é, a solução que satisfará integralmente as especificações, antes de dar atenção aos compromissos, adaptações e concessões necessárias para tornar aceitável a decisão;
- d) a elaboração, dentro da decisão, da ação para executá-la;
- e) a verificação, que testa a validade e eficácia da decisão contra o desenrolar real dos acontecimentos.

A revolução tecnológica da última metade do século XX gerou grandes mudanças na economia e diversas alterações na base industrial dos mercados do mundo inteiro. O que talvez seja um pouco menos óbvio são as mudanças tecnológicas subjacentes e as correspondentes nas estruturas econômicas e de produção, distribuição e concorrência, pois, ao longo dos anos, o homem identificou períodos de extremo progresso e mudanças em sua sociedade, não apenas local, mas como um todo. Pode-se constatar que, com o progresso técnico alcançado, muito foi superado pelo homem nesses últimos 25 anos do século XX, tão decisivo e complexo para a humanidade, com as revoluções agrícolas e industriais (LEITE, 2002).

O debate acerca de como as novas tecnologias têm impacto sobre a sociedade, tem sido tema de diversos conflitos e controvérsias até o presente momento. Há diversas formas de perceber o que vem a ser essa mudança tecnológica. Uma delas é que esse fenômeno está relacionado, principalmente, ao surgimento de uma nova economia: a do conhecimento.

A expressão sociedade pós-industrial passou rapidamente ao uso da literatura sociológica. A ideia da sociedade pós-industrial não é uma definição criada para o futuro e, sim, uma construção conjectural, contra a qual a realidade sociológica poderá ser medida no passar dos anos. Pode-se usar, então, a definição pós-industrial por duas óticas diferentes: a primeira como a ênfase da transitoriedade dessas mudanças e a segunda para enaltecer o papel central de uma tecnologia intelectual. Contudo, essa ênfase não pode ser vista como se a tecnologia seja a principal determinante de todas as demais mudanças sociais, pois nenhum esquema conceitual esgota jamais uma realidade social. Cada esquema conceitual é um prisma que seleciona algumas características acima de outras, a fim de destacar a mudança histórica ou, mais especificamente, responder a determinadas perguntas. É visto claramente essa relação entre os conceitos da sociedade pós-industrial e de capitalismo.

Alguns críticos alegam que a sociedade pós-industrial não sucederá o capitalismo. Isso, contudo, demonstra um falso confronto entre dois esquemas conceituais diferentes e organizados ao longo de dois diferentes pensamentos. O esquema pós-industrial refere-se à dimensão sociotécnica de uma sociedade; o capitalista, à dimensão socioeconômica.

Nos últimos anos, o mundo adquiriu impressionante consciência no papel estratégico do gerenciamento da energia e recursos naturais como limitadores do crescimento industrial, surgindo o questionamento de que essas limitações não modificam o estabelecimento de um setor pós-industrial. Existe, para isso, uma solução empírica: na realidade, quando houve a inserção de elementos pós-industriais, que são, por si sós, elementos que geram intensificação de capital, couberam ao ser humano moderno criar e disseminar formas de regulamentar e

conscientizar o acúmulo de riquezas vs. a tecnologia em constante expansão vs. o uso sustentável de seus recursos naturais.

Está-se atualmente, não mais na sociedade pós-industrial ou capitalista de produção ou quaisquer outras denominações que porventura os sociólogos venham a rotular. A sociedade atual visa o uso correto de seus bens de produção, observando sempre uma equalização entre o meio ambiente, os recursos renováveis, os não renováveis e o seu próprio desenvolvimento sustentável. Pode-se até tentar rotular essa nova visão de uma “sociedade sustentável”.

Segundo Leite (2002), existem quebras de paradigmas no que diz respeito à economia e ao desenvolvimento. Essa mudança de referencial se dá pela inclusão de dois novos fatores: a tecnologia e o empreendedorismo. Como força motriz para a mudança desses valores, esses fatores tão incidentes no mundo moderno tornam-se, a cada dia mais, assuntos importantes nos questionamentos modernos.

Do início da teoria econômica, com Adam Smith, até muito recentemente, os economistas explicavam o desenvolvimento das nações como resultado de três variáveis: mão-de-obra barata, matéria prima abundante e capital disponível para investimentos. Hoje, sabe-se que existem outras duas variáveis, provavelmente mais importantes que as demais: a tecnologia e o empreendedorismo ou espírito empreendedor (LEITE, 2002, p. 13).

O empreendedor precisa ter uma clara visão de seu sucesso e tomar uma direção para chegar lá. Ele tem que saber qual caminho irá traçar. É o desafio de transformar ideias em produção. É vencer o desafio de ultrapassar o limite entre pesquisador e empreendedor. Para atingir esse objetivo, o empreendedor deverá seguir um modelo estratégico para o sucesso: tem que descobrir algo que diferencie o seu negócio dos outros, procurando, dentre outras coisas, segundo Leite (2002):

- a) formular uma visão baseada na realidade;
- b) definir os valores centrais e a filosofia da empresa;
- c) criar uma declaração da missão da empresa que seja precisa, concisa e inspiradora;
- d) avaliar um conceito unificado para criar valor para seus clientes.

É sabido que, para o empreendedor, ter relação interpessoal é primordial para ser seguido e acreditado por outras pessoas. Segundo Drucker (1967, p. 78-79), a focalização na contribuição, por si mesma, dá quatro requisitos básicos de relações humanas eficazes: comunicabilidade, trabalho de equipe, autodesenvolvimento e desenvolvimento dos outros, a explicar:

- a) comunicabilidade: temos trabalhado em comunicação para baixo, dos administradores para os empregados, do superior para os subordinado. Quanto mais o superior se esforça para dizer algo ao seu subordinado, tanto mais provavelmente o subordinado entenderá mal. Ele ouvirá aquilo que está querendo ouvir e não o que está sendo dito;
- b) trabalho de equipe: a focalização na contribuição conduz à comunicabilidade lateral e, assim, torna possível o trabalho de equipe;
- c) auto-desenvolvimento: o auto-desenvolvimento em escala depende da focalização na contribuição;
- d) desenvolvimento dos outros: as pessoas em geral e os trabalhadores intelectuais em particular, se elevam em função das exigências que fazem a si próprios. Se exigirem bastante, crescerão a estruturas gigantescas, sem nenhum esforço maior do que o dos não-realizados.

Como forma de se caracterizar um empreendedor como visão de um cidadão planetário, como um ser humano capaz de identificar-se com qualquer mudança supostamente atribuída durante o seu processo de aprendizagem, característica primordial para qualquer empreendedor. Gutiérrez e Prado (2002, p. 41-42) afirmam que o cidadão planetário possui características distintas, a seguir:

- a) em primeiro lugar, as pessoas se caracterizam por buscar e sentir-se em contato e comunhão com a natureza. Sentem-se parte dela, mas não seus donos. Nesse sentido, em sua vida prática, não estão de acordo com o mandamento bíblico de controlá-la e colocá-la a seu serviço, mas sim de respeitá-la e desenvolver sua diversidade;
- b) vivem a vida como processo, como fluxos permanentes de energias, de situações de um transcorrer relativamente imprevisível. São capazes de viver a incerteza e se afastam de concepções e estatísticas de vida;
- c) preocupam-se e suspeitam do poder, da hierarquia e de sua utilização para dominar os demais. Propõem para si um tipo de educação que permita construir o poder, a partir de si mesmo, de modo que todos sejam capazes de controlar a sua própria vida. Por isso, em geral, se preocupam com a construção de comunidades humanas que sejam veículos adequados de distribuição social do poder, antes que concentradores dele;
- d) são pessoas que procuram a integração de elementos que andam em geral dispersos e que se consideram de forma isolada: ciência e senso comum, ação e reflexão, homem e mulher, mente e corpo, razão e sentimento, objetividade e subjetividade, seriedade e frivolidade, sensatez e loucura;
- e) interessa-se muito mais em fazer perguntas que em dar por aceitas as respostas. Pesquisam de forma permanente, buscando o lado oculto da vida, o não dito, o não proposto, as histórias não contadas. Sua crítica permanente, em geral, conduz a uma busca espiritual;
- f) são pessoas abertas ao novo, isto é, não são dogmáticas nem rígidas; permitem-se avançar por novos territórios ignotos do conhecimento e da vida;
- g) são solidárias, com vontade de colaborar com os outros, tentam ser menos egoístas e paternalistas;
- h) desconfiam da burocracia como forma institucional que privilegia o benefício dos burocratas sobre os outros;
- i) têm autoconfiança no valor de sua própria experiência e desconfiam da autoridade que se erige como superior.

Ser empreendedor significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber as ideias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma

oportunidade de negócio, motivação para pensar conceitualmente e a capacidade para ver e perceber a mudança como uma oportunidade.

É preciso apostar cada vez mais em empreendedorismo, mesmo que a capacidade de empreender seja um conceito difícil de definir. Os economistas reconhecem sua importância, desde a análise do desenvolvimento econômico, feita por Joseph Schumpeter, na transição do século. Indivíduos com visão, dispostos a arriscar seu próprio dinheiro e o de outros investidores em novos produtos, são o motor que combina capital humano e físico, estimulando o crescimento econômico e o progresso (LEITE, 2002).

Para Drucker (1967, p. 31-32), existem essencialmente cinco práticas e hábitos de pensamentos que devem ser adquiridos para se ser um gerente e conseqüentemente um empreendedor eficaz:

- a) empreendedores eficazes sabem como empregar o tempo, eles trabalham sistematicamente controlando o pouco tempo que pode ficar sob o seu controle;
- b) empreendedores eficazes focalizam uma contribuição externa. Conduzem com a pergunta: “que resultados esperam de mim?” e não com o trabalho que deve ser feito, com suas técnicas e instrumentos;
- c) empreendedores eficazes constroem baseados na força, suas próprias forças, a de seus superiores, colegas e subordinados; e nas forças da situação, isto é, no que elas podem fazer. Tais gerentes não se baseiam em fraquezas. Não começam com as coisas que não podem fazer;
- d) empreendedores eficazes se concentram nas poucas áreas onde uma execução superior produzirá resultados excelentes. Força-se a estabelecer prioridades e manter suas decisões de prioridades. Sabe que não tem outra solução se não fazer as coisas urgentes primeiro e não realizar as de segunda urgência. A alternativa é nada fazer;
- e) empreendedores eficazes, finalmente, tomam decisões eficazes. Sabem que isso, acima de tudo, é uma questão de sistemática, os passos certos na seqüência certa. Sabem que uma decisão eficaz é sempre um julgamento, baseados em opiniões divergentes, mais do que na apreciação dos fatos. E sabem que tomar muitas decisões rapidamente significa tomar decisões erradas. O que é necessário são poucas decisões, mas fundamentais. O que é necessário é a estratégia certa e não uma tática improvisada;

Novas empresas prosperam e ajudam a economia, em parte destruindo os mercados de concorrentes estabelecidos ou criando novos mercados ainda não inicializados. Países que protegem os mercados e ganhos de empresas já existentes impedem a destruição criativa, tão essencial ao progresso. O mercado recompensa o mérito, a capacidade, a coragem de correr riscos, a sorte e o sucesso dos empreendedores por meio de remunerações, lucros, ganhos de capitais e dividendos. Os prêmios diferem porque o desempenho difere. Ganhos desiguais são a prova de que o mercado está cumprindo a sua missão.

Drucker (1967, p.13-14) define empreendedor como:

Qualquer trabalhador com conhecimentos, nas organizações modernas, é um gerente se, em virtude de sua posição e desse conhecimento, for responsável por uma contribuição que afeta, materialmente, a capacidade da organização de trabalhar e obter resultados. Pode ser a capacidade de uma empresa de apresentar um novo produto ou obter uma cota maior em determinado mercado. Pode ser a capacidade de um hospital em prover cuidados aos seus pacientes, e assim por diante. Tal homem ou mulher deve tomar decisões; não pode apenas obedecer a ordens. Tem de assumir responsabilidades pela sua contribuição. E supõe-se, em virtude de seus conhecimentos, que ele está bem mais aparelhado para tomar a decisão certa do que qualquer outro. Ele pode ser posto de lado; pode ser rebaixado ou despedido. Mas, enquanto estiver na função, estarão sob sua guarda os objetivos, os padrões e a contribuição.

A estratégia é aprender. O desenvolvimento de formas de organização que privilegiam a aprendizagem ainda é muito novo no universo administrativo-empresarial. As empresas em processo de aprendizagem começaram a estruturar-se como tal e a multiplicar-se só a partir da última década. Aprender mais depressa do que os rivais é a única vantagem competitiva realmente duradora.

A questão chave para o empreendedor é saber empregar adequadamente as tecnologias existentes e ser capaz de perceber o advento das tecnologias emergentes. Ou seja, o que realmente importa, atualmente, não é onde a tecnologia foi criada, mas sim como ela está sendo aplicada. Todos os países atualmente têm acesso à mesma tecnologia, seja na produção, nos serviços, na medicina ou até mesmo na área militar (LEITE, 2002).

Hoje, a nova fronteira é a economia global. Investir na formação, em novas tecnologias, implantar métodos mais sofisticados de treinamento para aproveitamento desses avanços, aperfeiçoar os controles de qualidade e criar sistemas de informações voltados para a pronta adequação de oferta, preços e produção às condições do mercado pode ser uma forma de responder às oportunidades proporcionadas pela globalização.

Drucker (1967) afirma que a eficácia moderna está conceituada nas seguintes premissas:

Hoje, o centro de gravidade da empresa desloca-se para o administrador esclarecido. A capacidade de fazer certas as coisas, predominantemente na vida das organizações até há alguns anos, está hoje substituída pela capacidade de fazer que as coisas certas sejam feitas, isso é, pela eficácia.

Ser eficaz é a função do empreendedor, ou que nome tenha, quer ele exerça a função do gerente, ou que nome tenha, quer ele exerça sua atividade numa empresa comercial, num hospital, numa universidade, num laboratório, numa repartição do governo ou num quartel.

Se eficácia fosse um dom com que as pessoas nascessem, do mesmo modo como nascem com o dom da música ou a inclinação para a pintura, a situação seria trágica, pois, como sabemos, não há oferta abundante de pessoas com esses dons.

Homens de grande inteligência não serão eficazes no comando de qualquer organização, se não aprenderem a serem eficazes. Não serão capazes de entender que um discernimento brilhante não é, por si só, realização. Discernimento só se torna eficácia através de árduo trabalho sistemático. Inteligência, imaginação e

conhecimento são qualidades essenciais, mas somente a eficácia poderá convertê-las em resultados; por si mesmas elas apenas estabelecem limites para o que pode ser obtido.

Ser empreendedor, dono de seu próprio negócio, é o sonho de muitas pessoas. Contudo, não é fácil realizá-lo. De fato, deixar a segurança proporcionada por um emprego estável, pelo contracheque que não falta ao final do mês, abdicar do conforto dos inúmeros benefícios oferecidos pelo emprego: carro, seguro de saúde, cartão de crédito, formação diferenciada, planos de cargos e salários, bônus anuais, participações nos lucros, ações da empresa, dentre outros, é uma atitude verdadeiramente difícil que não se toma de ânimo leve. Sobretudo quando se tem filhos, quando se está a pagar a casa, quando se gostaria de comprar aquele barco ou aquela casa de campo ou quando se planeja fazer aquela viagem espetacular. No entanto, é preciso coragem para assumir os riscos efetivos ao empreendedor. Para se alcançar a vitória, é necessário quebrar as regras e enfrentar com coragem todos os desafios que vierem a estabelecer-se perante o empreendimento. Somente assim o empreendedor encontrará o sucesso tão esperado, desejado e planejado.

Leite (2002) alerta que o empreendedor tem que ter sempre em mente:

- a) ser realista e não criar muitas expectativas;
- b) ir ao encontro das necessidades dos potenciais clientes;
- c) desenvolver aptidões de gestão e marketing de seu negócio;
- d) não tentar enriquecer rapidamente e canalizar o lucro para expansão do negócio. Devagar se vai ao longe;
- e) começar pequeno com objetivos grandes;
- f) ser persistente e não se desviar do conhecimento. “Acreditar que é possível ir além dos limites”.

Para Leite (2002), ser empreendedor significa:

- a) ter a oportunidade de trabalhar em todas as vertentes de negócio;
- b) controlar o seu próprio destino;
- c) gerir o seu próprio tempo;
- d) lidar diretamente com os clientes.

Os empreendedores também enfrentam dificuldades no exercício de suas funções: ter que despedir empregados, trabalhar com sócios, contratar empregados, ter que fornecer formação aos empregados, dificuldades financeiras, dentre outras. Atravessando essas dificuldades, o empreendedor visa à oportunidade da obtenção do sucesso.

O ataque à cobiça, vontade de crescer e prosperar dos empreendedores é, na realidade, um ataque contra a liberdade de empreender. Empenhar-se na defesa desse direito é uma forma de defender a liberdade humana. É preciso mudar o comportamento das pessoas nas vidas particular e profissional para que possam assumir uma postura mais empreendedora,

mais positiva perante a vida empresarial. Embora algumas culturas encorajem a capacidade empresarial mais do que outras, todas elas têm reservas de talentos que vêm à tona quando o ambiente é propício para negócio. É preciso resgatar a figura do empreendedor que assume riscos e assimila os resultados antes de acontecer. Pois o sucesso definido pela ótica empresarial, na qual se pode refletir e traduzir para a vida de um cidadão com bastante perfeição é definido por Norberto Odebrecht, no livro de Haechel (2004):

A chave do sucesso no campo educacional reside no acompanhamento, na avaliação e no julgamento permanentes, realizados pelo líder, em conjunto com o liderado, tendo em vista o desempenho desse último em sua tarefa empresarial. Para que uma organização sobreviva, cresça e se perpetue, precisa integrar continuamente novo e bom empresário e, por meio dele, satisfazer, cada vez mais e melhor, os atuais e futuros clientes. Cada ser humano possui forças que ele próprio pode desenvolver desde que tenha caráter, talento, vocação e motivação, encontre um clima organizacional adequado e seja orientado por um líder realmente comprometido em apoiar a sua educação.

Para Drucker (1967), é preciso ter foco nos objetivos que se quer alcançar, vislumbrar os resultados é primordial para o sucesso de qualquer empreendimento. Correr riscos e ultrapassá-los é um ponto chave.

Já existiu Mozart, naturalmente. Ele podia, ao que parece, trabalhar em várias composições ao mesmo tempo, e todas elas obras primas. Mas é a única exceção conhecida. Os outros prolíficos compositores de primeira plana, Bach por exemplo, Handel, Haydn ou Verdi, compunham uma obra de cada vez. Não começavam a seguinte antes de terminar a anterior ou de ter deixado de trabalhar nela e resolvido guardá-la na gaveta. Os empreendedores poderão imaginar-se como “empreendedores Mozart” (DRUCKER, 1967).

Firestone (2000, p. 25), fundador da empresa, discursa sobre alguns princípios para ser um bom empreendedor:

Mérito: há uma crença difundida de que é sempre outra pessoa que leva os créditos de outrem. Isso é falso. Quem fizer o melhor esforço se sobressairá. O mérito é que importa.

Trabalho pesado: Você não consegue nada a menos que trabalhe para isso e nunca houve maior oportunidade de sucesso do que o hoje. Você não pode contornar as dificuldades, tem de superá-las.

Liderança: minha experiência diz que todo o departamento da empresa cresce ou afunda de acordo com a pessoa que o comanda. Portanto, cabe à empresa escolher pessoas de bom caráter como seus executivos. O sucesso é uma soma de detalhes.

O empreendedorismo não é nada sem a inovação contínua levada pelo impulso de galgar novas experiências, conquistar novos mercados e desbravar o inatingível. Vai ser mostrado, a seguir, como a inovação age no ato de empreender.

4 INOVAÇÃO

O conceito de inovação pode ser apresentado de uma forma bastante ampla. Focaliza-se, neste trabalho, o conceito definido especialmente para empreendimentos e sustentabilidade, pois, se considerar o universo geral da inovação, a sua compreensão estará dependendo principalmente de sua aplicação. De forma bem definida, pode-se ver a inovação como a exploração com sucesso de novas idéias, em que o sucesso no mundo empresarial, por exemplo, significa aumento de faturamento, acesso a novos mercados, aumento da lucratividade, entre outros benefícios.

Em Morin (2008, p. 87), no "Discurso do Método", de R. Descartes, definem-se os princípios do método como:

Nunca aceitar coisa alguma como verdadeira, se não a souber comprovadamente como tal; isto é, evitar cuidadosamente a precipitação e a prevenção... O último é fazer, em tudo, um levantamento tão completo e um exame tão amplo, que se esteja certo de não ter omitido nada. Divisar cada uma das dificuldades que foram examinadas em tantas parcelas quanto seja possível e requerido para melhor resolvê-las.

Conduzir os pensamentos por ordem, começando pelos assuntos mais simples e mais fáceis de conhecer, para atingir, pouco a pouco, como que degrau por degrau, o conhecimento dos assuntos mais complexos.

Dentre as várias formas de inovação, aquelas que se referem a inovações de produtos ou de processos são conhecidas como inovações tecnológicas. Outros fatores inovadores podem-se relacionar à busca de novos mercados, novos modelos de negócio, novos processos e métodos organizacionais ou até mesmo novas fontes de suprimentos.

Frequentemente se faz confusão entre inovação e processos de inovação com melhoria contínua e processos relacionados a esse tema. Para que uma inovação seja caracterizada como tal, é necessário que se unam vários fatores, quais sejam: causar um impacto significativo na estrutura de preços de determinado produto ou serviço, que a participação de mercado seja alterada, que a receita da empresa seja modificada, dentre outros fatores. As melhorias contínuas normalmente não são capazes de criar vantagens competitivas de médio e longo prazo, mas de manter a competitividade dos produtos em termos de custo e posição no mercado.

Para se inovar, a produtividade tem que ser alçada ao limite máximo e satisfatório, para poder gerar e obter o maior lucro possível. Tem-se como produtividade a noção utilizada para aferir a eficiência de uma organização ou de processos, consistindo na relação entre os recursos empregados e os resultados obtidos, sendo a eficiência a utilização correta dos

recursos disponíveis. Assim, o índice de produtividade exprime a quantidade de produtos ou serviços que os recursos produtivos são capazes de fornecer (PICCININI; DROUVOT, 1999). A figura 05 ilustra o processo de inovação.



Figura 05 – O modelo interativo do processo de inovação.
Fonte: Leite (2002).

Diante dos fatos, a ideia de produtividade permite as seguintes comparações: entre dois sistemas que utilizarem a mesma quantidade de recursos, o mais produtivo é o que apresentar maiores resultados positivos; entre dois sistemas que apresentarem os mesmos resultados, o mais produtivo será o que apresentar menos recursos.

Piccinini e Drovout (1999, p. 2), em estudo acerca dos impactos da produtividade nos países da América latina, França e Ásia do Sudeste, assinalam a relação entre produtividade, desenvolvimento e qualidade de vida nos seguintes termos: “O único conceito significativo da competitividade nacional é a produtividade entendida como valor da produção realizada por unidade de trabalho ou de capital”. Para os autores, o principal objetivo de um país é garantir um melhor nível de vida para a sua população e, para que isso se concretize, depende-se da produtividade com a qual o trabalho/capital é empregado.

Na visão de Piccinini e Drovout (1999, p. 4-5; 20-21), é de extrema importância para o processo de desenvolvimento econômico e social a destinação dada ao excedente decorrente do incremento da produtividade: quais partes serão repassadas aos salários, às remunerações do capital e à redução dos preços dos produtos e serviços na busca de competitividade e inovação no cenário comercial? Conclui-se que somente é possível trilhar um caminho de desenvolvimento e inovação pela valorização do fator humano, adotando políticas de inclusão social, inovação contínua e melhoria da distribuição dos resultados da atividade econômica propiciados pela elevação dos níveis de produtividade consequentes.

É tido como uma das principais importâncias da inovação, a capacidade de agregar valor aos produtos de uma organização, diferenciando-a, ainda que momentaneamente, do

ambiente competitivo. As inovações são importantes porque permitem que as empresas tenham acesso a novos conhecimentos, aumentem suas receitas, realizem novas parcerias, novos mercados, aumentem o valor de suas marcas. Como inovação baseada na sustentabilidade dos processos e produtividade, é obtido, segundo Leff (2006):

A produtividade tecnológica – em sentido estrito e independente do capital que incorpora – é avaliada em termos de sua eficiência mecânica e, sobretudo, termodinâmica dos processos produtivos. Contudo, a produtividade está associada com a eficácia do processo social de construção, funcionamento de um sistema tecnológico apropriado, cujo custo deve ser avaliado em função de sua contribuição à preservação dos serviços ambientais e à elevação da produtividade sustentável de recursos bióticos. A avaliação socioambiental da produtividade social desta tecnoestrutura é mais complexa que a medição do balanço de matéria e energia relacionado com o cálculo econômico sobre o custo do mercado das tecnologias e dos meios de produção importados do sistema produtivo.

Considerando que as inovações são capazes de gerar vantagens competitivas a médio e longo prazos, inovar torna-se essencial para a sustentabilidade das empresas e dos países no futuro. Obviamente, os benefícios da inovação não estão limitados às empresas. Para os países e regiões, as inovações possibilitam o aumento do nível de emprego e renda, além do acesso ao mundo globalizado.

As empresas estão no ponto central da inovação e é por meio delas que as tecnologias, invenções, produtos e ideias chegam ao mercado convencional. No meio empresarial, mesmo estando localizado no cume desse processo, a interação entre parceiros e mecanismos envolvidos é fundamental, até porque, sem essa sinergia, as inovações seriam dificultadas. A figura 06 representa uma esquematização de como o processo de interação flui.



Figura 06 – Como o processo de inovação flui com os organismos envolvidos no processo.

Fonte: O autor

Esses parceiros e mecanismos envolvidos possuem diversas funcionalidades, desde a realização de pesquisa, de desenvolvimento de produtos e processos, até a aplicação de investimentos ou subsídios, passando por desenvolvimento de protótipos, de pesquisa de mercado, de escalonamento de produção, dentre outros. Dessa forma, o conjunto de instituições forma o que é conhecido como sistema de inovação: universidades, fornecedores, agências de fomento, centros de pesquisa, investidores, governo e empresas com seus clientes, concorrentes ou outros parceiros.

A inovação requer, cada vez mais, um esforço direto de atividades de investigação e desenvolvimento. Segundo Drucker (1986): “A inovação é o instrumento específico do empreendedor. Ato que adota recursos como capacidade nova de criar riquezas”.

Friedman (2005) cita Albert Einstein: “Na confusão, busca a simplicidade. Da discórdia, busca a harmonia. Na dificuldade, está a oportunidade”. Surge, então, a oportunidade de fazer diferença em relação à invenção, pois esta é apenas a criação de algo inovador que não depende do uso que é dado, o que contrapõe a inovação que implica necessariamente uma utilização num ambiente específico. É interessante analisar que a inovação não implica necessariamente uma tecnologia específica, mas pode estar associada a um produto, processo, ou a um serviço inovador.

Segundo Leite (2006, p. 43-44):

A moderna economia tem necessidade de novas estruturas por parte das empresas para se vincular com sucesso em novos esquemas de concorrência e mudanças tecnológicas, e que as empresas desenvolvam mecanismos de cooperação para a criação de novos produtos/serviços, com a agregação de inovação para o cliente, sendo o empreendedor o elemento primordial para que tudo se inicie. O empreendedor que sabe administrar a criatividade, a inovação e o espírito empreendedor, entende que sua função é promover um ambiente de trabalho que permita às pessoas realizar suas tarefas criativas e inovadoras da melhor forma possível (Figura 07).

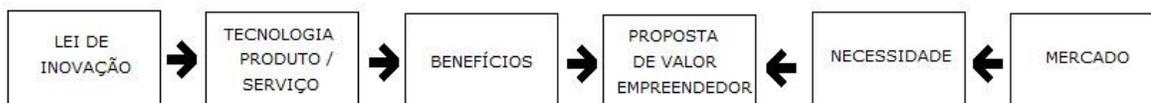


Figura 07 - Proposta de valor e inovação.

Fonte: Leite (2006, p. 43)

Primórdios são essenciais para a obtenção da inovação. O conhecimento e o domínio sobre algo é que nos possibilitará apresentar algo diferente e com valor diferenciado da concorrência ou diferente do existente no mercado. É óbvio que não é suficiente, mas constitui de per si uma parte significativa do sucesso.

Na perspectiva de Leite (2006), os empreendimentos são diferentes em duas dimensões do ponto de vista de seu grau de inovação: pela criação de algo novo e diferente e pela preparação psicológica para assumir riscos. O empreendedor olha ao seu redor e define uma pergunta: “Por quê?” Porém sonha coisas que nunca viu antes e questiona-se: “Por que não?” Esse é o momento de colocar em prática os 4 Is: Inovação, Inspiração, Implementação e Incubação.

Em seguida, as empresas devem entender o que é inovação e qual a sua dinâmica. A partir daí, podem definir uma estratégia, em relação à inovação, que deve estar alinhada com a visão geral da empresa e com o futuro, pois, sem o devido interesse no futuro, torna-se complexo conseguir envolver-se no processo inovador; este último, atrelado ao pensamento no amanhã e na quebra dos paradigmas atuais.

Haeckel (2004, p. 57) define o sucesso:

Valeria de início, indagar que sucesso, considerando que o termo vem do latim *sucessu*, um substantivo que possui várias conotações, inclusive a de desastre. Há o bom e mau sucesso. Chaplin ou Hitler – eis a questão. Existe ainda o sucesso íntimo, o notório, o alcançado em vida e póstumo. Mas, no caso do Nordeste em relação ao Brasil, o caminho mais fácil para alcançar o sucesso – como sinônimo de êxito zero, é, à primeira vista, o de seguir uma bússola às avessas, que aponte para o sul, que desnorteie para lá, que busque, com sua agulha magnética, o sucesso. Eis o sucesso provinciano – segundo Mário Quintana – “é o que vai para o Rio de Janeiro”. Porém sucesso, como resultado feliz, é algo que parte de dentro para fora. Carlos Pena Filho disse que “o acaso é Deus”. Eu diria, com idêntico propósito, que o sucesso é Deus. Logo, não há nenhuma fórmula para alcançá-lo e, caso exista, ela está contida nos conhecidos versos de Antônio Machado: “Caminhante, não há caminho, / se faz caminho ao andar”.

A aproximação de aspectos pertinentes ao empreendedorismo, como inovação, risco e sucesso, com as idéias emergentes nas ciências sociais que assumem o risco, o imprescindível e a desordem, numa perspectiva de mudança de paradigma, geram uma relação bem interessante entre a ideia de inovar: criar novas oportunidades diante do mercado, preencher lacunas nos bens de produção existentes, criando um novo nicho de mercado, causando, assim, como efeito eminente, o sucesso, que é definido pelo acerto em lacunas da sociedade que estavam precisando do produto e/ou serviço pertinente à inovação, sucedido pelo acúmulo de capitais, além do bem-estar entre o que o empreendedor procurava e o que o consumidor estava precisando.

Dentre esses dois elementos, a inovação e o sucesso, sempre se enfatiza o fator risco, que é definido pela força invisível que pode agir negativamente como ponte que une os dois processos demonstrados anteriormente. Ele está sempre incrustado entre eles e pode ser o

fator determinante para o avanço ou o retrocesso entre a inovação e o sucesso. Se bem calculado e colocado na dose certa e no momento certo, ele pode ajudar nas decisões e no desenvolvimento das novas ideias.

Entender o conceito de inovação e praticá-lo demanda tempo, dedicação e investimentos. O tema envolvente nos limiares da inovação é complexo, porém permite interpretações e adaptações. Inovar envolve uma série de competências tecnológicas, mercadológicas e gerenciais.

Como exemplo de incentivo por parte dos governos, é tido como a lei brasileira de inovação, que foi elaborada e implantada em 11 de outubro de 2005, no Palácio do Planalto, em Brasília/DF. O decreto que regula a Lei de Inovação Tecnológica foi assinado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva e, com isso, todos os mecanismos nela previstos entram em vigor. A lei havia sido sancionada em dezembro de 2004, após ser aprovada pelo Congresso Nacional, porém para ser implementada era preciso regulamentá-la antes.

Em seu artigo 1º, estabelece "medidas de incentivo à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, com vistas ao alcance da autonomia tecnológica e ao desenvolvimento industrial do país" (ANPEI, 2005). A nova lei está organizada em torno de três princípios: constituição de ambiente propício a parcerias estratégicas entre universidades, institutos tecnológicos e empresas, e estímulo à inovação na empresa; estímulo à participação de institutos de ciência e tecnologia no processo de inovação.

Na ótica de Sérgio Rezende, ministro brasileiro da Ciência e Tecnologia: "A Lei de Inovação vai facilitar a interação entre as universidades, instituições de pesquisa e o setor produtivo, estimulando o desenvolvimento de produtos e processos inovadores pelas empresas brasileiras, com grande impacto sobre a competitividade do país" (ANPEI, 2005). Ele destacou, entre os restantes mecanismos constantes na lei, o instrumento da subvenção, que prevê o aporte de recursos públicos, não reembolsáveis, diretamente às empresas, beneficiando, especialmente, as micro e pequenas empresas inovadoras.

O valor dessa subvenção será definido, anualmente, por meio de portaria interministerial e terá como fonte de recursos o Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT). Para aplicação desses recursos, o decreto regulamentar estabelece que deverão ser seguidas as prioridades definidas na Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE), embora não exclusivamente.

Além da subvenção, a lei estabelece os dispositivos legais para a incubação de empresas no espaço público e a possibilidade de compartilhamento de infraestrutura, equipamentos e recursos humanos, públicos e privados, para o desenvolvimento tecnológico e

a geração de produtos e processos inovadores. Também, cria regras claras para a participação do pesquisador público nos processos de inovação tecnológica desenvolvidos no setor produtivo.

Para dar início ao processo de debates democráticos para aprimoramento do texto legal, o Ministério das Ciências e Tecnologia (MCT) promoveu duas plenárias, em maio e em setembro de 2003, contando com a participação de diversas entidades representativas de setores relacionados ao tema da inovação. Vários outros fóruns e seminários se seguiram para aprofundar a discussão.

Observa-se que a forma apresentada é bastante restritiva, pois só é considerada inovação (tecnológica) a “introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços”.

Um grande número de inovações em ambientes produtivos não resulta necessariamente novos produtos, processos ou serviços, mas, sim, em melhoria dos existentes. Embora existam dezenas de definições do que seja inovação tecnológica, a mais adequada que vimos até hoje é a aplicação do conhecimento no desenvolvimento de novos produtos, processos e serviços, ou na melhoria desses, que gere valor social, econômico ou diferencial competitivo (LEITE, 2006, p. 32).

Segundo Leite (2006, p. 32), os principais conceitos da Lei de inovação são:

- a) agência de fomento: órgão ou instituição de natureza pública ou privada que tenha entre os seus objetivos o financiamento de ações que visem estimular e prover o desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da inovação;
- b) criação: invenção, modelo de utilidade, desenho industrial, programa de computador, tomográfica de circuito integrado, nova cultivar ou essencialmente dedicada de qualquer outro desenvolvimento tecnológico que acarrete ou possa acarretar o surgimento de novo produto, processo ou aperfeiçoamento obtido por um ou mais criadores;
- c) criador: pesquisador quer seja inventor, mantenedor ou autor de criação;
- d) inovação: introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços;
- e) instituição científica e tecnológica (ICT): órgão ou entidade da administração pública que tenha por missão institucional, dentre outras, executarem atividades de pesquisa básica ou aplicada de caráter científico ou tecnológico;
- f) núcleo de inovação tecnológica: núcleo ou órgão constituído por uma ou mais ICT com finalidade de gerir a sua política de inovação;
- g) instituição de apoio: instituições criadas sob o amparo da Lei 8968, de 20 de dezembro de 1994, com a finalidade de dar apoio a projetos de pesquisa, ensino e extensão e desenvolvimento institucional, científico e tecnológico;
- h) pesquisador público: ocupante de cargo efetivo militar ou emprego publico que realize pesquisa básica ou aplicada de caráter científico ou tecnológico;
- i) inventor independente: pessoa física, não ocupante de cargo efetivo, militar ou emprego público, que seja inventor, mantenedor ou autor de criação.

A inovação floresce em ambiente nos quais o empreendedor dissemina, entre seus colaboradores, reconhecer o poder das equipes pequenas, esquecer a presença de hierarquias e títulos, adotar visão de longo prazo, achar tempo para a comunicação pessoal, ser um líder na prática (capacidade de iniciativa) e celebrar o fracasso, caso esse se fizer presente (LEITE, 2006).

Com o apoio dos governos para a elaboração de projetos que visam à inovação dentro dos paradigmas da tecnologia digital, cabe aos empreendedores o pensamento de estabelecer idéias que visem ao bem-estar da sociedade, para assim, unir o pensamento idealizador e o empreendedor, com o incentivo do estado e a necessidade de sociedades mais carentes de tecnologia, para que consigam, juntos, unir as forças e criar cidadãos conectados com a informação, buscando e promovendo o desenvolvimento sustentável.

Então como funcionam e agem, em sua generalidade, o empreendedorismo e a inovação. É passado agora para alguns conceitos pertinentes ao estudo, os quais, juntos, farão parte da trama principal da dissertação.

5 INCLUSÃO DIGITAL

Desde o segundo quarto do século XIX, a civilização ocidental cria tecnologias na área de comunicação, para agilizar o contato entre as pessoas, com a finalidade de superar o espaço e o tempo. Como exemplo dessas transformações dá-se o telégrafo, de Samuel F. B. Morse, em 1836, e o telefone, de Alexander Graham Bell, em 1838.

Na segunda metade do século XX, convergindo interesses científicos e militares, foram feitos volumosos investimentos em pesquisa para agilizar o processamento, o gerenciamento e a automação de informações, o que deu origem ao computador e à Internet, que é a união entre a telecomunicação e a informática (telemática). Com essas transformações, está acontecendo uma significativa mudança na vida econômica, política, social e cultural do século XXI, pode-se afirmar que está sendo construída uma nova sociedade: a Sociedade da Informação (ARAÚJO, 2001).

Eis o entendimento de Rondelli (2003) acerca de inclusão social:

Entender que inclusão digital pressupõe outras formas de produção e circulação da informação e do saber diferentes destas mais tradicionais que nos acostumamos a frequentar. Portanto, há também um elemento importante de inovação no uso das tecnologias. Pois, na medida em que permitem que se estabeleçam relações descentralizadas e verticalizadas entre produtores e consumidores de informação e conhecimento, as mídias digitais possibilitam que ambos possam permutar suas funções e papéis sociais, ora como produtores, ora como consumidores dos processos e conteúdos que circulam na mídia digital. Por isso mesmo, processos de inclusão só ocorrem se a ampliação do acesso a qualquer uma das mídias existentes for acompanhada da inserção dos indivíduos em um universo cultural e intelectual mais rico que os motive a utilizá-las.

Quanto à universalização desse acesso à informação rápida dos dias atuais, a forma de proporcionar esse acesso pretende estar integrada às condições locais existentes, em termos de suas organizações, tanto quanto em seus referenciais culturais. Centros de produção, criação e compartilhamento cultural (e de acesso à rede), devem estar integrados a associações comunitárias, centros religiosos, igrejas etc. (LAZARTE, 2000, p. 48).

A inclusão digital é geralmente definida pela relação entre a porcentagem de pessoas com acesso ao computador e/ou a Internet versus o total da população. Para identificar as pessoas que, supostamente, estariam incluídas digitalmente, o critério geralmente utilizado é o número de computadores por domicílio com ou sem acesso a internet.

Essa metodologia pode ser controversa, pois, em países com número significativo de pontos de acesso coletivo, o número de pessoas que acessam a Internet por computador é muito maior que a média de acesso por domicílio. Também, tem-se como argumento o fato de

as famílias de classe média, normalmente, possuem mais de um computador em casa, diferentemente das famílias de classe econômica inferior, que, às vezes, nem mesmo possuem um único equipamento por domicílio. Daí se conclui que existiria um número bem maior de usuários por computador nas famílias mais pobres, em decorrência do menor número de usuários por computador nas mais ricas e de classe média.

O verdadeiro desafio é criar tecnologias, construir ferramentas que aprimorem e tornem os sistemas mais eficazes, não só para gerenciar informação, mas também para facilitar ao ser humano a transformação da informação em conhecimento e, conseqüentemente, em ação na sociedade (ARAUJO, 2001, p. 11-12).

A evolução tecnológica tem assumido no mundo e, em particular, no Brasil, um papel estratégico nos desenvolvimentos econômico, social e cultural. Diversos recursos têm sido empregados pelo Governo Federal, empresas e indústrias no sentido de modernizar e aperfeiçoar os processos produtivos e, por conseqüência, seus produtos finais.

Inclusão digital ou infoinclusão tende a permitir a inserção de todos na sociedade da informação. Também simplifica a sua rotina diária, maximiza o tempo e as suas potencialidades à democratização do acesso às tecnologias da informação. Um ser incluído digitalmente não é aquele que apenas utiliza essa nova linguagem, que é o mundo digital, mas aquele que usufrui desse nível de informação e informatização para melhorar as suas condições de vida.

O acesso à informação torna-se um fator-chave na luta contra a pobreza, a ignorância e a exclusão social. Por essa razão, não se pode deixar apenas nas mãos das forças do mercado o cuidado de regular o acesso aos conteúdos das “autovias da informação”. Pois são esses conteúdos que vão tornar-se o desafio fundamental do desenvolvimento humano nos âmbitos da sociedade da informação. O ciberespaço deve permitir a todos o acesso às informações e aos conhecimentos necessários para a educação e para o desenvolvimento de todos os homens (QUÉAU, 2001, p. 179).

Nesse sentido, uma pergunta ainda se levanta nessa equação da inclusão digital: o que está sendo acessado na rede? É para o fortalecimento da cidadania? Para a construção do conhecimento? Está realmente fomentando a sustentabilidade? Esses questionamentos serão o cume central desse estudo. Para Quéau (2001), existem três forças distintas para se obter a inclusão social (Figura 08).



Figura 08 – Gráfico da tríplex ação para se obter a inclusão social.
Fonte: Quéau (2001)

A inclusão digital está focada, também, para o desenvolvimento de tecnologias que ampliem a acessibilidade para usuários com deficiência física ou mental e, ainda, como estratégias estão projetos e ações que facilitam o acesso de pessoas de baixa renda às tecnologias de informação e comunicação.

A inclusão digital está inserida no movimento social, um dos grandes objetivos compartilhados por diversos governos ao redor do mundo nas últimas décadas. Dessa forma, toda a sociedade pode ter acesso a informações disponíveis na Internet e, assim, produzir e disseminar conhecimento.

Com os esforços de inclusão digital, outros públicos também compõem o alvo de seu trabalho: idosos, pessoas com deficiência, população de zonas de difícil acesso, etc. A ideia é que a tecnologia da Informação veio para melhorar o modo de vida atual. No futuro, provavelmente, quem não estiver incluído digitalmente viverá sob uma limitação social importante, perdendo inclusive direitos garantidos à cidadania. Aliada a isso, existe a necessidade do acesso pleno à educação.

Segundo Lévy (2000):

O ciberespaço, interconexão dos computadores do planeta, tende a tornar-se a principal infra-estrutura de produção, transação e gerenciamentos econômicos. Será em breve o principal equipamento coletivo internacional da memória, pensamento e comunicação. Em resumo, em algumas dezenas de anos, o ciberespaço, suas comunidades virtuais, suas reservas de imagens, suas simulações interativas, sua irresistível proliferação de textos e de signos, será o mediador essencial da inteligência coletiva da humanidade. Com esse novo suporte de informação e de

comunicação emergem gêneros de conhecimentos inusitados, critérios de avaliação inéditos para orientar o saber, novos atores na produção e tratamento dos conhecimentos. Qualquer política de educação terá que levar isso em conta.

E prossegue:

Novas maneiras de pensar e de conviver estão sendo elaboradas no mundo das telecomunicações e da informação. As relações entre os homens, o trabalho, a própria inteligência depende, na verdade, da metamorfose incessante de dispositivos informacionais de todos os tipos. Escrita, leitura, visão, audição, criação, aprendizagem, são capturadas por uma informática cada vez mais avançada. Não se pode mais conceber a pesquisa científica sem uma aparelhagem complexa que redistribui as antigas divisões entre experiência e teoria. Emerge, neste final de século XX, um conhecimento por simulação que os epistemologistas ainda não inventariaram (LEVY, 1999).

É necessário e preciso criar conteúdos que facilitem o acesso à informação para o cidadão de baixa renda. Dentre os setores que podem contribuir de forma mais expressiva, têm-se os de saúde, educação e o de seguridade social. É imprescindível o incentivo à implementação de pontos de acesso público à Internet: quiosques, telecentros, cybercafés, cabines públicas, bibliotecas públicas, redes metropolitanas, sem fio, etc.

É obtido, na figura 09, segundo o Comitê Gestor da Internet Brasileira (CGI.br), o número de domicílios com computador e com internet por região brasileira, denotando as diferenças existentes entre os espaços brasileiros.

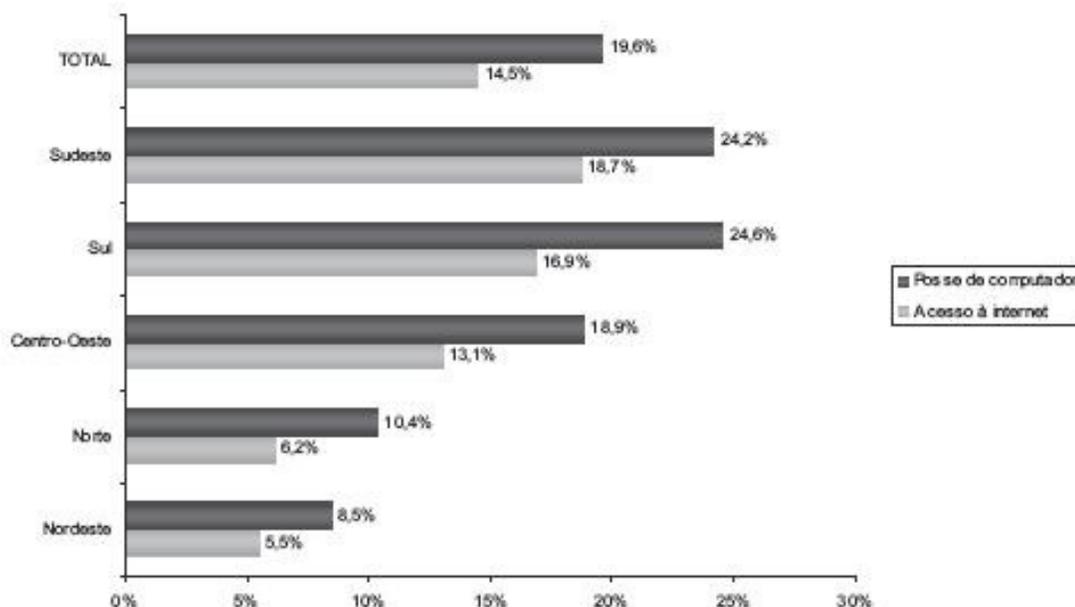


Figura 09 – Proporção de domicílios com computador e internet por região, base: 10.510 domicílios entrevistados.

Fonte: Comitê Gestor da Internet Brasileira (2006)

É necessário acordar e cobrar das autoridades públicas a busca contínua da diminuição das desigualdades sociais e culturais dos cidadãos, na forma de tentativa da universalização da educação, com investimentos expressivos em informação e na capacitação de professores, defendendo a conscientização da importância em termos financeiros e de desenvolvimento, pois cidadãos mais preparados, sem dúvida, produzirão mais e gerarão mais renda.

A internet é uma das tecnologias mais revolucionárias nos dias atuais e por isso merece ser enfocada como objeto de pesquisa e estudo, principalmente na área educacional, sob o ponto de vista do ensino presencial, bem como no campo do ensino a distância, uma vez que as comunidades virtuais se tornam espaços onde existem o desenvolvimento do espírito de autonomia e cooperação, princípios básicos para a disseminação do coletivismo do conhecimento. É necessário o reconhecimento de sua importância tanto na integração do indivíduo, quanto na construção do conhecimento.

Com isso, define-se a inclusão social como o aspecto relevante para o desenvolvimento sustentável. Faz-se mister mostrar como esse mecanismo é praticado pelos empreendimentos de Lan-Houses. É importante ter um breve histórico de como está distribuído o acesso à internet, para, com isso, conseguirmos situar-nos de quão importante são as grandes redes e como se pode usá-las em favor da sustentabilidade.

Conforme matéria exibida no site UOL (2008), segundo dados divulgados pela empresa de pesquisa ComScore, o número de pessoas que navegam na web chegou à marca de 824 milhões em janeiro de 2008, o que representa um crescimento de 10,4% com relação ao mesmo período do ano anterior.

Para grande parte dos usuários, a rede é uma fonte de notícias, e as três maiores marcas globais que se destacam no universo online são Google, Yahoo e Baidu, um site de buscas chinês. Um dado interessante mostrado na pesquisa é que a internet deixou de ser uma mídia centrada nos Estados Unidos para se transformar em global. Afinal, atualmente, 21% das pessoas que acessam a web são dos EUA, sendo que esse número chegava a 66% em 1996. Ainda, de acordo com o estudo, o número de pessoas que frequentam sites de relacionamento, como Orkut, MySpace, Facebook e LinkedIn, chegou a 530 milhões em um ano, o que corresponde a um crescimento de 34%. Os números se tornam ainda mais impressionantes, quando a ComScore afirma que esses sites atraem mais de 100 milhões de visitas por mês e que, de cada três pessoas que acessam a internet, duas navegam em redes sociais, com destaque para o YouTube, que atraiu mais de 250 milhões de usuários globais em janeiro (UOL, 2008).

Em relação às regiões mundiais com maior número de pessoas conectadas à internet, a Ásia/Pacífico ficou em primeiro lugar, com 308,8 milhões, um crescimento de 13,9%. A Europa, com 232,8 milhões, ficou com a segunda colocação, seguida da América do Norte (183,8 milhões), da América Latina (59 milhões) e do Oriente Médio e África, ambos com 39,9 milhões. O maior crescimento de internautas ocorreu no Oriente Médio e África, totalizando 20,2%. A América Latina ficou com a segunda posição, com 16,6%. (UOL,2008)

5.1 Exclusão digital

Para compreender, verdadeiramente, o conceito de inclusão digital, deve-se ter em mente o que significa a sua retórica, o que se define como o processo contrário ao de inclusão digital. Neste capítulo, explica-se o que vem a ser a exclusão digital, seus conceitos e paradigmas.

Como conceito, a inclusão digital é um conjunto de projetos que visam a diminuir a exclusão digital por meio de soluções de negócios que visam e pretendem dar acesso aos serviços digitais e à possibilidade de conexão para populações de regiões em desenvolvimento que não os possuem.

Assumpção e Mori (2006) definem exclusão digital:

A chamada “exclusão digital” apresenta-se como uma nova face das desigualdades sociais, sendo a realidade, em todo o mundo, dos bilhões de pessoas que não possuem acesso às tecnologias digitais de informação e comunicação. Isso diz respeito não somente à ausência de infra-estrutura, mas também a cada fator limitante do uso das tecnologias; sejam barreiras lingüísticas, sociais, econômicas, políticas, culturais ou cognitivas diante das interfaces tecnológicas disponíveis.

A impossibilidade do acesso à internet, devido a quaisquer limitações e/ou por fatores combinados, determinada pelo novo entrave das desigualdades e talvez até mais profundo que isso, acaba por acentuá-las à medida que, cada vez mais, a estratificação social e o acúmulo de riqueza dão-se muito próximo da função da capacidade de acessar e difundir o conhecimento.

Essa compreensão tem feito da inclusão digital – entendida como o processo de mudança desse novo quadro de “exclusão” – venha tornando-se o tema central dos governantes de diversos países, organizações internacionais, organizações civis, movimentos sociais, como aspecto importante e decisivo na promoção do desenvolvimento econômico e humano de nações, regiões ou até de comunidades.

O acesso cotidiano aos computadores e à internet, juntado ao domínio das habilidades relacionadas às tecnologias de informação e comunicação, cada dia mais são requisitados e se

tornam indispensáveis como responsáveis para a participação social, fortalecimento da economia, empregabilidade e para oportunidades econômicas. Afinal, os principais meios de interpretar, adquirir, produzir, expressar e organizar o conhecimento, colocando-o a serviço de interesses e necessidades, são princípios fundamentais como justiça social, igualdade de oportunidades e a própria democracia, passando a ser influenciados pelo acesso às tecnologias de informação e comunicação (ASSUMPÇÃO; MORI, 2008).

Diante desses fatores, determina-se a exclusão social como o efeito ou o processo no qual o uso de tecnologias e acesso à internet são nulos ou precários. Esse processo se reverte diante de programas sociais públicos e privados que visem à reversão total ou parcial desse estado, transformando a realidade em beneficiamento do processo de inclusão digital, como explicado no item acima.

É preciso fiscalização da sociedade para obter realmente o sucesso de programas desse nível, pois é necessário difundir o conhecimento que será gerado pelo seu fácil acesso. É interessante que diversos níveis da sociedade e todas as classes se unam em prol do único objetivo dessa difusão.

Segundo pesquisa realizada pelo CGI.br, é visível a diferença entre faixa etária, renda familiar, grau de instrução e classe social (Figura 10). No que denota o uso da internet no país, fica evidente que as classes menos favorecidas, com renda familiar baixa e com grau de instrução menor, consequentemente estão mais afastadas do acesso.

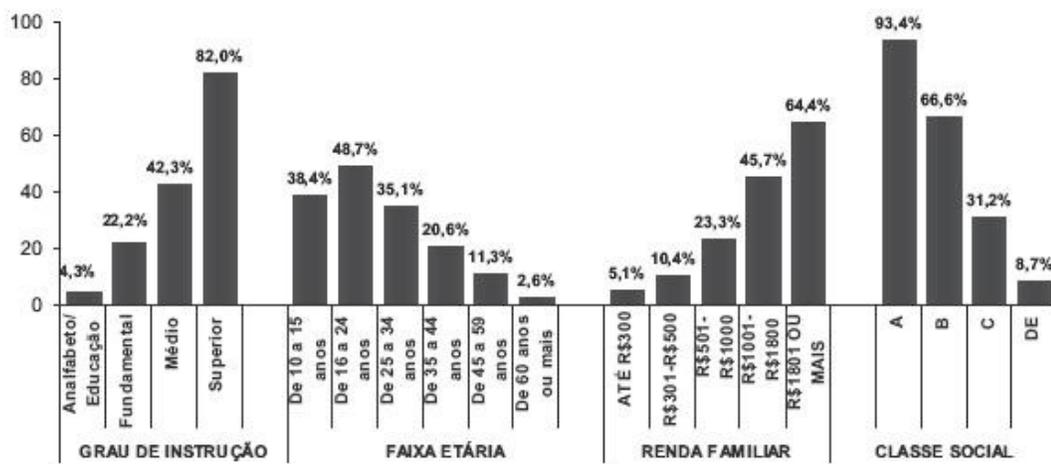


Figura 10 – Perfil do usuário de internet no Brasil, base: 2.924 entrevistados que usam a internet nos últimos três meses.

Fonte Comitê Gestor da Internet Brasileira (2005)

Morin (2008, p.112) define a interdisciplinaridade como:

Esses poucos exemplos, apressados, fragmentados, pulverizados, dispersos, têm como propósito insistir na espantosa variedade de circunstâncias que fazem progredir as ciências, quando rompem o isolamento entre disciplinas: seja pela circulação de conceitos ou de esquemas cognitivos, seja pelas invasões e interferências, seja pelas complexificações de disciplinas em áreas policompetentes, seja pela emergência de novos esquemas cognitivos e novas hipóteses explicativas, e seja, enfim, pela constituição de concepções organizadoras que permitam articular os domínios disciplinares em um sistema teórico comum.

5.2 A inclusão digital no Brasil

Assumpção e Mori (2006) informam que o Programa de Inclusão Digital do Governo Federal levou em consideração estas premissas, ao estipular seus objetivos de:

- a) estimular uma política pública de inclusão digital;
- b) ampliar significativamente a proporção de cidadãos, sobretudo os de classe C, D e E, com acesso às tecnologias da informação e comunicação;
- c) integrar e coordenar as iniciativas de inclusão digital realizadas pela administração federal;
- d) induzir e fomentar a implementação de espaços públicos de acesso comunitário por governos municipais, estaduais, iniciativa privada e sociedade civil;
- e) realizar estas ações priorizando o uso de software livre.

Essas diretrizes significaram um grande avanço nos últimos três anos e meio e foram contempladas no Comitê Técnico de Inclusão Digital (órgão composto por mais de quarenta representantes de iniciativas governamentais ligadas ao tema e em compasso com a sociedade civil organizada) pelas Oficinas para a Inclusão Digital, realizadas desde 2001, em diferentes capitais brasileiras anualmente.

Esses eventos buscam proporcionar o debate e integrar as melhores visões e práticas acerca do assunto da inclusão digital, com a participação de diversos representantes de organizações não governamentais, parlamentares, profissionais, acadêmicos e estudantes, entidades comunitárias e da sociedade civil organizada, coordenadores de projetos de inclusão digital, administradores públicos, autoridades, legisladores, juristas e gestores vinculados ao assunto de inclusão digital.

Mas, entre o consenso do discurso e sua aplicação prática, um longo caminho vem sendo percorrido no dia a dia de cada iniciativa. Não somente os programas apoiados ou executados pelos mais diversos órgãos do governo federal como também iniciativas de outras esferas de governo, da sociedade civil e da iniciativa privada têm sido influenciados pelas

diretrizes estabelecidas e contribuído para seu constante debate (ASSUMPCÃO; MORI, 2006).

No âmbito local, a principal dificuldade é promover os desenvolvimentos cultural, econômico, social, tecnológico e político local por meio das ações de inclusão digital. É fundamental, nesse processo, a articulação e a integração da iniciativa às demandas locais e a outras políticas públicas além do envolvimento das comunidades no processo de gestão. Segundo o Portal do Governo Federal Brasileiro sobre inclusão digital, o Governo tem um plano de financiamento especial denominado *Computador para Todos*:

[...] O Brasil vem buscando desenvolver ações diversas, visando a inclusão digital como parte da visão de sociedade inclusiva. Desde que entrou em prática, no final de novembro de 2005, o projeto de inclusão digital do governo federal, Computador para Todos – Projeto Cidadão Conectado, registrou mais de 19 mil máquinas financiadas até meados de janeiro.

Pouco menos de 2% da meta do programa, se levarmos em conta apenas os dados de financiamento, que é vender um milhão de máquinas para consumidores com renda entre três e sete salários mínimos nos próximos 12 meses. Os dados de financiamento são da Caixa Econômica Federal, que financiou 1.181 equipamentos. O Magazine Luiza, único varejista que obteve uma linha de crédito do BNDES, parcelou 18.186 computadores.

O Brasil conta com um recurso total de 250 milhões de reais, provenientes do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT). O financiamento do Computador para Todos pode ser feito pelo Banco do Brasil e pela Caixa Econômica Federal, além de redes varejistas, que têm se cadastrado junto a uma linha especial de crédito do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

5.3 Projetos de inclusão digital no município de Ipojuca

Como forma de promoção de inclusão digital por iniciativa privada, a faculdade particular de Ipojuca (FAJOLCA) mantém um projeto de aprendizagem em informática para pessoas de baixa renda. Para promover a inclusão digital e integrar a faculdade com a comunidade, promovem-se cursos de informática abertos para as comunidades interna e externa. Os cursos têm oferta com preços acessíveis, na busca de permitir o acesso de todas as pessoas interessadas em aprender e aperfeiçoar conhecimentos na área.

Já, segundo o portal do porto de Suape, o município de Ipojuca tem:

Mais de 230 jovens já foram treinados através do Projeto Suape para Todos. Até o final do ano deverão ser 500 formados. O Complexo de Suape formou, no mês de agosto de 2008, mais uma turma no Curso de Inclusão Digital do Centro de Treinamento do Complexo. Ao todo, 40 alunos do projeto receberam os seus certificados. Mais de 230 jovens já participaram do projeto. O curso é um convênio com a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e conta ainda com os apoios do Banco Real e do Governo do Estado de Pernambuco.

A idéia do curso é promover a inclusão social e a econômica dos moradores do entorno, realizar um crescimento equilibrado, para que as pessoas tenham oportunidade nas empresas que estão chegando ao complexo petroquímico e industrial. Até o final de 2008, o curso de Inclusão Digital formará mais 500 alunos, atendendo às 27 comunidades vizinhas ao Complexo. Esse curso de Inclusão Digital faz parte do Projeto Suape para Todos, uma parceria do Serviço de Assistência Social de Suape com o SENAC, SESI, SEBRAE, SESC, Prefeituras Municipais de Ipojuca e do Cabo de Santo Agostinho, secretarias do Governo Estadual e associações dos moradores do Complexo de Suape.

Ao longo dos últimos três anos, o projeto já atendeu a mais de dois mil jovens e adultos, com cursos profissionalizantes, aulas voltadas para o ensino fundamental e médio, além do programa de Educação de Jovens e Adultos (EJA). A meta é atingir mais 1.900 alunos nos próximos dois anos.

Dessa maneira, pode-se observar iniciativas públicas e privadas para a promoção da inclusão social e da digital. Dentro desse contexto, o empreendimento das Lan-Houses em Ipojuca poderia beneficiar-se desses projetos, fomentando parcerias para treinamento e qualificação dessa população que pretende estar incluída digitalmente, gerando ainda mais emprego e renda para o local e, ainda, desenvolvendo a idéia de sustentabilidade.

6 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Como surgimento do termo “desenvolvimento sustentável”, a data marco dos estudos da Organização das Nações Unidas sobre as mudanças climáticas, tem uma análise proposta para a humanidade perante a crise social e ambiental pela qual o mundo estava passando a partir de meados dos anos 1970. Na Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), também conhecida como Comissão de Brundtland, presidida pela norueguesa Gro Haalen Brundtland, foi elaborado um relatório que ficou conhecido como “Nosso Futuro Comum”, do inglês "Our Common Future" (BRUNDTLAND, 1991).

Tal relatório contém informações levantadas pela comissão ao longo de três anos de pesquisa e análise, destacando-se as questões sociais, principalmente no que se referem ao uso da terra, sua ocupação, suprimento de água, abrigo e serviços sociais, educativos e sanitários, além de administração do crescimento urbano. Nesse documento, está exposta uma das definições mais divulgadas e estudadas do conceito: “o desenvolvimento sustentável é aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer as possibilidades das gerações futuras atenderem suas próprias necessidades” (VEIGA, 2005).

O relatório de Brundtland considera que a pobreza generalizada não é mais inevitável e que o desenvolvimento de uma cidade deve privilegiar o atendimento às necessidades básicas de todos e oferecer oportunidades de melhora de qualidade de vida para a população. Um dos principais conceitos debatidos pelo relatório foi o de “equidade”, como premissa para que haja a participação efetiva da sociedade na tomada de decisões, através de processos democráticos, para o desenvolvimento (ACSELRAD; LEROY, 1999).

No relatório é escrito:

Se o desenvolvimento econômico aumenta a vulnerabilidade às crises, ele é insustentável. Uma seca pode obrigar os agricultores a sacrificarem animais que seriam necessários para manter a produção nos anos seguintes. Uma queda nos preços pode levar os agricultores e outros produtores a explorarem excessivamente os recursos naturais, a fim de manter rendas. Mas pode-se reduzir a vulnerabilidade, usando tecnologias que diminuam os riscos de produção, dando preferência a opções institucionais que reduzam flutuações de mercado e acumulando reservas, sobretudo de alimentos e divisas.... Mas não basta ampliar a gama das variáveis econômicas a serem consideradas. Para haver sustentabilidade, é preciso uma visão das necessidades e do bem-estar humano que incorpora variáveis não-econômicas como educação e saúde, água e ar puros e a proteção das belezas naturais. Também, é preciso eliminar as limitações dos grupos menos favorecidos, muitos dos quais vivem em áreas ecologicamente vulneráveis (BRUNDTLAND, 1991, p. 57).

O documento ainda ressaltou, em relação às questões urbanas, a necessidade de descentralização das aplicações de recursos financeiros e humanos e a necessidade do poder político favorecer as cidades em sua escala local. No tocante aos recursos naturais, avaliou a capacidade da biosfera de absorver os efeitos causados pela atividade humana e afirmou que a pobreza já pode ser considerada um problema ambiental e um tópico fundamental para a busca da sustentabilidade.

O conceito de desenvolvimento sustentável foi firmado na Agenda 21, documento desenvolvido na Conferência Rio 92, e incorporado em outras agendas mundiais de desenvolvimento e de direitos humanos (CANEPA, 2007).

O referido preconiza que várias medidas devem ser executadas pelos poderes públicos em geral:

- a) limitação do crescimento da população em geral;
- b) garantias de alimentação em longo prazo;
- c) preservação da biodiversidade e dos ecossistemas;
- d) diminuição do consumo de energia e desenvolvimento de novas tecnologias que admitam o uso de fontes energéticas renováveis;
- e) aumento da produção industrial nos países não industrializados à base de tecnologias ecologicamente adaptadas;
- f) controle da urbanização selvagem e integração entre o campo e cidades menores;
- g) satisfação das necessidades básicas;
- h) as organizações que comandam o desenvolvimento devem adotar estratégias de desenvolvimento sustentável;
- i) a comunidade internacional deve proteger os ecossistemas supranacionais como a Antártica, os oceanos, o espaço, etc.;
- j) guerras devem ser banidas;
- k) a ONU deve implantar um programa de desenvolvimento sustentável.

Brundtland ainda define o nível mínimo de consumo, partindo das necessidades básicas. No entanto, não é tão saliente quanto à discussão sobre o nível máximo de consumo e de uso de recursos não renováveis, energia, dentre outros. O documento deixa evidente a necessidade de crescimento tanto nos países não desenvolvidos quanto nos países desenvolvidos, mas, para isso, propõe que a superação do subdesenvolvimento só é possível com o crescimento contínuo dos países industrializados. Com essa posição, os interesses econômicos dos países industrializados e em desenvolvimento não são afetados, por isso o relatório recebeu amplo apoio político dos países ricos (BRUNDTLAND, 1991).

A conclusão geral que surge dessas considerações é que a hipótese de generalização, no conjunto do sistema capitalista, das formas de consumo que prevalecem atualmente nos países cênicos, não tem cabimento dentro das possibilidades evolutivas aparentes desse sistema. Assim, é essa a razão fundamental pela qual uma ruptura cataclísmica, num horizonte previsível, carece de fundamento.

A prova definitiva de que o desenvolvimento econômico – a ideia de que os povos pobres podem, algum dia, desfrutar das formas de vida dos atuais povos ricos – é simplesmente irrealizável. Sabe-se, agora, de forma irrefutável, que as economias da periferia nunca serão desenvolvidas (FURTADO, 1974, p. 75).

Também chamou a atenção do mundo sobre a necessidade de alcançar novas formas de desenvolvimento econômico, sem a exaustão dos recursos naturais e sem grandes danos ao meio ambiente, mesmo sendo um conceito questionável pelo principal motivo de não definir quais as necessidades do presente nem quais serão as do futuro.

Além disso, definiu três princípios básicos a serem cumpridos: desenvolvimento econômico, proteção ambiental e equidade social. Todavia, o referido relatório foi amplamente criticado por apresentar como causa da situação de insustentabilidade do planeta, principalmente, o descontrole populacional e a miséria dos países subdesenvolvidos, colocando somente como um fator secundário a poluição ocasionada nos últimos anos pelos países desenvolvidos.

Os aspectos abordados pelo texto não são novos. Em meados dos anos 70, Furtado (1974, p. 16) já defendia:

A literatura sobre desenvolvimento econômico do último quarto de século se funda na idéia que se dá por evidente, segundo a qual o desenvolvimento econômico, tal qual vem sendo praticado pelos países que lideraram a revolução industrial, pode ser universalizado. Mais precisamente: pretende-se que os standards de consumo da minoria da humanidade, que atualmente vive nos países altamente industrializados, é acessível às grandes massas de população em rápida expansão que formam o chamado terceiro mundo. Essa idéia constitui, seguramente, uma prolongação do mito do progresso, elemento essencial na ideologia diretora da revolução burguesa, dentro da qual se criou a atual sociedade industrial. Esta pretensão é impossível de ser realizada, primeiramente porque não existem recursos naturais suficientes para suportar tamanha intensidade e velocidade de produção e poluição, degradação e absorção dos detritos decorrentes da mesma. Em segundo lugar, porque este acúmulo de bens materiais realizado só foi possível com a equivalente distribuição da miséria para a grande massa da população.

Para a CMMAD (1988, 1991), os objetivos que derivam do conceito de desenvolvimento sustentável estão relacionados com o processo de crescimento da cidade e objetiva a conservação do uso racional dos recursos naturais incorporados às atividades produtivas. Entre esses objetivos estão:

- a) crescimento renovável;
- b) mudança de qualidade do crescimento;
- c) a satisfação das necessidades essenciais por emprego, água, energia, alimento e saneamento básico;
- d) garantia de um nível sustentável da população;
- e) conservação e proteção da base de recursos;
- f) reorientação da tecnologia e do gerenciamento de risco;
- g) reorientação das relações econômicas internacionais.

O III Relatório do Clube de Roma (1976) afirma que “muito antes de esgotarmos os limites físicos do nosso planeta ocorrerão graves convulsões sociais provocadas pelo grande desnível existente entre a renda dos países ricos e dos países pobres”. Já, em 1986, a Conferência de Ottawa (Carta de Ottawa, 1986) estabelece cinco requisitos para se alcançar o desenvolvimento sustentável (CAMARGO; CAPOBIANCO; PUPPIM, 2004):

- a) integração da conservação e do desenvolvimento;
- b) satisfação das necessidades básicas humanas;
- c) alcance de equidade e justiça social;
- d) provisão da autodeterminação social e da diversidade cultural;
- e) manutenção da integração ecológica.

Durante a Rio 92, a II Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Humano, realizada em 1992, na cidade do Rio de Janeiro, no Brasil, teve como abordagem principal o desenvolvimento sustentável e, também, como a degradação ambiental pode ser desfeita.

Com a presença de 117 governantes de países, a conferência foi a maior reunião de chefes de Estado da história da humanidade, que, tentando buscar soluções para o desenvolvimento sustentável das populações mais carentes do planeta, uniram-se para debater e colocar em prática as posições e medidas de emergência para “salvar o planeta” (CAMARGO; CAPOBIANCO; PUPPIM, 2004).

A Agenda 21 foi um programa de ação documentado em 40 capítulos. Corresponde a uma tentativa realizada com o intuito de promover, em escala mundial, um novo padrão de desenvolvimento, conciliando métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica. Trata-se de um documento consensual para o qual contribuíram governos e instituições da sociedade civil dos 179 países participantes num processo preparatório que durou dois anos.

A comunidade internacional, durante a Rio 92, acordou a aprovação de um documento contendo compromissos para mudança do padrão de desenvolvimento no próximo século, denominando-o Agenda 21. Resgatava, assim, o termo “Agenda” no seu sentido de intenções, desígnio, desejo de mudanças para um modelo de civilização em que predomine o equilíbrio ambiental e a justiça social entre as nações. Mais do que um documento, a Agenda 21 é um processo de planejamento participativo que analisa a situação de alguns países e planeja o futuro de forma sustentável (CAMARGO; CAPOBIANCO; PUPPIM, 2004).

Já a “Carta da Terra” traz importantes ressalvas sobre o meio ambiente e foi retificada pela UNESCO e aprovada pela ONU em 2002:

Estamos diante de um momento crítico na história da Terra, numa época em que a humanidade deve escolher seu futuro. À medida que o mundo torna-se cada vez mais interdependente e frágil, o futuro enfrenta, ao mesmo tempo, grandes perigos e grandes promessas. Para seguir adiante, devemos reconhecer que, no meio de uma magnífica diversidade de culturas e formas de vida, somos uma família humana e uma comunidade terrestre com um destino comum. Devemos somar forças para gerar uma sociedade sustentável global baseada no respeito pela natureza, nos direitos humanos universais, na justiça econômica e numa cultura da paz. Para chegar a este propósito, é imperativo que nós, os povos da Terra, declaremos nossa responsabilidade uns para com os outros, com a grande comunidade da vida, e com as futuras gerações (CARTA DA TERRA, 2002).

Durante a conferência de Johannesburgo, na África do Sul, realizada em agosto e setembro de 2002, a cúpula mundial sobre desenvolvimento sustentável reuniu-se novamente para avaliar a evolução dos acordos e decisões que resultaram da conferência de 1992. Não há dúvidas quanto à sua importância como um momento de reflexão sobre os avanços e entraves verificados na última década, para a implementação das ações necessárias a tornar realidade o desenvolvimento sustentável. No entanto, para que essa reflexão seja possível e eficaz, dentro e fora de encontros dessa magnitude, é imprescindível que os países integrantes da ONU façam seus balanços nacionais, colaborando, de forma ativa, para a avaliação mundial (CAMARGO; CAPOBIANCO; PUPPIM, 2004).

Camargo (2003) faz um retrospecto sobre os dez anos que se passaram entre a Conferência do Rio e a da África do Sul e destaca que muitas foram as frustrações quanto às perspectivas positivas da Rio 92, mas o que avançou foi o reconhecimento do desenvolvimento sustentável, como uma possível e aceitável solução para os problemas ambientais e sociais enfrentados pelo mundo.

É importante salientar, nesse retrospecto histórico, que a sociedade está, a cada dia, mais preocupada com a saúde do planeta. Essas conferências e reuniões são cada vez mais importantes e visíveis no mundo social, acadêmico e científico, com atitudes globais que chegam ao efetivo desenvolvimento sustentável, unindo forças e recursos de países ricos e pobres, com sociedades desenvolvidas e subdesenvolvidas, unindo-se para o bem comum e global. Johannesburgo foi denominada a RIO+10, e especulações já tomam conta do meio interessado para o foco da RIO+20, que será realizada 20 anos após a sua inicial, a realizar-se em 2012.

É preciso que as ações sejam efetivadas e cobradas perante o poder público. A sociedade deve manter-se atenta a essas questões e fiscalizar, de modo efetivo, esses manifestos. Assim, poderemos usufruir de nossos recursos naturais de forma racional e contida por tempo indeterminado.

Segundo Coelho (1997 apud JESUS, 2006, p. 26), o desenvolvimento sustentável pode ser definido como:

Um plano de ação coordenado, descentralizado e focalizado, destinado a ativar e melhorar – de maneira sustentável – as condições de vida dos habitantes de uma localidade, e no qual o desenvolvimento estimula a ampla participação de todos os atores relevantes.

Tendo em vista que o desenvolvimento devidamente sustentável é uma ferramenta de melhoria das condições de vida de uma determinada localidade, é necessário levar em consideração aspectos que tornem o uso de recursos naturais uma visão de totalidade e de durabilidade, em que se possa gerar a sustentabilidade desse recurso. Assim, pode-se usufruir do benefício gerado por essa fonte de uso, durante um período que possa viabilizar a sua renovação, gerando, assim, a denominada sustentabilidade.

No entendimento de Silva (2007, p. 40):

Para que possa empreender o desenvolvimento sustentável, deve-se, acima de tudo, estabelecer um planejamento abrangente, global e sistêmico, o que implica o aprofundamento de estudos relativamente aos diferentes aspectos que o termo sustentabilidade comporta, a saber: sustentabilidade social, sustentabilidade econômica, sustentabilidade ecológica, sustentabilidade geográfica e sustentabilidade cultural.

Há um conceito, em uma afirmativa, de que, para se compreender a sustentabilidade, deve-se associá-la à interdisciplinaridade, ou seja, a sustentabilidade deve ser entendida em um contexto comparado por diversos pontos de vista, diversas óticas diferentes em um aspecto amplo e geral. A obtenção de uma visão sistêmica do processo em si seria traduzida em um estudo global, interagindo em diversas camadas da sociedade e em diversas formas do saber. Com isso, se atinge o entendimento geral e chegaria ao desenvolvimento sustentável.

Já para Canepa (2007):

O desenvolvimento sustentável caracteriza-se, portanto, não como um estado fixo de harmonia, mas sim como um processo de mudanças, no qual se compatibiliza a exploração de recursos, o gerenciamento de investimento tecnológico e as mudanças institucionais com o presente e o futuro.

O desenvolvimento sustentável é um processo de aprendizagem social de longo prazo, direcionado por políticas públicas orientadas por um plano de desenvolvimento nacional. Assim, a pluralidade de atores sociais e interesses presentes na sociedade colocam-se como

um entrave para as políticas públicas para o desenvolvimento sustentável (BEZERRA; BURSZTYN, 2000).

Veiga (2005) defende que a base do desenvolvimento sustentável é uma utopia para o século XXI. Apesar de afirmar a necessidade de se criar um novo paradigma científico que seja passivo de substituir os paradigmas da atual “globalização”, o desenvolvimento sustentável é considerado uma dessecação de um enigma ainda em processo de resolução.

Já Satterthwaite (2004) afirma que a solução para as necessidades humanas nas cidades com o mínimo ou nenhuma transferência dos custos da produção, consumo ou lixo para outras pessoas ou ecossistemas, hoje e no futuro, é a sustentabilidade.

Atender às necessidades do presente, sem comprometer as gerações futuras, e conseguir, ao mesmo tempo, satisfazer as necessidades do presente, ciente dos prejuízos causados ao meio ambiente pelo desenvolvimento econômico atual como também buscar conciliar a continuação do processo de desenvolvimento da sociedade com a manutenção do equilíbrio ambiental global são as premissas primordiais para o entendimento da sustentabilidade como mecanismo para perpetuar os recursos naturais e escassos em nosso planeta.

No âmbito empresarial, pode-se definir como empresa sustentável aquela que atende às expectativas financeiras de seus acionistas e diretores e, ao mesmo tempo, tem uma atitude socialmente responsável perante a sociedade; por fim, tem medidas não agressivas ao meio ambiente. Com isso, os assuntos responsabilidade social, ética empresarial e desenvolvimento sustentável podem e devem estar intrinsecamente ligados, pois é através da responsabilidade social que se tem o mecanismo primordial para promover o desenvolvimento sustentável e que, conseqüentemente, a responsabilidade social tem como base a ética empresarial para a sua real relevância nas estruturas organizacionais das empresas.

Ilustrativamente, o desenvolvimento sustentável tende a ser o universo correlato de três fatores básicos (Figura 11): o desenvolvimento econômico, o desenvolvimento social e o da preservação ambiental. Nas associações desses três fatores, são criados os subfatores: justiça socioambiental, inclusão social e ecoeficiência. Por fim, à intersecção de fatores e subfatores, tem-se nitidamente o desenvolvimento sustentável esperado.

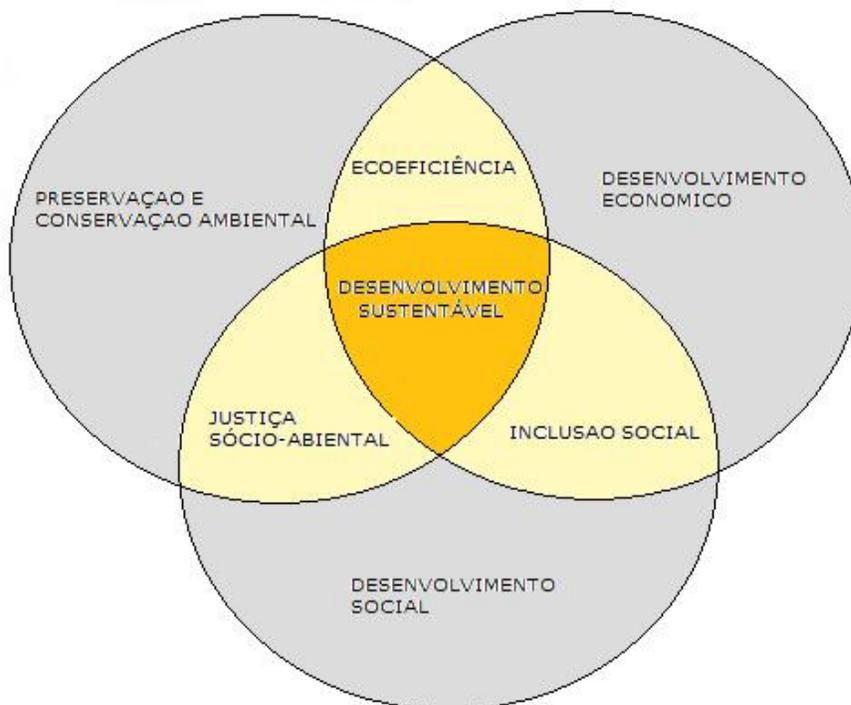


Figura 11 – Fatores e subfatores que, relacionados, formam o desenvolvimento sustentável.
Fonte: O Autor

Tem-se, como definições dos enfoques mencionados acima:

- a) desenvolvimento social: consiste, segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), no processo pelo qual se desenvolve o fator humano na sociedade;
- b) desenvolvimento econômico: consiste em um processo de enriquecimento dos países, assim como de seus habitantes, na acumulação de ativos individuais ou públicos, e também de um crescimento da produção nacional e pela remuneração recebida pelos que participam da atividade econômica;
- c) preservação e conservação ambiental: ações que garantem a manutenção das características próprias de um ambiente e as interações entre os seus componentes;
- d) inclusão social: consiste em oferecer aos mais necessitados oportunidades de participarem da distribuição de renda do País, dentro de um sistema que beneficie a todos e não somente uma camada da sociedade;
- e) justiça socioambiental: consiste no aparato legal para se promover a justiça social e ambiental nas camadas da sociedade;

f) ecoeficiência: a ecoeficiência pode ser obtida através da união entre o fornecimento de bens e serviços qualificados a preços competitivos que satisfaçam as necessidades humanas e a redução do impacto ambiental e de consumo de recursos naturais;

g) desenvolvimento sustentável: consiste, dentre tantos conceitos evidenciados nesse trabalho, na obtenção de modo a validar um sustendo dos recursos naturais de forma racional e pensando na renovação.

6.1 A tecnologia usada como instrumento de desenvolvimento sustentável

Com o atual crescimento econômico, têm ocorrido grandes mudanças nos âmbitos econômico, social, filosófico, nos paradigmas de consumo e de vida em geral, nunca houve tanta facilidade para os seres humanos no mundo e, ao mesmo tempo, degradação ambiental e poluição. A união desses cenários econômico e ambiental é um fator primordial na tentativa de conseguir o desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento tecnológico tem possibilitado contribuir para um tipo de avanço que seja sustentável, na medida em que possibilita o uso racional dos recursos naturais e seu reaproveitamento, o que evita desperdícios. Como exemplo de que a tecnologia pode realizar desenvolvimento sustentável, observe-se a empresa NATURA de cosméticos, com o projeto denominado “um jeito inteligente de recarregar o planeta”, o qual conseguiu, com o avanço tecnológico, reeducar seus clientes, desenvolvedores e funcionários, junto com a elaboração de novas tecnologias nos seus produtos e processos, usar refis de embalagens regulares (que é mais barato e 100% reciclável), provendo sustentabilidade no meio em que ela se insere (NATURA, 2007).

Com projetos de engenharia de impressão, escaneamento digital de documentos, com a utilização de equipamentos específicos e insumos adequados para cada situação, é possível reduzir drasticamente o consumo de papel e insumos referentes a impressões.

Como forma de refletir sobre desenvolvimento sustentável, deve-se ter como prioridade a avaliação na melhor forma de pensar e de promover alguns aspectos prioritários que devem ser observados como metas:

- a) a satisfação das necessidades básicas da população (educação, alimentação, saúde, lazer, etc.);
- b) a solidariedade para com as gerações futuras (preservar o ambiente de modo que elas tenham chance de viver);

- c) a participação da população envolvida (todos devem conscientizar-se da necessidade de conservar o ambiente e fazer cada um a parte que lhe cabe para tal);
- d) a preservação dos recursos naturais (água, oxigênio, etc.);
- e) a elaboração de um sistema social, garantindo emprego, segurança social e respeito a outras culturas (erradicação da miséria, do preconceito e do massacre de populações oprimidas, como por exemplo, os índios);
- f) a efetivação dos programas educativos.

Sabe-se que a responsabilidade social tem que partir do consenso mundial e que a reeducação ambiental é parte fundamental para a chegada ao desenvolvimento sustentável. A tecnologia pode ajudar como modelo de sustentabilidade, pondo em prática esse modelo sustentável para as áreas afins e a ela mesma.

6.2 Divisões da sustentabilidade

Segundo Acsehrad (2001), as seguintes questões discursivas têm sido associadas à noção de sustentabilidade:

- a) da eficiência, antagônica ao desperdício da base material do desenvolvimento, com reflexos da racionalidade econômica sobre o “espaço não-mercantil planetário”;
- b) da escala, determinante de limites quantitativos para o crescimento econômico e suas respectivas pressões sobre os recursos ambientais;
- c) da equidade, articuladora analítica entre princípios de justiça e ecologia;
- d) da auto-suficiência, desvinculadora de economias nacionais e sociedades tradicionais dos fluxos de mercado mundial, como estratégia apropriada para a capacidade de auto-regulação comunitária das condições de reprodução da base material do desenvolvimento;
- e) da ética, evidenciadora das interações da base material do desenvolvimento com as condições de continuidade da vida do planeta.

Já para Cavalcanti (2003), sustentabilidade tem como significado “a possibilidade de se obterem continuamente condições iguais ou superiores de vida para um grupo de pessoas e seus sucessores em dado ecossistema”.

Discussões atuais sobre o significado da expressão “desenvolvimento sustentável” mostram diversificadamente que se está aceitando a ideia de impor limites para o progresso econômico e, conseqüentemente, para o consumo, antes visto como ilimitado, em contrapartida a ideia antiga de crescimento constante sem preocupação com o futuro (CAVALCANTI, 2003). Para discutir efetivamente o principal delimitador da sustentabilidade, Sachs (1993) a divide em cinco classificações:

- a) a sustentabilidade ambiental;
- b) a sustentabilidade econômica;
- c) a sustentabilidade ecológica;
- d) a sustentabilidade social;
- e) a sustentabilidade política.

Essa divisão é contradita de Schumacher (apud CMMAD, 1991), que classifica somente em sustentabilidade ambiental, econômica e pessoal. Contudo, essas duas visões se distanciam, principalmente, na definição do termo ambiental, pois Schumacher faz referência ao uso racional dos recursos, enquanto Sachs, à capacidade dos ecossistemas diante da agressão humana. A Agenda 21 Brasileira define sustentabilidade social e política separadamente, fazendo também referência ao uso racional dos recursos no enfoque da sustentabilidade econômica.

Segundo defende Sachs (1993), admite-se como sustentabilidade, proferido em texto da Agenda 21 brasileira:

- a) sustentabilidade ambiental – refere-se à manutenção da capacidade de sustentação dos ecossistemas, o que implica a capacidade de absorção e recomposição dos ecossistemas em face das agressões antrópicas;
- b) sustentabilidade econômica – refere-se a uma gestão eficiente dos recursos em geral e caracteriza-se pela regularidade de fluxos do investimento público e privado. Implica a avaliação da eficiência por processos macro sociais;
- c) sustentabilidade ecológica – refere-se à base física do processo de crescimento e tem como objetivo a manutenção de estoques dos recursos naturais incorporados às atividades produtivas;
- d) sustentabilidade política – refere-se ao processo de construção da cidadania para garantir a incorporação plena dos indivíduos ao processo de desenvolvimento;
- e) sustentabilidade social – refere-se ao desenvolvimento e tem por objetivo a melhoria da qualidade de vida da população. Para o caso de países com problemas de desigualdade e de inclusão social, implica a adoção de políticas distributivas e a universalização de atendimento a questões como saúde, educação, habitação e seguridade social.

6.3 A ótica brasileira da sustentabilidade

Na grande maioria dos países, inclusive no Brasil, os desenvolvimentos sociocultural, tecnológico, do bem-estar e outros estão diretamente ligados à vida das cidades. Com isso, define-se um grande e importante conceito: o de sustentabilidade perante o ambiente urbano ou sustentabilidade urbana. Definido por Acselrad e Leroy (1999), a sustentabilidade urbana é a capacidade das políticas urbanas se adaptarem à oferta de serviços, à qualidade e à quantidade das demandas sociais, buscando o equilíbrio entre as demandas de serviços urbanos e investimentos em estrutura.

No Brasil, principalmente nas grandes cidades, o aumento da população urbana sem a presença do poder público, delimitando e podando a urbanização desenfreada, os problemas de aglomerações sociais desgovernadas e favelas, os desníveis sociais evidentes são notórios e reais. Segundo Maricato (2000), a imagem das cidades brasileiras está definitivamente associada à violência, à poluição, ao tráfego caótico, às enchentes, à desigualdade social, entre outros fatores.

Por outro ponto de vista, é imprescindível para a sustentabilidade urbana o uso racional dos recursos naturais. Para o bom condicionamento do ambiente das cidades, baseia-se a interação com o clima e os recursos naturais, além das respostas às necessidades urbanas, catalisando eficientemente a transferência de dejetos e rejeitos para outros ambientes, neutralizando a devastação criada por esse impacto por meio dos dejetos.

É notório elaborar planos de sustentabilidade urbana, diferentemente do atual desleixo, que é iniciado pela obtenção desenfreada de lucro, privilegiando uma minoria da sociedade e abastardando outra parte grandiosa da população. Os direitos básicos para a vida devem ser levados em conta, tais como o direito ao abrigo, à água, à saúde, à alimentação, à educação, dentre outros.

Dependendo do nível de industrialização de cada país, os problemas se diversificam: nos países desenvolvidos, a migração de pessoas de centros urbanos para os subúrbios mais afastados, que oferecem um ambiente natural mais próspero, levou ao aumento do consumo de veículos automotores e, conseqüentemente, ao aumento dos congestionamentos e à poluição do ar. Esses países estão explorando a capacidade de seus recursos naturais, exaurindo-os ao limite.

Já nos países de terceiro mundo, problemas ambientais e sociais estão-se tornando mais evidentes por conta do aumento das cidades sem a simultaneidade do aumento da infraestrutura para suportar tais crescimentos. Em todo o mundo, a pobreza ainda é um dos principais problemas enfrentados pelas sociedades, e, geralmente, a camada mais pobre da população é amplamente negligenciada.

6.4 A perspectiva de sustentabilidade para o futuro da sociedade

Percebe-se que a definição de sustentabilidade não visa apenas ao aspecto do impacto da atividade econômica no meio ambiente, refere-se, primordialmente, às conseqüências dessa relação da qualidade de vida versus o bem-estar da sociedade, tanto no presente quanto no

futuro. Atividade econômica, meio ambiente e bem-estar da sociedade formam a ideia tríplice na qual se apoia a ideia da sustentabilidade.

A aplicação do conceito ao cotidiano necessita de medidas públicas e privadas além de um consenso internacional e de ajuda mútua entre países do terceiro mundo com os desenvolvidos, esses últimos com bem mais recursos tecnológicos e financeiros para desencadear alguma ação mais efetiva. É preciso, ainda, firmar a presença de organizações não governamentais (ONGs), da população e de movimentos sociais, na busca por melhores condições de vida, consumo e habitação associados à preservação do meio ambiente e a uma condução da economia adequada a tais modernidades.

O padrão de produção e consumo que caracteriza o atual estilo de desenvolvimento tende a consolidar-se no espaço das cidades e estas se tornam cada vez mais o foco principal na definição de estratégias e políticas de desenvolvimento.

O desenvolvimento sustentável não deve ser apresentado como um *slogan* político. As condições ambientais já estão bastante prejudicadas pelo padrão de desenvolvimento e consumo atual. O desenvolvimento sustentável precisa ser uma resposta aos anseios da sociedade.

A busca pela sustentabilidade urbana traz consigo uma série de proposições e estratégias que buscam atuar em níveis tanto locais quanto globais. Um dos entraves da sustentabilidade ambiental urbana é a conscientização de que esta é um processo a ser buscado lentamente e não algo lógico e rápido de ser alcançado. Priorizar o desenvolvimento social e humano com a capacidade do suporte ambiental natural, buscar gerar aglomerados urbanos produtores com atividades que podem ser dinamizadas por todos são formas de valorização do espaço, incorporando os elementos naturais e sociais.

Conforme Brundtland (1991), o conceito de desenvolvimento sustentável descrito foi incorporado pelo Direito Ambiental. Uma matéria de toda forma autônoma, baseada nos “princípios que regulam seus objetivos e diretrizes que devem se projetar para todas as normas ambientais, norteando os operadores desta ciência e salvando-os das dúvidas ou lacunas na interpretação das normas ambientais”.

Não é esperado que toda uma Nação se conscientize de seu papel essencial nos quadros ambiental e social, mundiais. Apesar disso, as diversas discussões sobre o termo “desenvolvimento sustentável” abrem a questão de que é possível desenvolver sem destruir o meio ambiente (RODRIGUES, 2002).

Reduzir a desigualdade social e erradicar a pobreza mundial são o primeiro passo em direção ao consumo sustentável. Mas faz parte da redução da desigualdade, mudar os padrões

de consumo das classes média e alta, que apresentam um lado perverso, ao mesmo tempo em que são adotadas pelas camadas com renda para consumir, são incorporadas, como expectativa, pelas camadas de menor ou nenhum poder aquisitivo, agravando as já severas disfunções sociais prevalentes em um país em desenvolvimento (CAMARGO; CAPOBIANCO; PUPPIM, 2004, p. 434).

7 LAN-HOUSES

A tecnologia digital está-se massificando cada vez mais. Com o advento da internet, as diversas fontes de informação e de conhecimento estão a um passo de um clique de mouse. Para que seja conseguido universalizar esse acesso entre todas as camadas da sociedade, é necessário que se desenvolva o contato com computadores, com equipamentos digitais e com a própria internet.

Segundo a definição e a tradução do termo Lan-House: o “LAN” como Sigla para Local Área Network, traduzindo para o português se tem a rede de área local. Definido como uma rede de computadores interligados em que a operacionalização é restrita a um espaço físico definido, normalmente escritório ou empresa, no qual são interligados os computadores e seus periféricos. Já o termo “HOUSE” para tradução seria casa, que, para o dicionário Aurélio, significa: local, domicílio, firma, empresa, edifício de um ou poucos andares, destinado, geralmente, a habitação, morada, vivenda, moradia e residência.

A junção e utilização do termo Lan-House definem-se por ser um estabelecimento comercial que tem como serviço primordial a locação do uso de computadores, sejam eles para jogos, para acesso à internet, uso dos programas contidos nos computadores ou uso dos periféricos como impressoras, escâneres, máquinas digitais, entre outros.

Ainda, no site especializado em assuntos de tecnologia, o LANHOUSING, encontra-se o conceito de Lan-Houses:

Fisicamente, é caracterizada por diversos computadores de última geração conectados em rede em um ambiente hi-tech, com ar-condicionado e poltronas confortáveis, onde em média até 30 jogadores se divertem com as últimas novidades do ramo de jogos, todos conectados em um único ambiente virtual (...) o conceito de Lan-House foi inicialmente introduzido e difundido na Coreia em 1996 (1998 no Brasil). Utilizando a moderna tecnologia como meio, a Lan-House está iniciando uma revolução nas opções de entretenimento, permitindo a interação entre dezenas de jogadores através de uma rede local de computadores, ou até mundial.

Também, pode-se definir como um estabelecimento comercial em que as pessoas podem pagar para utilizar um computador com acesso à internet e a uma rede local, com o principal fim de acesso à informação rápida pela rede e entretenimento através dos jogos em rede ou *on-line*, mediante pagamento de valores por hora ou fração pelo acesso.

Segundo informações do CGI.br (2007), “As Lan-Houses detêm hoje cerca de 49% dos acessos à internet no país, sendo a maioria do sexo masculino, predominando as classes

C, D e E, vindo como oportunidades de inclusão dos menos favorecidos ao mundo da tecnologia”.

Com um grande crescimento, as Lan-Houses inovam nos serviços oferecidos e se tornam um verdadeiro centro de inclusão digital, oferecendo uma gama de serviços e produtos de tecnologia, tais como impressão, digitalização de documentos, elaboração de textos, digitação, etc. Mesmo assim, o serviço de acesso à internet é o carro chefe nesse tipo de comércio, tendo como principais programas utilizados o acesso às ferramentas de comunicação como: *messenger*, *skype* e redes sociais como o *twitter*, *orkut*, *facebook*, dentre outras.

A Lan-House no Brasil tinha antes, como principal fomento, os jogos eletrônicos. Esse foco principal está mudando e está se tornando a principal responsável pela inclusão digital no país. De acordo com o CGI.br (2007), no Brasil, quase metade dos acessos à internet foram originados desses centros públicos de acesso pago. Na regiões Norte e Nordeste, esse número salta para quase 70% dos acessos.

Determinado pelas mudanças, caracteriza-se um novo modelo de negócio denominado E-Conveniência ou conveniência digital, cuja principal fonte de receita não está mais na locação de horas de uso do computador, mas, sim, em uma diversidade de serviços digitais em que o consumidor poderá escolher desde manutenção de computadores, recarga de cartuchos, vendas de peças, serviços digitais, até produtos e serviços para celular entre tantos outros mais, transformando esse tipo de comércio em verdadeiros centros de inclusão digital (WIKIPEDIA, 2008).

Mesmo tendo evidenciado um crescimento razoável, quanto ao número de acessos residenciais à Internet, não é tão salutar esse aumento visto as médias mundiais. Isso mostra que o serviço ainda é caro, sobretudo no que diz respeito aos serviços de telecomunicações e à infraestrutura. A banda larga, apesar de já ocupar a maior fatia da modalidade de acesso, ainda é inacessível a grande parte dos usuários. Ainda existem uma grande parcela de usuários que navegam via rede telefônica, na qual a velocidade e qualidade são precárias. A diminuição de custos por esses serviços é logicamente um efeito primordial que poderá alavancar ainda mais o acesso (BECHARA, 2008).

De acordo com o CGI.br (2006), entre as ações mais executadas na internet, sobressai a comunicação, com 78,2% do acesso; o lazer em si, com 70,8%; e a busca de informações, totalizando 75,4%. Atividades que envolvem movimentações financeiras ou comércio eletrônico via internet ainda são pouco difundidas entre o montante geral dos usuários

brasileiros, sendo numericamente representadas por, respectivamente, 16,7% e 16% das atividades executadas (Figura 12).

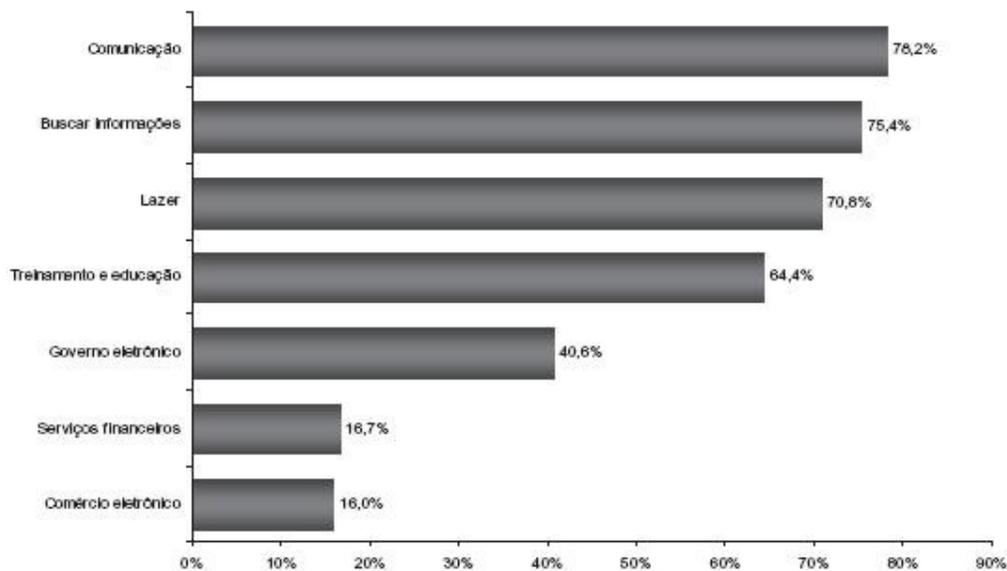


Figura 12 – Atividades realizadas na internet, base: 2.924 entrevistados que usaram a internet nos últimos três meses.

Fonte Comitê Gestor da Internet Brasileira (2005)

Antes focadas em clientes de classes mais altas, em regiões circunvizinhas às áreas nobres e shopping centers, hoje existem Lan-Houses espalhadas pelas periferias, aglomerados e pelo interior do país. São presentes, também, em muitas comunidades pobres (BECHARA, 2008).

No quesito da iniciativa privada, o pequeno empreendedor, através da empresa de Lan-House, está oferecendo possibilidades de acesso à rede por um custo baixo. Observa-se, na oferta de acesso à rede de computadores mundial, um negócio lucrativo e de grande impacto, que acabou por se multiplicar rapidamente em quase todo o país. Como principal resultado, vê-se que quase 50% dos internautas brasileiros acessam a rede através de locais públicos pagos. Esses números respeitam as Lan-Houses, *cyber* cafés e outros pontos de acesso: uma significativa responsabilidade.

Vejam-se exemplos de favelas que incorporaram a cultura da Internet em suas comunidades, justamente através de pequenas Lan-Houses: os jovens, em sua maioria de baixa renda, passaram a utilizar e-mails com frequência, participar de comunidades de relacionamento, utilizar programas de mensagens instantâneas, realizar pesquisas, etc. Por advento do acesso à grande rede, grupos podem-se manifestar e expressarem-se, contribuindo

decisivamente na produção de conteúdos, além da possibilidade de acesso ao conhecimento e à informação (BECHARA, 2008).

Em um estudo realizado pelo CGI.br (2007), o principal local de uso individual da Internet no Brasil é o domicílio (40%), seguido de centros públicos de acesso pago, como Lan-Houses e cyber cafés (30%) e do trabalho (24%). Vale notar que, em relação ao ano anterior, houve um grande crescimento no uso das Lan-Houses, que era utilizada por apenas 17,6% dos internautas. Somente 15,5% dos usuários informaram acessar a rede da escola e apenas 3,5% dos internautas usam a Internet a partir de centros públicos gratuitos, como infocentros e telecentros (Figura 13).

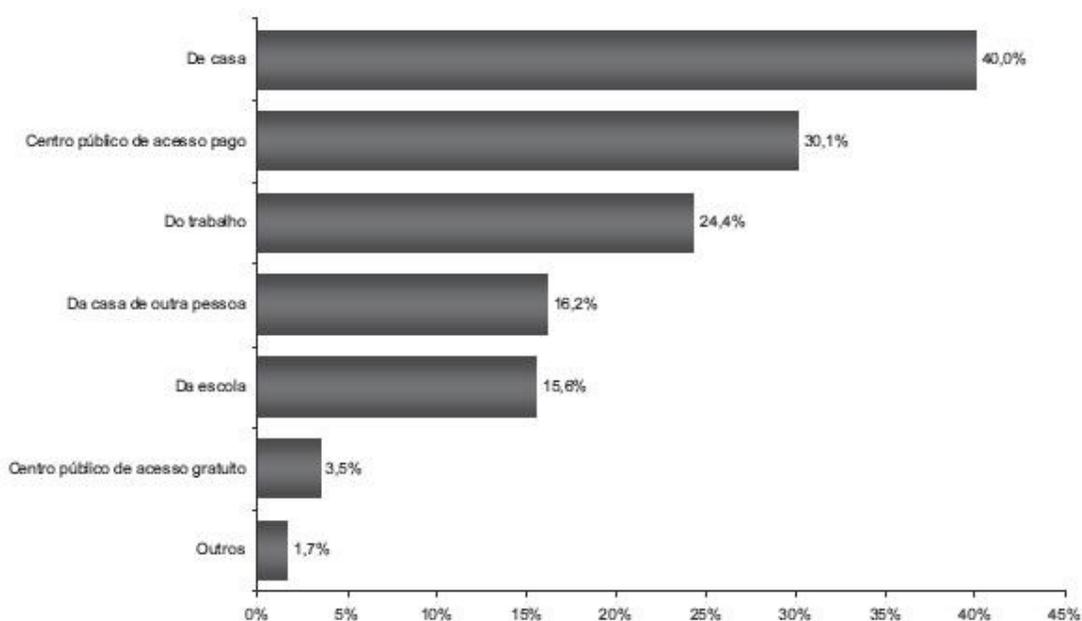


Figura 13 – Local de uso individual da internet, base: 2.924 entrevistados que usaram a internet nos últimos três meses. Respostas múltiplas.

Fonte: Comitê Gestor da Internet Brasileira (2006)

Pelo fato de serem regiões mais carentes, as regiões Norte e Nordeste do Brasil são as que demonstraram maior crescimento no uso dos espaços públicos pagos. Esses locais são frequentados sobretudo por jovens de 10 a 24 anos, de menor nível de escolaridade. A renda dos usuários desses locais é de até um salário mínimo, em 78% dos entrevistados, o que mais uma vez afirma o grande e influente papel social dos pontos de acesso coletivo (CGI.br, 2006).

As Lan-Houses passaram a desempenhar importante papel na inclusão digital, levando cidadãos que estavam, há muito tempo isolados, para um ambiente, onde as fronteiras

praticamente não existem e as dimensões proporcionam sensações de infinito; a barreira entre o físico e o lúdico quase se fundem e os limites tendem a ser o que se for capaz de imaginar. Liberando o acesso à informação ilimitada, os cidadãos que outrora eram excluídos digitalmente passam a ter um ambiente de acesso a todos esses novos caminhos que a internet proporciona.

Igualmente, não se podem afastar as novas possibilidades tecnológicas e novos terminais de acesso à web, sobretudo os equipamentos portáteis. A introdução da tecnologia de terceira geração da telefonia móvel, a possibilidade de acesso sem fio em grandes distâncias e todo o processo de convergência tecnológica devem ser considerados como potencializadores do processo de inclusão digital. O uso do telefone celular vem, igualmente, crescendo em proporções flagrantes e sua evolução pode sinalizar, no futuro, sua utilização como importante porta de acesso à Internet.

É verdade que, em vários setores econômicos, o crescimento da classe C trouxe um *boom* de desenvolvimento, produção e crédito. Mas a sensação efetiva de que a qualidade do consumo se materializa fortemente na busca de elementos fundamentais para a construção do conhecimento na era digital, no contato com as ferramentas da sociedade contemporânea, abre um horizonte mais animador. O crescimento da classe C se deve, objetivamente, à queda no percentual dos que pertencem às classes D e E, e uma importante consequência de políticas públicas bem implementadas (BECHARA, 2008).

A era da sociedade da informação é um estágio de desenvolvimento social caracterizado pela capacidade de obter e compartilhar qualquer informação, instantaneamente, de qualquer lugar e da maneira mais adequada. E é através da informação que o cidadão pode exercer, plenamente, suas atividades, inclusive questionando e contribuindo para a construção de um modelo verdadeiramente democrático.

Fica evidente que as dimensões e os desafios do Brasil não comportam soluções únicas e centralizadas para a erradicação da exclusão digital. Contudo, as experiências bem sucedidas demonstram que ações coordenadas dos diversos agentes públicos e privados são, indubitavelmente, o melhor caminho. É assim que são ampliados os espaços da inclusão.

Certamente, políticas públicas, políticas regulatórias e os fatos tecnológicos que surgem normalmente fomentarão ainda mais o desenvolvimento de espaços públicos e privados de Internet, na medida em que a capacidade de acesso de melhor qualidade for ofertada em locais hoje completamente desatendidos, e serão base para a difusão do acesso ao *cyber* espaço, sendo viabilizados como força motriz para o desenvolvimento desse tipo de comércio de serviços que tanto faz bem para a sociedade como um todo.

8 EMPREENDEDORISMO + CONHECIMENTO = CRIAÇÃO DE RIQUEZAS SUSTENTÁVEIS

O empreendedorismo moderno, à medida que vai tomando forma uma percepção de um novo paradigma de consumo, melhor vão sendo definidos os vetores que contêm as qualidades para poder gerar uma resposta às questões de geração de emprego, renda e riquezas sustentáveis. É importante destacar, nesse contexto, o papel do empreendedorismo, que, acredita-se, ser uma via virtuosa, porque corresponde aos anseios de indivíduos criadores e com iniciativa. É uma forma de se permitir que os empreendedores possam emergir e cumprir sua nobre missão de criar riquezas.

A figura 14 denota graficamente que o sucesso de qualquer empreendimento seja como o conjunto entre o empreendedor, a economia e o empreendimento, dessa forma a idéia junto com o conhecimento do processo, é levada para a criação de riquezas.

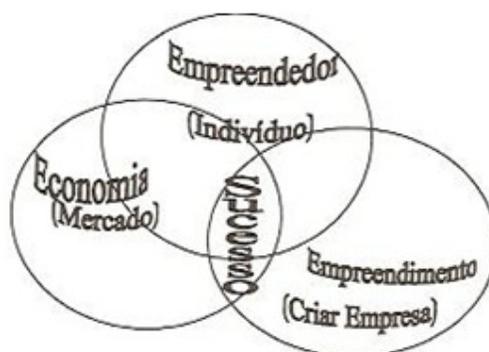


Figura 14 – Empreendedor, economia e empreendimento.
Fonte: Leite (2006)

Em termos históricos, quer remotos, quer mais próximos, a figura do empreendedor, mesmo que desempenhada pelo burguês, comerciante ou industrial, nem sempre foi bem querida socialmente e pelos poderes estabelecidos. Em tempos recentes, o ente capitalista continuou a sofrer desse estigma social (LEITE, 2002). No tempo presente, essa figura já parece ser aceitável e desejada. No entanto, é necessário perscrutar, nos mais diversos domínios, se, de fato e de *jure*, essa aceitação e apoio são reais. É o duro ofício de ser empreendedor; “patrão é quem não aceita ser empregado”.

A Figura 15 é uma visão sobre a ideia de empreendimento na realidade da empresa criada: Como é manifestado a criação de uma empresa baseada em um sonho, como a

inovação é despertada pelo empreendedorismo, gerando a realidade através do processo de transformação da empresa em realidade.



Figura 15 – Da idéia à realidade.

Fonte: Leite (2006)

Atente-se ao domínio burocrático. O sistema está em vias de ser adequado ao normal nascimento, vida e morte das empresas que caracterizam as economias atuais? Quanto tempo demoram as empresas a nascer e com que custos, incluindo o fator tempo? E o viver; que vicissitudes têm que sofrer para sobreviver? E morrer, será que podem? E os empreendedores que fracassem nalgumas das suas tentativas, dispõem de condições para ressuscitar noutras empresas, processo que é natural ao modo de funcionamento das economias de mercados? A busca para essas respostas tendem a ser o motivo para a produção de riquezas. O empreendedorismo (com o fator conhecimento) é primordial para o sucesso dessa produção e, nos dias atuais, o incremento do desenvolvimento sustentável nesse recurso gerado é também fator chave para o sucesso.

A maioria dos críticos do capitalismo aceita, hoje em dia, o papel decisivo dos empreendedores nas primeiras etapas desse sistema. As nações do Ocidente passam, no momento, por vastas e irreversíveis mudanças históricas. Impedidos pelos imperativos naturais, o capitalismo é visto entrando em um amadurecimento de uma nova fase. Nessa fase, diz-se, a inovação e o crescimento só podem ser proporcionados por grandes burocracias: empresas e órgãos governamentais, em combinações anárquicas, mas frutíferas, que não deixam espaço para os inventores e investidores individuais.

As empresas modernas, não financiadas, cada vez mais, por seus próprios recursos de capital e seus valores negociáveis, dirigidos por administradores e técnicos profissionais, em grande parte fora do controle dos acionistas ou do conselho diretor. Estendendo suas operações ao redor do mundo são vistas como “leviatã” multinacionais que querem um poder governamental sempre crescente, simplesmente para mantê-las na linha.

Os lendários empreendedores, vacilantes, financistas e inventores de pequena escala do capitalismo primitivo são encarados como uma raça em extinção, sem importância na nova economia mundial (LEITE, 2002).

É sabido que a educação é um fator essencial para a disseminação do conhecimento, da idéia e assim, para a realização do processo de criação de riquezas. A figura 16 ilustra a educação como fonte primordial para gerar conhecimentos para o empreendedorismo.



Figura 16 – Educação para o empreendedorismo.
Fonte: Leite (2006)

Esta é posição essencial, divulgada continuamente por Galbraith (1965) e seus seguidores, e há nela uma verdade suficiente para disfarçar sua falsidade essencial. Está certo, por exemplo, a respeito da existência de uma grande tecnoestrutura comercial, um tanto divorciada do controle direto de seus proprietários.

As empresas modernas que têm, de fato, certo domínio sobre suas próprias reivindicações são, pelo menos, em parte, capazes de fixar preços e, em certa medida, dão realmente origem a poderes contrapostos e a serviços complementares do governo.

O erro de Galbraith está em seguir Schumpeter, ao prever o desaparecimento do empreendedor individual. Galbraith e Schumpeter e seus discípulos, entre os economistas mundiais, acreditaram, erradamente, que a tecnoestrutura expandiria inevitavelmente seu domínio sobre a economia, não sobrando espaço para o micro e o pequeno empreendimento (LEITE, 2002).

Esses analistas estão convencidos de que grandes empresas tendem a ser mais eficientes e produtivas que as pequenas. Assim, preveem que as pequenas empresas seriam engolidas pelas grandes, sem nenhuma chance de sobrevivência. A prática tem demonstrado que o pequeno empreendedor está mais vivo do que nunca, até mesmo nos países recém-saídos da economia socialista.

Essa predição tem sido feita mais ou menos de cinco em cinco anos, desde a revolução industrial, por algum autor de prestígio. Mas os profetas do desaparecimento do pequeno

empreendedor estão fazendo observações estáticas de fenômenos dinâmicos. Em qualquer época da história de uma economia razoavelmente madura, as empresas maiores tendem a ser mais eficazes.

Tornam-se grandes porque se beneficiam da economia de escala e da especialização. Contudo, isso está mudando diante do impacto da tecnologia da informação na vida das grandes empresas. Mas somente alguém que visse a economia como um sistema de quantidades estatísticas poderia asseverar que o tamanho é o fato mais importante das companhias bem sucedidas.

Os aspectos decisivos das grandes empresas não são quantitativos e, sim, qualitativos: a natureza do produto, o modo de produzir e comercializar o desenvolvimento sustentável que o mesmo gera (LEITE 2002).

Para ilustrar o conhecimento como fonte desencadeadora de atividade empreendedora, veja-se a figura 17 como exemplo.

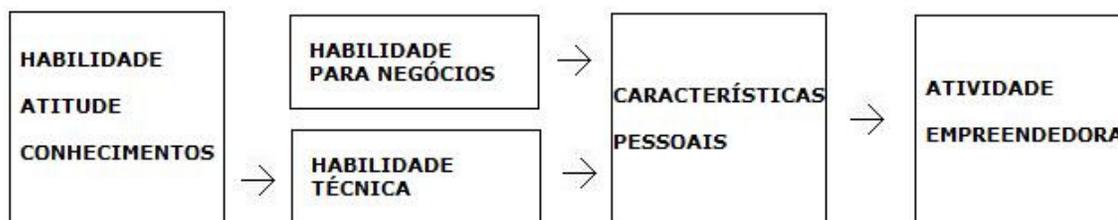


Figura 17 – Habilidade, atitude e conhecimentos.

Fonte: Leite (2006)

Em qualquer economia, somente um número relativamente pequeno de grandes empresas acaba chegando nessa fase final, com preeminência nos mercados nacional e internacional. Essas empresas descobriram meios tão eficazes de praticar os seus produtos de tal modo que desencorajam a concorrência. Sua grande eficácia deriva de produzir a mesma coisa, durante muitos anos, melhorando-a continuamente e aperfeiçoando os meios de produzi-la e vendê-la.

Essas empresas acabam altamente rígidas e especializadas e, em termos estatísticos, grandemente produtivas. Mas, do ponto de vista do crescimento geral e inovação tecnológica, são de pouca importância para a economia. Mostram-se eficazes agora somente porque foram dinamicamente eficientes e competitivamente agressivas durante sua fase inicial.

Os críticos do desempenho dos pequenos negócios erram na presunção de que as maiores companhias estão aumentando seu controle sobre a economia. Não há fortes indícios de que as grandes empresas estejam eliminando os pequenos empreendedores. As empresas

estão numa fase de crescimento em que inovação decai e a excessiva burocratização só deixa lugar a modificações menores, com mudanças de embalagem e maior eficácia produtiva, a fim de extrair os últimos ganhos da produtividade de uma indústria essencialmente estática que já passou há muito de sua fase de crescimento rápido.

Para Leite (2002):

Os novos aperfeiçoamentos quase nunca emergem das principais empresas de um ramo industrial. Até mesmo quando se consegue um avanço de uma grande empresa, este é, em geral, lançado comercialmente por pequenas empresas, muitas vezes criadas por equipes de engenheiros e administradores saídos da empresa matriz. Assim como surgiram as empresas para dominar cada uma das novas fases do desenvolvimento de aviões e motores; assim como a IBM ficou atrás de outras empresas na adoção da maioria das inovações importantes como mini computador, computador pessoal, laptop.

De acordo com Galbraith (1965), quase tudo que diz respeito à natureza da tecnologia moderna conflita com o que é presenciado, ultimamente, em relação a ela. Embora ele imaginasse bem no centro da realidade futura com seu conceito de novo estado industrial, o fato é que uma verdadeira revolução industrial emergia fortemente às suas costas.

Aconteceu em centenas de pequenas empresas, lideradas pelo espírito da revolução do semicondutor e do microprocessador, transformando a matéria mais comum do mundo, a substância da areia, num incomparável recurso da mente: um fragmento de silicone do tamanho de uma mosca com poderes de computação, milhares de vezes maiores do que um milhão de indivíduos que somassem e subtraíssem por milênio, uma maravilha infinitesimal que estende o alcance do cérebro humano incomparavelmente, além do que o petróleo, o aço e as máquinas que haviam multiplicado os músculos do homem na era industrial (GALBRAITH, 1965).

Como exemplo de conhecimento gerador de riquezas, o microprocessador tem esse caráter explosivamente revolucionário de certas invenções do passado: a imprensa, o navio transoceânico, a máquina a vapor, o gerador elétrico, o trem, o automóvel e o telefone, que transformaram a economia e ampliaram as dimensões do mundo. Tal como essas tecnologias fundamentais, o microprocessador não opera dentro dos limites da estrutura industrial existente, mas torna possível uma nova estrutura.

Conhecimento mais inovação estão intrinsecamente ligados ao futuro; quem quer que prediga o futuro tecnológico cairá logo no ridículo. É ele que surge da criatividade humana e, assim, inevitavelmente, é uma caixinha de surpresa. Só se pode indicar os poderes e as potencialidades manifestas de um novo aperfeiçoamento; suas aplicações transpirarão numa

complexa ação recíproca com outras tecnologias novas ou ainda não descobertas (tudo que permanece hoje insondável). Não é somente um produto da ciência, mas também um produto de ciências; não apenas um resultado do progresso técnico, com múltiplos usos industriais e comerciais, mas também uma fonte singularmente fértil.

A imaginação precede o conhecimento. O pensamento criativo não é um processo indutivo no qual um cientista acumula provas, de um modo neutro e objetivo, até que uma teoria se torne visível mais apropriadamente. Imaginação, intuição e hipótese são apenas os primeiros passos do saber. Como a inteligência humana é capaz de idealização infinita, ao pensador cabe selecionar conceitos particulares para acreditar neles. Tal como na escolha de sua profissão ou de suas preferências, o homem tem que confiar na intuição e agir antes mesmo de conhecer.

A ideia não se revelará em sua plenitude, nem suas possibilidades, senão depois que a pessoa acredite nela ou se comprometa com ela, outorgando-lhe emoção e, de certo modo, amando-a. O pensamento criativo exige um ato de fé. O crente tem que confiar em sua convicção, nas criações espontâneas de sua inteligência, o suficiente para persegui-las laboriosamente até o ponto de experiência do conhecimento (LEITE, 2002).

O empreendedor como fator de desenvolvimento serviu para a compreensão do papel relevante dos empreendedores como fator de fenômeno do crescimento e do desenvolvimento sustentável propulsor de conhecimento e gerador de riquezas de modo sustentável, no que diz respeito, principalmente, às mudanças radicais que atualmente vive a sociedade. Os empreendedores são dedicados à criação de organizações adeptas da mudança na qual pontificam a liderança, a estratégia, a inovação e o desenvolvimento sustentável, atravessam, rompem todas as fronteiras, atuando de forma a criar a mudança, para, através de passos cruciais, muitos deles imprescindíveis, criarem novas empresas.

9 ESPÍRITO EMPREENDEDOR + OPORTUNIDADE + LIBERDADE DE AÇÃO = EMPREENDEDORISMO VOLTADO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Para reconstruir suas instituições em torno de novas realidades provocadas pela era da inovação, urge que as nações promovam ações de apoio ao empreendedorismo. A palavra empreendedorismo, de origem francesa, não só deve ser lembrada por sua designação de correr riscos, mas também pela capacidade de ganhar dinheiro ou tornar-se rico. Ela simboliza muito mais que isso. Significa atitude psicológica materializada pelo desejo de iniciar, desenvolver e concretizar um projeto. Diante dessa perspectiva, pode-se afirmar que o empreendedorismo, o espírito empreendedor (Figura 18), é algo que transcende os campos dos negócios e da economia.

ANTES	AGORA
Formação acadêmica	Nenhuma formação acadêmica específica
Envolvimento puramente técnico	Sede de novidades tecnológicas
Pouco entrosamento com as demais áreas da empresa	Faro para os negócios
Visão voltada para soluções rotineiras dos problemas	Visão global do negócio da empresa
Espírito pesquisador	Espírito empreendedor

Figura 18 – Espírito empreendedor.
Fonte: Leite (2002)

É necessário conhecer, em profundidade, os principais fatores impulsionadores do progresso das sociedades, pois, agindo dessa forma, pode-se descobrir a chave da melhoria do padrão de vida das pessoas.

A iniciativa individual faz parte da natureza humana. A sociedade é guiada por indivíduos que são inerentemente dirigidos pelas suas iniciativas individuais. Quando se libera o ser humano para que possa tornar-se um empreendedor, consegue-se algo muito interessante: amarra-se sua iniciativa individual às necessidades do mercado.

Esse não é um argumento novo. Foi desenvolvido por Adam Smith em “The wealth of Nations”, há cerca de mais de 200 anos. Os empreendedores podem ter tudo o que os

indivíduos desejam, se eles satisfazem muitas pessoas, que, nesse caso, são os clientes (LEITE, 2002).

Expressando a ideia de sustentabilidade gerada pelos novos empreendimentos, Morin e Kern (2005, p. 110) definem a busca pela civilização e pelo ato de se civilizar:

A busca da harmonização, que faria sair da idade de ferro planetária, nos incita a reformar a civilização ocidental, que se planetarizou tanto em suas riquezas como em suas misérias, a fim de realizar a era da civilidade planetária.

Nada é mais difícil de realizar que o desejo de uma civilização melhor. Esse sonho do desabrochar pessoal de cada um, da supressão de toda forma de exploração e de dominação da justa repartição dos bens, da solidariedade efetiva entre todos, da felicidade generalizada, produziu outros sonhos que quiseram impor, usando de meios bárbaros que arruinaram seu empreendimento civilizador. Toda decisão de suprimir conflitos e desordens, de estabelecer harmonia e transparência, leva ao seu contrário, e as conseqüências desastrosas disso são manifestas.

O que favorece o ceticismo e niilismo, aceitação da ordem e da desordem estabelecidas, crença que inevitabilidade de injustiças ou de vilanias deve nos fazer aceitar serenamente todo mal que acontece. E essa desilusão agrava evidentemente a dificuldade de considerar e empreender qualquer reforma na civilização.

Como a história desse século nos mostrou, a conta de instalar a salvação na terra acabou por instalar um fenômeno nela. Querer um mundo melhor, que é nossa finalidade principal, não é querer o melhor dos mundos.

É preciso que haja maior e mais liberdade para que as pessoas possam criar as condições favoráveis ao surgimento de empreendedores vocacionados para satisfazer os desejos e necessidades dos clientes. Efetivamente, são os clientes e o mercado que definem o sucesso de um empreendimento. Em outras palavras, o empreendedor bem sucedido sempre está com o olhar voltado para fora da empresa, procurando novas formas de atender, mais rápido e melhor, os seus clientes.

A liberdade e a oportunidade são as molas mestras para o desenvolvimento e o crescimento em uma sociedade. Deve-se conhecer e recompensar a iniciativa individual que procura satisfazer, ao máximo, os desejos e necessidades dos consumidores. Numa sociedade livre, a transferência das riquezas pode dar-se de forma muito rápida.

O comportamento empreendedor das pessoas contribui, de forma preponderante, para que, cada vez mais, muitos indivíduos possam criar seu próprio negócio e prosperarem. Diante desse fato, é preciso encorajar ao máximo esse comportamento empreendedor. É preciso dar asas à liberdade e oportunidade para que todos aqueles que desejem ser empreendedores possam concretizar este sonho.

O empreendedorismo significa possuir tenacidade para perseguir e alcançar seus sonhos. Se o indivíduo não é interiormente forte e capaz para vencer as barreiras e dificuldades próprias de quem começa um novo empreendimento, isso é quase impossível.

Faz-se mister que o empreendedor tenha a coragem de assumir riscos calculados, saiba gerenciar as incertezas. Também deve ter a disciplina para perseverar na luta e superar os obstáculos. Uma sociedade livre não deve somente preocupar-se com a criação de riquezas, porém é preciso voltar suas intenções para a sua redistribuição, que, por definição, gera conflitos (LEITE, 2002).

A figura 19 exemplifica a visão dos três maiores autores sobre o conceito de empreendedorismo.

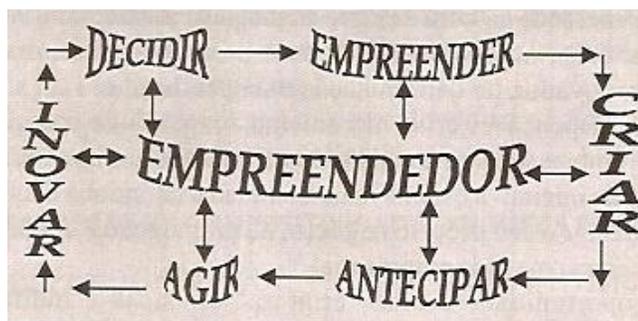


Figura 19 – A visão integrada de Schumpeter, Drucker e McClelland.
Fonte: Leite (2002)

Schumpeter fez uma importante distinção entre a conduta adaptação relativa aos recursos dados e a conduta criativa, sob determinadas condições. Utilizou-se dessa designação para definir a mutabilidade, ou seja, a natureza dinâmica dos fenômenos econômicos, mantendo que o apego ao pensamento e às novas estruturas existentes bloqueia a receptividade e as novas ideias. Esforçou-se, assim, para colocar a tônica na mudança, como um ingrediente essencial do sucesso das empresas (LEITE, 2002).

Schumpeter (1984) via a questão da inovação e do espírito empreendedor como:

Sinônimo de aventura e pioneirismo. Era aquele indivíduo que tinha com idéias que combinavam capital e trabalho e que fazia algo verdadeiramente inovador: concebe um novo produto; introduz um novo mercado; descobre uma nova fonte de matérias-primas; ou estabelece novas formas de organização.

McClelland (1972) já definia empresas competitivas como aquelas que mais achassem posições movidas a inovações e motivações de oportunidade de liberdade de ação; definia como características de uma empresa inovadora:

- a) comportamento do papel inovador empresarial;
- b) aceitação moderada de riscos como função da capacidade de decisão;
- c) responsabilidade individual quanto ao espírito de inovação;
- d) conhecimento dos resultados das decisões;
- e) previsão de possibilidades futuras;

- f) aptidões de organização;
- g) interesses em ocupações empresariais como função de seu prestígio e risco;
- h) disposição para trabalhar em prol das mudanças com as próprias forças;
- i) otimismo, ascetismo e/ou naturalidade afetiva.

É esta capacidade de iniciativa, de inovação, de risco, de transformação que define o empreendedor. Mas, por mais incrível que possa parecer, os empreendedores não se movem unicamente por lucros. As verdadeiras motivações do empreendedor são o sonho, o desejo de conquistar, a alegria de criar, fazer coisas, o impulso para lutar para se provar superior aos outros, ter sucesso em nome, não dos seus frutos, mas do próprio sucesso. E agora, nessa era global, de manter o seu negócio na esfera do desenvolvimento sustentável em equilíbrio com o social e o econômico.

Na sua essência, o empreendedorismo é o processo que permite o nascimento de uma nova empresa. Mas é importante questionar sobre quais as questões básicas que têm de ser levadas em conta na concepção e nascimento de um novo empreendimento. Nos dias atuais, o desenvolvimento focado na sustentabilidade está à tona nesses princípios. Não só a obtenção de riquezas deve ser objetivo principal dos empreendimentos, uma vez que a visão do social está mais do que nunca nas perspectivas de clientes e de empresas. Torna-se, por isso, um fator primordial para o sucesso de novos e antigos negócios, com a capacitação de seus envolvidos no processo de sustentabilidade como peça chave para o entendimento e alcance dessa maturidade empresarial moderna.

10 METODOLOGIA

Neste capítulo, enfoca-se quais as metodologias, métodos de medida, qual o instrumento de coleta de dados e como os procedimentos metodológicos foram aplicados nesse estudo.

10.1 Os métodos de medida

Para efeito deste estudo exploratório, somente foram investigadas as Lan-Houses que estavam instaladas no município de Ipojuca/PE, no período de janeiro a março de 2009, e seus respectivos usuários.

Nessa investigação, procurou-se somente entrevistar aqueles indivíduos que participaram ativamente do processo de criação da empresa e que, atualmente, ainda continuam a desenvolver o papel de gestor dentro do estabelecimento. Quanto aos usuários procurados, são da comunidade local, para obter um respaldo mais próximo da realidade da sociedade circunvizinha. Procurou-se, na escolha desses entrevistados, não atingir o grande número de turistas que frequentam esse tipo de estabelecimento, principalmente nessa época do ano, o que, com certeza, iria atrapalhar o foco do estudo principal.

No caso de uma empresa com mais de um criador, escolheu-se somente um deles, para torná-lo colaborador do questionário. Isso ocorreu pela falta de disponibilidade de tempo, pela inacessibilidade de alguns sócios e pelo elevado número de informações a serem levantadas.

No questionário voltado para os usuários, muitas vezes, tentou-se explicar alguns conceitos, tais como: inclusão social, inclusão digital, sustentabilidade, dentre outras. Também foi constatado muitas respostas foram fruto da falta de conhecimento do assunto.

Por outro lado, a investigação procurou também seguir uma orientação no sentido de explorar, em profundidade, o fenômeno em estudo, com base na experiência vivida pelos entrevistados e trazer contribuições para futuras pesquisas.

10.2 Instrumento de coleta de dados: “o questionário”

Para o levantamento dos dados sobre as variáveis que caracterizam o estudo, foi elaborado um questionário. Esse instrumento de recolha e levantamento de dados compunha-se de perguntas fechadas e abertas. Teve especificamente dois níveis de atores: o primeiro foram os empreendedores proprietários de Lan-Houses, cujo levantamento das questões teve

como base a investigação sobre empreendedorismo, inclusão digital, inovação e sustentabilidade nas suas empresas, bem como era a sua percepção de como viam os seus usuários. O segundo foram os usuários desses estabelecimentos, cujo levantamento das questões teve como base a investigação sobre inclusão digital e sustentabilidade, que era gerada pelo uso desses serviços.

O questionário foi remetido aos empreendedores e seus respectivos usuários, segundo informações colhidas através de análise, aplicado pessoalmente a cada um dos entrevistados e anotadas as respostas, devidamente demarcadas pelo texto, formado por quatro partes principais, com algumas perguntas abertas e fechadas acerca do assunto.

- a) Identificação da empresa: consiste de uma análise prévia para identificá-la, quantas máquinas possui, quantos funcionários, etc.
- b) Parte II – Motivações e oportunidades para a criação da empresa: nessa etapa, foram identificados os principais fatores que determinaram o momento de criar a empresa.
- c) Parte III – Percepções do empreendedor sobre as dificuldades e facilidades para a criação da empresa: nesse item, foram definidos os caminhos e entraves percorridos pelo empreendedor para a criação de sua empresa e como esse assunto afetou o processo como um todo.
- d) Parte IV – Percepção do empreendedor sobre o processo de inclusão digital, desenvolvimento sustentável que gera a sua empresa: nessa etapa, uma análise sobre a percepção das atividades que os usuários praticam em seus empreendimentos, qual o nível de renda de seus usuários, se e qual o motivo por que o estabelecimento gera ou não inclusão social e sustentabilidade.

Já o questionário voltado para os usuários é formado por duas partes principais com algumas perguntas abertas e fechadas acerca do assunto.

- a) Identificação do usuário: consiste em uma análise prévia para identificação, escolaridade, dentre outros.
- b) Percepção do usuário sobre o processo de inclusão digital, desenvolvimento sustentável gerado pelas Lan-Houses: nessa etapa, uma análise sobre a percepção das atividades que os usuários praticam nas Lan-House; qual o nível de renda de seus usuários; qual o número de vezes ao mês que eles utilizam o serviço; se o custo benefício desse serviço corresponde às suas expectativas; se e qual o motivo que o estabelecimento gera inclusão social e sustentabilidade.

Destinado aos empreendedores e usuários de Lan-Houses no município de Ipojuca, o questionário serviu de roteiro para a condução das entrevistas e anotação das respostas, com

duração de 25 a 45 minutos. O pesquisador comprometeu-se a não revelar, no relatório final da pesquisa, os nomes dos entrevistados e das respectivas empresas envolvidas.

Durante a realização das entrevistas, foram feitas anotações complementares, com o objetivo de incorporar à pesquisa certas informações, ainda que obtidas informalmente, que complementassem o modelo de questionário adotado e que pudessem trazer contribuições significativas para o estudo.

10.3 Método de análise

A análise estatística foi formulada seguindo alguns critérios: obteve-se a distribuição de frequência acerca das respostas dos dois questionários e fez-se a soma de todas as respostas equivalentes. Depois, foram feitos testes comparativos por distribuições de frequências absolutas e relativas e cálculo de médias de todas as respostas envolvidas. Finalmente, procedeu-se à análise e conclusão multivariada dos dados, das motivações e percepções.

10.4 Procedimentos metodológicos

Pesquisa é um conjunto de ações e propostas para encontrar a solução para um problema, cuja base são procedimentos racionais e sistemáticos. A pesquisa é realizada quando se tem um problema e não se têm informações para solucioná-lo. Minayo (1993, p. 23), por um prisma mais filosófico, considera a pesquisa como:

Atividade básica das ciências na sua indagação e descoberta da realidade. É uma atitude e uma prática teórica de constante busca que define um processo intrinsecamente inacabado e permanente. É uma atividade de aproximação sucessiva da realidade que nunca se esgota, fazendo uma combinação particular entre teoria e dados.

Demo (1996, p. 34) insere a pesquisa como atividade cotidiana, considerando-a uma atitude, um “questionamento sistemático crítico e criativo, mais a intervenção competente na realidade, ou o diálogo crítico permanente com a realidade em sentido teórico e prático”.

Para Gil (1991, p. 42), a pesquisa tem um caráter pragmático, é um “processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”.

A pesquisa deste estudo é quantitativa, pois é considerada-se que o objeto de estudo pode ser quantificável. Determinar a quantidade ou valor significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Em segundo lugar, a pesquisa é de âmbito

exploratório, o que, segundo Gil (1991), visa a proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Assume, em geral, as formas de pesquisas bibliográficas e estudos de casos. Em terceiro lugar, do ponto de vista dos procedimentos técnicos, será de âmbito de levantamento, que, segundo Gil (1991), ocorre quando a pesquisa envolve interrogação direta das pessoas, cujo comportamento se deseja conhecer.

No capítulo que segue é demonstrado como essas metodologias foram aplicadas na realização dos resultados dessa pesquisa.

11 RESULTADOS ALCANÇADOS A PARTIR DOS DADOS OBTIDOS ATRAVÉS DOS SÓCIOS, GERENTES E USUÁRIOS DE LAN-HOUSES

A investigação foi efetuada no município de Ipojuca/PE, no período de Janeiro a março de 2009, com a preocupação de entrevistar somente agentes que realmente faziam parte da comunidade local, evitando entrevistar turistas, o que era bastante comum nessa época do ano, devido à grande diversidade de praias desse município.

Nas análises dos dados coletados, foi detectado pouquíssimas diferenças significativas nas variáveis que serviram para caracterizar o questionário. Diante desse fato, os resultados serão apresentados através de tabelas de distribuição de frequência absoluta e em gráficos do tipo coluna, com a apresentação visual dos dados da tabela, com o intuito de melhor analisar as respostas.

A concentração de frequências em determinadas categorias servirá de indicação para uma tendência de homogeneidade dos dados pesquisados, com relação a determinado atributo. Assim, observada uma maior concentração em torno de uma categoria, para tomá-la como base para o delineamento de um perfil do empreendimento estudado.

Por outro lado, se os dados se apresentarem fragmentados em torno das categorias existentes, não se verificando a concentração em determinadas categorias, não se considera a respectiva variável do atributo em estudo, como significativo para o esboço do perfil descritivo do empreendimento estudado.

Os procedimentos acima descritos servirão de padrão para a apresentação e análise dos resultados e a elaboração da tipologia dos empreendedores/criadores de Lan-Houses e seus respectivos usuários.

11.1 Parte I: sócios ou gerentes

A primeira parte do questionário, que teve um número de 31 entrevistados em, aproximadamente, 27 estabelecimentos diferentes, enfoca os sócios dos empreendimentos, identifica cada um deles com índices como a escolaridade, faixa etária, quantos funcionários, qual o número de equipamentos, quais as dificuldades que eles enfrentaram durante a abertura da empresa, qual o comprometimento deles com o empreendimento, qual a visão que eles têm acerca dos seus usuários, qual a visão de sustentabilidade e, por fim, qual a visão acerca de inclusão digital que eles veem que o seu negócio proporciona.

Houve muitos entraves para a conclusão dessa parte da entrevista. Dada a ausência de muitos dos sócios do estabelecimento, várias vezes tentou-se voltar para poder concluir o questionário. Foi encontrado mesmo que em menor número do que o dos usuários, uma desorientação nos conceitos de inclusão digital e sustentabilidade por parte de alguns sócios. Contudo, pela conversa antes da resposta, pôde-se chegar ao mais próximo da compreensão de cada um sobre o tema.

Foi enfocada a faixa etária dos empreendedores: obteve-se uma concentração de resultados na faixa dos 26 a 35 anos. É notório um número bastante significativo de empreendedores com menos de 25 anos (Gráfico 01; Tabela 01). Isso poderia caracterizar-se pelo empreendimento de base tecnológica, o que facilita o seu domínio por jovens.

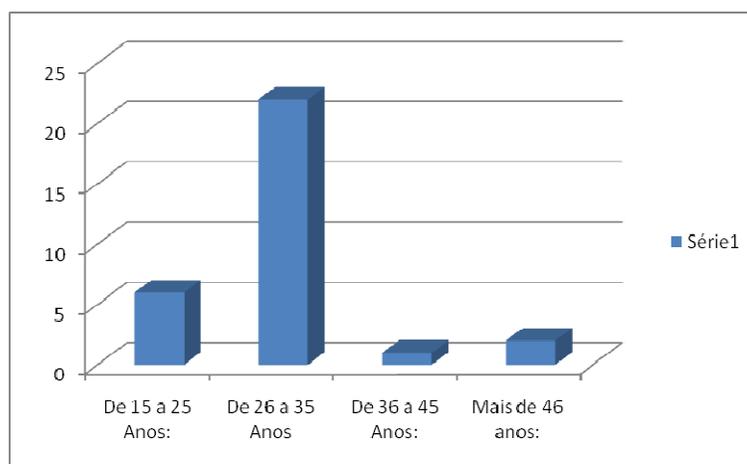


GRÁFICO 01 – Faixa etária dos empreendedores

TABELA 01 - Faixa etária dos empreendedores

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Faixa etária:	
De 15 a 25 Anos:	6
De 26 a 35 Anos	22
De 36 a 45 Anos:	1
Mais de 46 anos:	2

Foi enfocada a escolaridade dos empreendedores (Gráfico 02; Tabela 02). Foram concentrados os resultados na faixa de escolaridade até o ensino médio. É notório um número bastante significativo de empreendedores com a escolaridade em segundo grau e nível universitário, que, somados, chegam ao número de 17, ultrapassando o nível escolar pontual de escolaridade até o ensino médio. Foi constatado que, devido ao fato de ter um significativo

número de jovens empreendedores, esse quantitativo de indivíduos com escolaridade até o ensino médio se dá por conta desse fator.

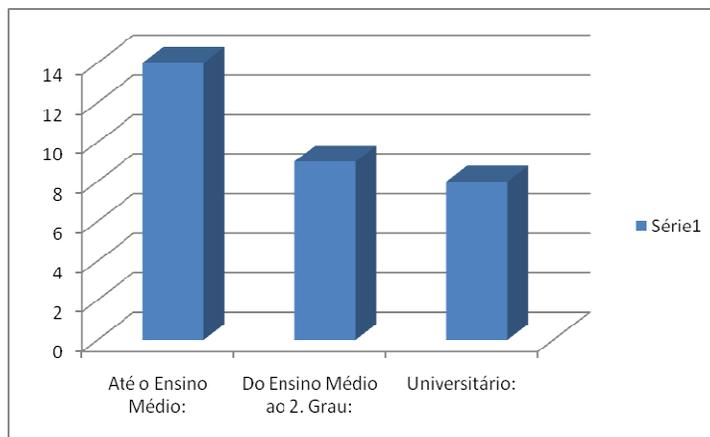


GRÁFICO 02 – Escolaridade dos empreendedores

TABELA 02 – Escolaridade dos empreendedores

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Até o Ensino Médio:	14
Do Ensino Médio ao 2 ^o Grau:	9
Universitário:	8

Indagou-se o número de funcionários por estabelecimento (Gráfico 03; Tabela 03), concentrando-se os resultados na faixa de dois empregados; logo em seguida, o número de três. Esses números sempre são acrescidos do sócio, que, em quase sua totalidade, também se coloca como um funcionário ativo do estabelecimento. Foi constatado que esse tipo de empreendimento gera riquezas devido à geração de emprego e renda. Os funcionários são sempre das regiões circunvizinhas, o que acaba favorecendo o desenvolvimento do município.

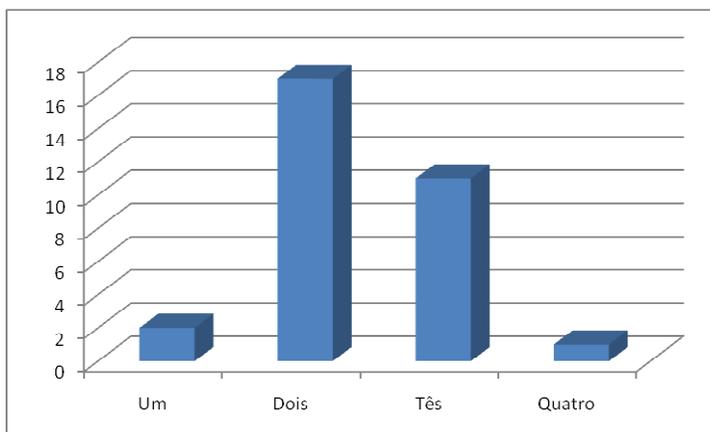


GRÁFICO 03 – Número de empregados dos empreendedores

TABELA 03 – Número de empregados dos empreendedores

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Número de Empregados	
Um	2
Dois	17
Tês	11
Quatro	1

Indagou-se sobre o número de computadores de cada empreendimento (Gráfico 04; Tabela 04). Existe uma concentração de resultados na faixa de 09 a 12 equipamentos; logo em seguida, a faixa de 05 a 08 se destaca. Quando foram observados os estabelecimentos, em média e visualmente, sempre a lotação da casa estava em 50% a 60% de sua ocupação. Dentre a média de equipamentos, foi constatado que cerca de 4 a 6 pessoas estavam usando os computadores.

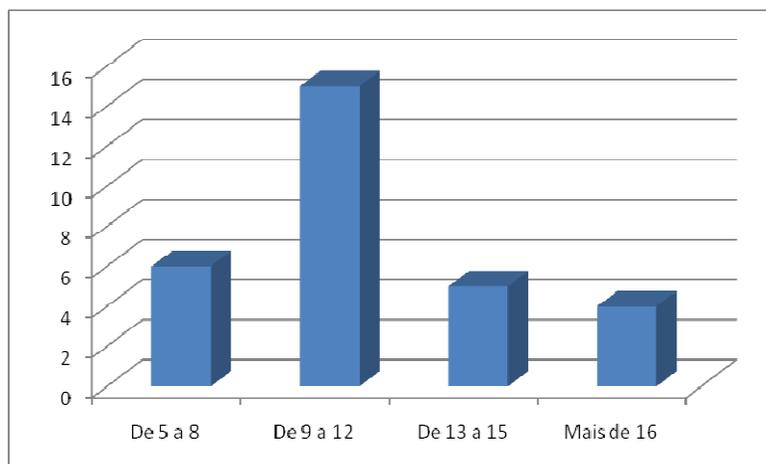


GRÁFICO 04 – Número de equipamentos

TABELA 04 – Número de equipamentos

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Número de Equipamentos	
De 5 a 8	6
De 9 a 12	15
De 13 a 15	5
Mais de 16	4

A partir dessa pergunta até a do gráfico e tabela de número 21, que se encontra na página 109, foram feitas perguntas fechadas, com respostas organizadas por ordem de importância; variou-se entre nenhuma importância, pouca importância, média importância, muita importância e extremamente importante.

Na pergunta abaixo, enfocou-se definir objetivos claros e específicos de longo prazo. Concentraram-se os resultados na faixa de média importância; logo em seguida, com 9

resultados, o de extrema importância (Gráfico 05; Tabela 05). Conclui-se, então, que a maioria segue um planejamento com foco nos resultados atuais e projetando o futuro.

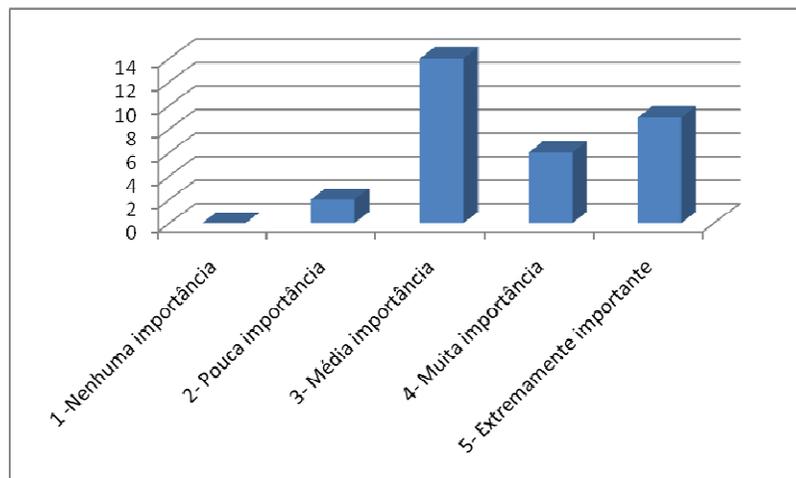


GRÁFICO 05 – Ordem de importância: definir objetivos claros e específicos de longo prazo

TABELA 05 – Ordem de importância: definir objetivos claros e específicos de longo prazo

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Definir objetivos claros e específicos de longo prazo	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	2
3 - Média importância	14
4 - Muita importância	6
5 - Extremamente importante	9

Calculando, deliberadamente, os riscos e avaliando as alternativas, observou-se a concentração de resultados na faixa de muita importância; logo em seguida, com 11 resultados, de extrema importância (Gráfico 06; Tabela 06). Foi concluído que a maioria calcula sempre os riscos inerentes ao negócio e avalia as alternativas a seguir, mediante esses entraves.

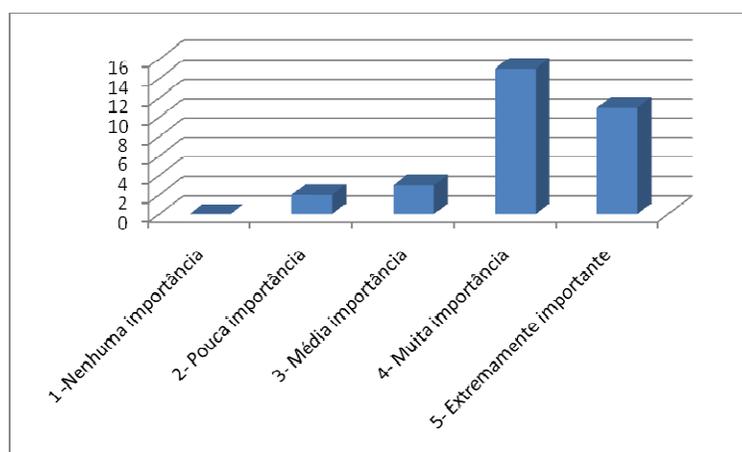


GRÁFICO 06 – Ordem de importância: calcular deliberadamente os riscos e avaliar as alternativas

TABELA 06 – Ordem de importância: calcular deliberadamente os riscos e avaliar as alternativas

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Calcular deliberadamente os riscos e avaliar as alternativas.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	2
3 - Média importância	3
4 - Muita importância	15
5 - Extremamente importante	11

Tomar medidas para atender ou exceder os padrões de qualidade dos produtos/serviços ofertados ao mercado. Concentram-se os resultados na faixa de média importância, logo em seguida, com 13 resultados, o de muita importância (Gráfico 07; Tabela 07). Concluiu-se que a maioria está sempre atenta no que o mercado exige e está apta a mudanças, se for necessário: característica intrínseca a qualquer empreendedor.

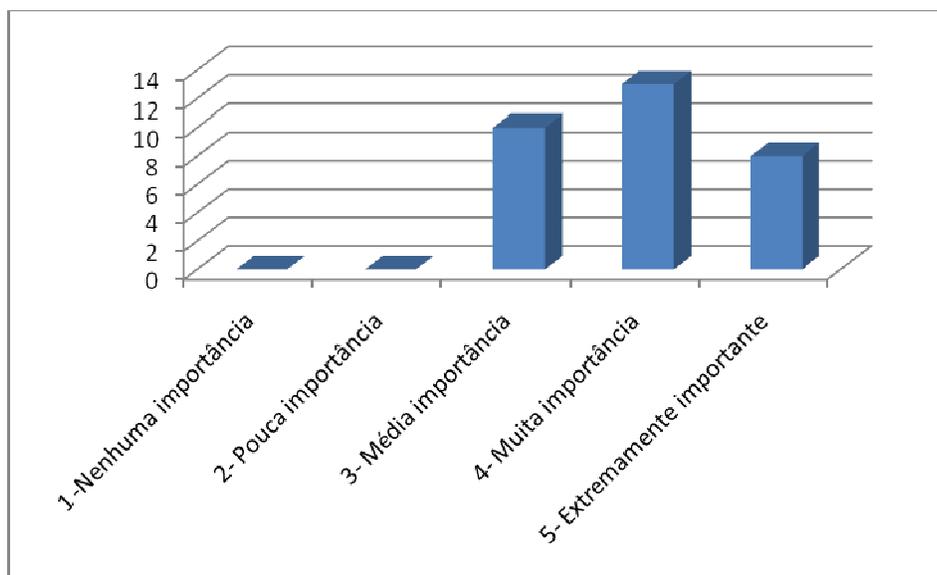


GRÁFICO 07 – Ordem de importância: tomar medidas para atender ou exceder os padrões de qualidade dos produtos/serviços ofertados ao mercado

TABELA 07 – Ordem de importância: tomar medidas para atender ou exceder os padrões de qualidade dos produtos/serviços ofertados ao mercado

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Tomar medidas para atender ou exceder os padrões de qualidade dos produtos/serviços ofertados ao mercado.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	10
4 - Muita importância	13
5 - Extremamente importante	8

No quesito “Tomar medidas para estender o negócio a novas áreas, produtos ou serviços”, concentraram-se os resultados na faixa de muita importância; logo em seguida, com 09 resultados, de extremamente importante (Gráfico 08; Tabela 08). Foi observado, então, que a maioria não hesitaria em mudar o seu foco de atividade para se adequar ao mercado.

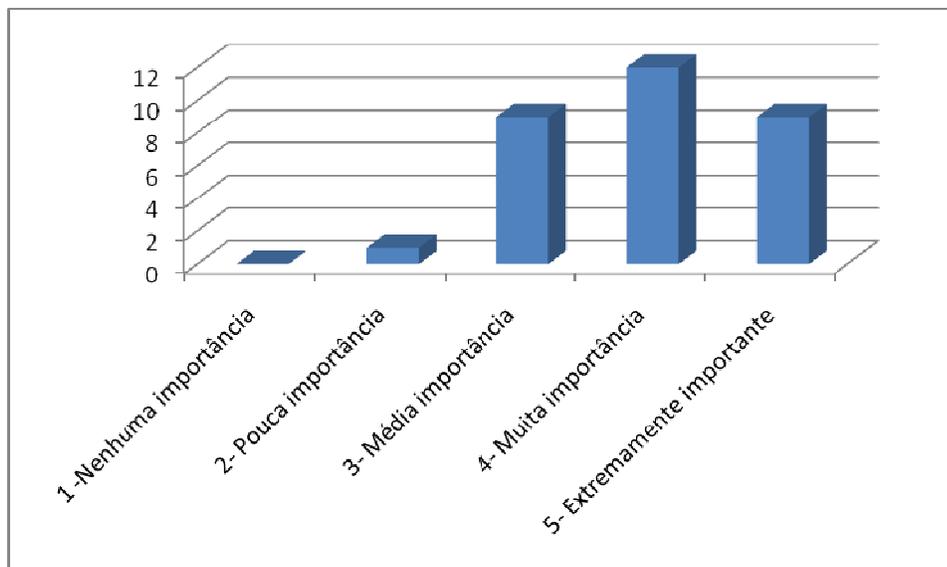


GRÁFICO 08 – Ordem de importância: tomar medidas para estender o negócio a novas áreas, produtos ou serviços

TABELA 08 – Ordem de importância: tomar medidas para estender o negócio a novas áreas, produtos ou serviços

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Tomar medidas para estender o negócio a novas áreas, produtos ou serviços.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	1
3 - Média importância	9
4 - Muita importância	12
5 - Extremamente importante	9

Identificar oportunidades únicas para iniciar o negócio, obter equipamentos e espaço físico para instalar a empresa. A concentração de resultados ficou na faixa de muita importância; logo em seguida, com 11 resultados, veem-se os de extremamente importante

(Gráfico 09; Tabela 09). Conclui-se, então, que a maioria tem o espírito de busca de um negócio intrínseco a qualquer empreendedor.

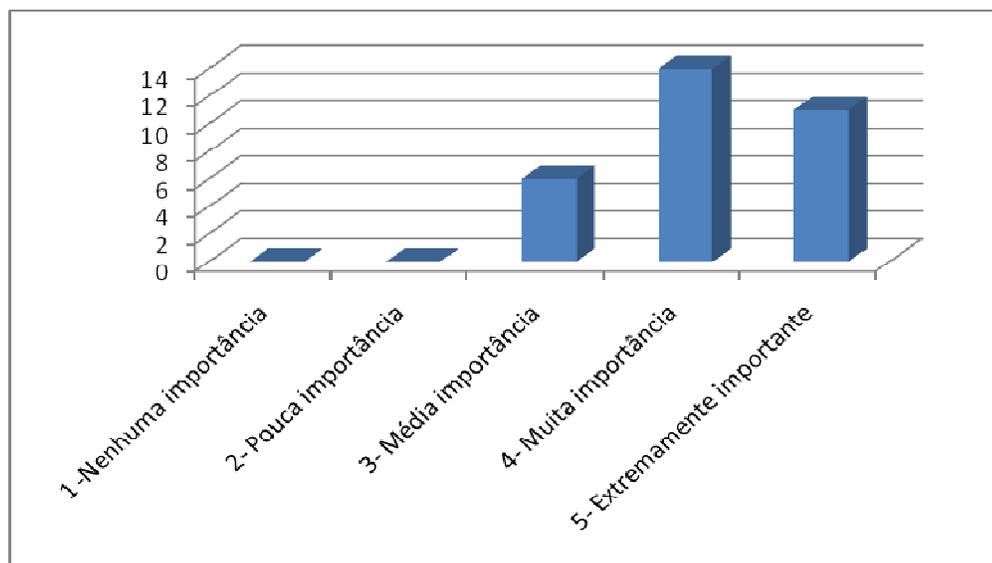


GRÁFICO 09 – Ordem de importância: identificar oportunidades únicas para iniciar o negócio, obter equipamentos e espaço físico para instalar a sua empresa

TABELA 09 – Ordem de importância: identificar oportunidades únicas para iniciar o negócio, obter equipamentos e espaço físico para instalar a empresa

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Identificar oportunidades únicas para iniciar o negócio, obter equipamentos e espaços físico para instalar a sua empresa.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	6
4 - Muita importância	14
5 - Extremamente importante	11

Buscar pessoalmente, informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes. A concentração de resultados ficou na faixa de extremamente importante, logo em seguida, com 08 resultados, de muita importância (Gráfico 10; Tabela 10). Conclui-se, então, que a maioria

zela pelo Brench Mark (pesquisa com concorrentes), pela busca de melhores negócios com seus fornecedores e, principalmente, pelo nível de satisfação de seus clientes.

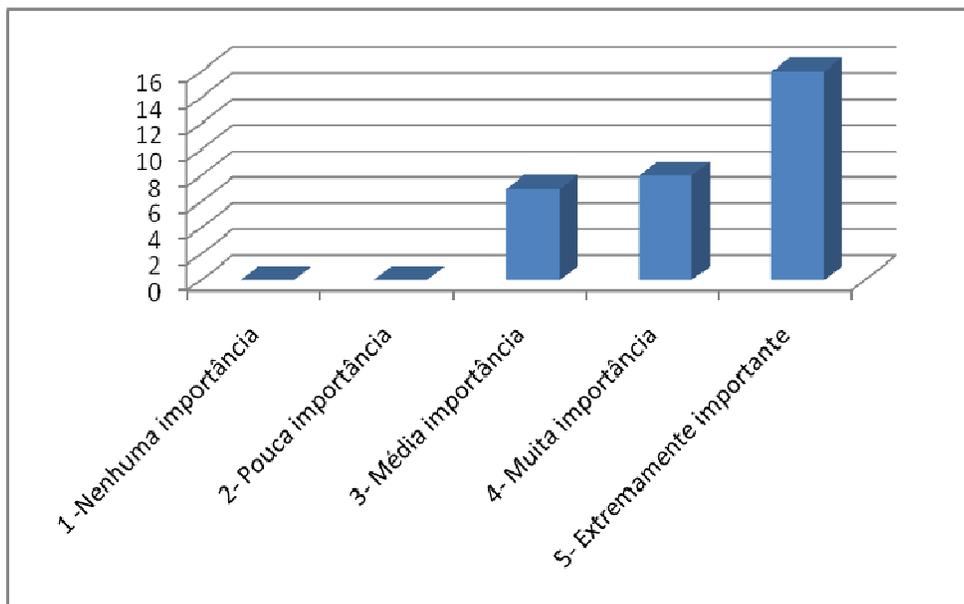


GRÁFICO 10 – Ordem de importância: buscar pessoalmente informações sobre clientes fornecedores ou concorrentes

TABELA 10 – Ordem de importância: buscar pessoalmente informações sobre clientes fornecedores ou concorrentes

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Buscar pessoalmente informações sobre clientes fornecedores ou concorrentes.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	7
4 - Muita importância	8
5 - Extremamente importante	16

Tomar medidas repetidas vezes ou mudar para uma estratégia alternativa a fim de enfrentar desafios ou superar obstáculos. Foi observado que a concentração de resultados ficou na faixa de extremamente importante; logo em seguida, com 10 resultados, de muita importância (Gráfico 11; Tabela 11). Conclui-se, então, que a

maioria tem o espírito de inovação e mudança para enfrentar as dificuldades impostas pelo mercado ou pelo meio.

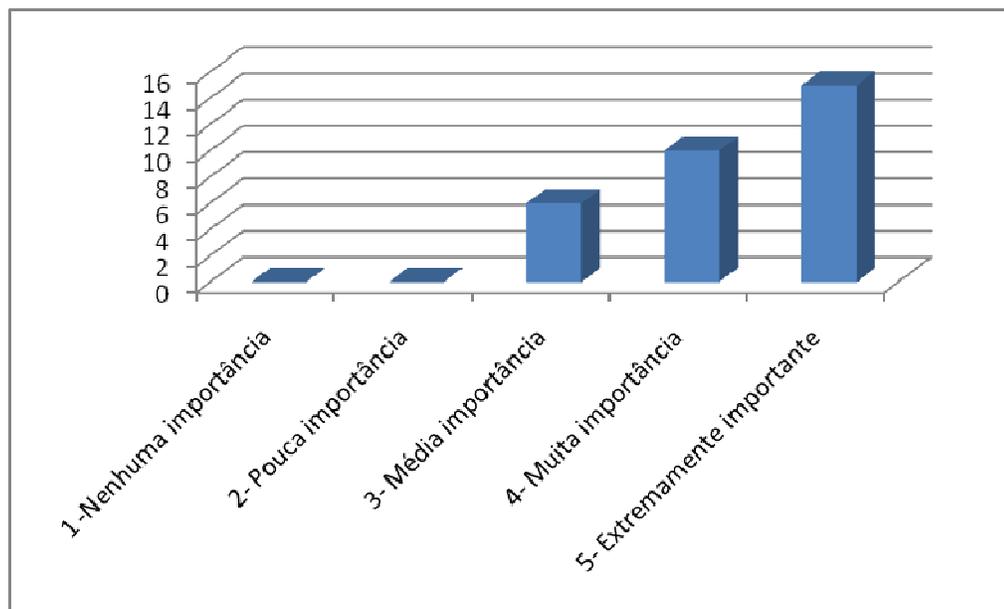


GRÁFICO 11 – Ordem de importância: tomar medidas repetidas vezes ou mudar para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar desafios ou superar obstáculos

TABELA 11 – Ordem de importância: tomar medidas repetidas vezes ou mudar para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar desafios ou superar obstáculos

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Tomar medidas repetidas vezes ou mudar para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar desafios ou superar obstáculos.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	6
4 - Muita importância	10
5 - Extremamente importante	15

Foi abordado utilizar pessoal-chave, agentes para atingir seus objetivos. O maior número de resultados na faixa de extremamente importante; logo em seguida, com 13 resultados, para de muita importância (Gráfico 12; Tabela 12). Conclui-se, então, que a

maioria zela pelos seus colaboradores e sabe a real importância deles para o sucesso de seus negócios.

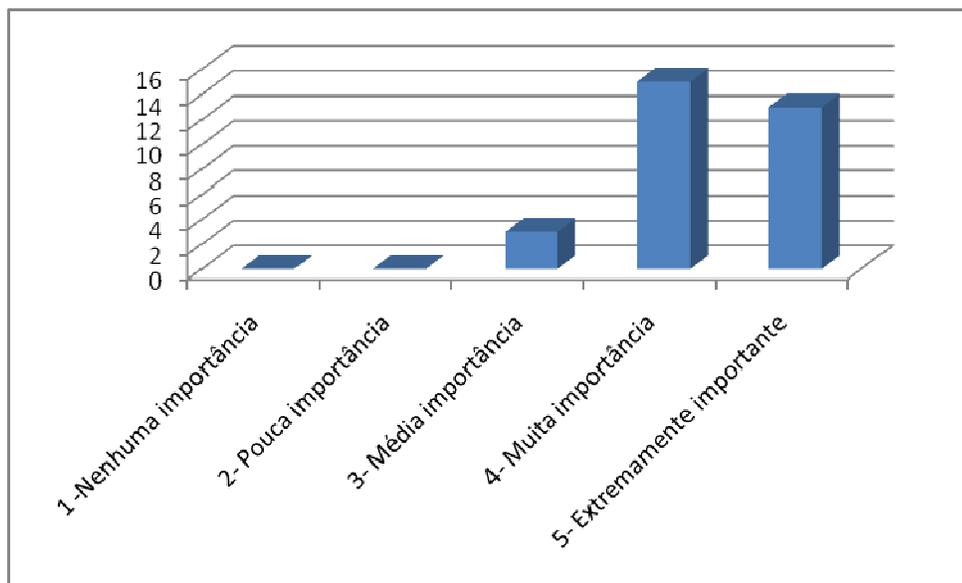


GRÁFICO 12 – Ordem de importância: utilizar pessoal-chave: agentes para atingir seus objetivos

TABELA 12 – Ordem de importância: utilizar pessoal-chave: agentes para atingir seus objetivos

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Utilizar pessoal-chave – agentes para atingir seus objetivos.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	3
4 - Muita importância	15
5 - Extremamente importante	13

Foi questionado sobre utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir outros. A concentração de resultados ficou na faixa de média importância; logo em seguida, com 12 resultados, têm-se os de muita importância (Gráfico 13; Tabela 13). Conclui-se ,

então, que a maioria acha interessante a persuasão dos clientes para busca de resultados e utiliza estratégias planejadas para executar esse método.

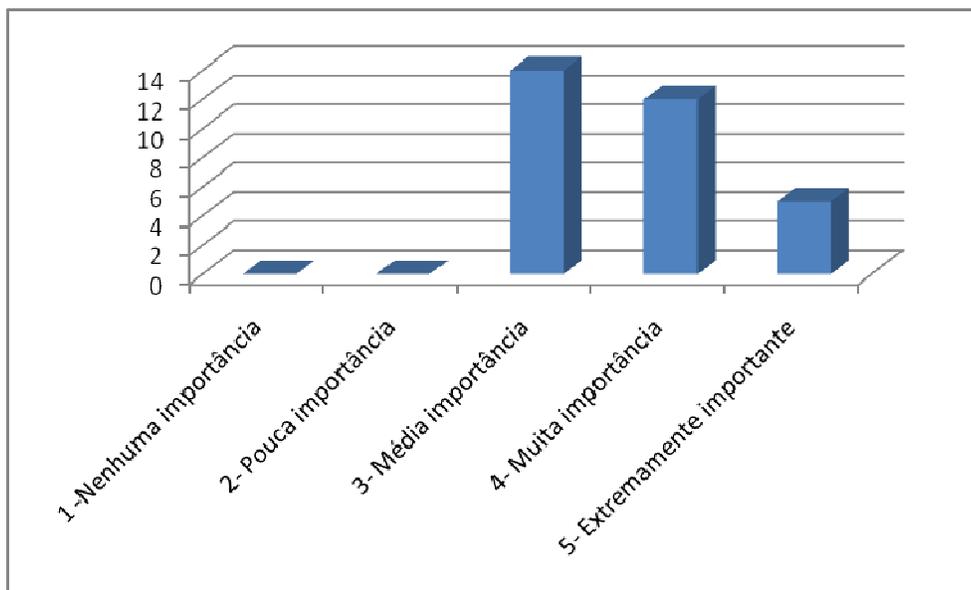


GRÁFICO 13 – Ordem de importância: utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir outros

TABELA 13 – Ordem de importância: utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir outros

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir outros.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	14
4 - Muita importância	12
5 - Extremamente importante	5

Abordou-se fazer sacrifício pessoal ou esforços extraordinários para realizar uma tarefa. A concentração de resultados ficou na faixa de extremamente importante; logo em seguida, com 10 resultados, tem-se a de média importância (Gráfico 14; Tabela 14). Conclui-

se, então, que a maioria acha importante a realização das tarefas determinadas, fator que expõe o foco nos objetivos.

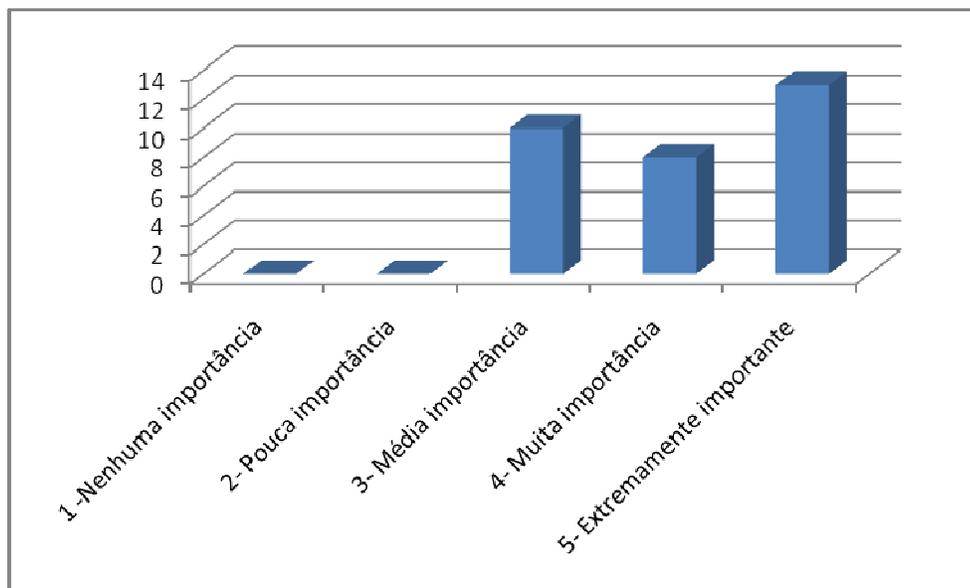


GRÁFICO 14 – Ordem de importância: Fazer sacrifício pessoal ou esforços extraordinários para a realização de uma tarefa

TABELA 14 – Ordem de importância: fazer sacrifício pessoal ou esforços extraordinários para a realização de uma tarefa

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Fazer sacrifício pessoal ou esforços extraordinários para a Realização de uma tarefa.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	10
4 - Muita importância	8
5 - Extremamente importante	13

Buscou-se fazer, pessoalmente, pesquisas sobre como fornecer seus produtos e serviços. A concentração de resultados ficou na faixa de muita importância; logo em seguida, com 10 resultados, de extremamente importante (Gráfico 15; Tabela 15). Destaca-se, então,

que a maioria acha importante sempre se renovar para atender e deixar mais satisfeito os seus clientes, fator que expõe o foco na qualidade.

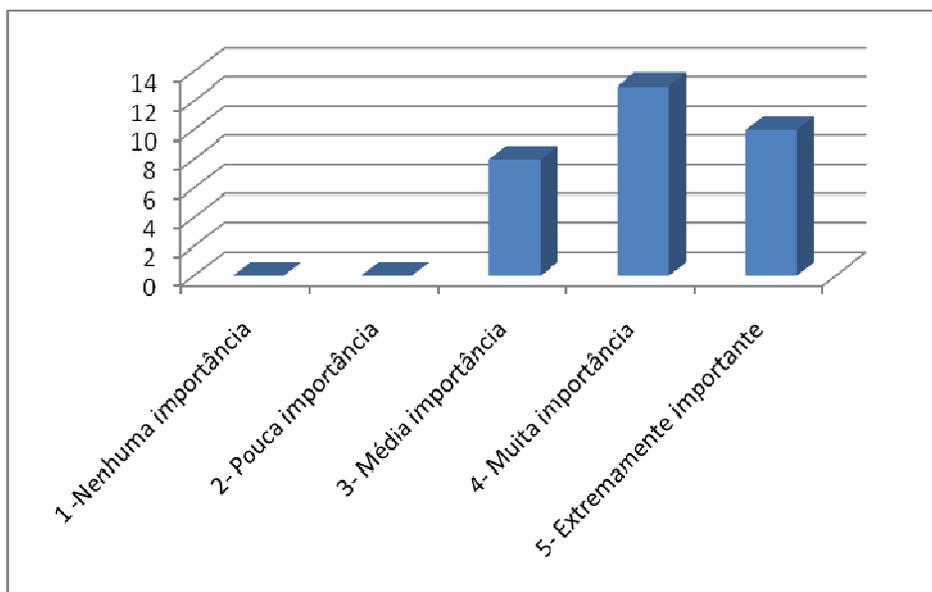


GRÁFICO 15 – Ordem de importância: fazer pessoalmente pesquisas sobre como fornecer seus produtos ou serviços

TABELA 15 – Ordem de importância: fazer pessoalmente pesquisas sobre como fornecer seus produtos ou serviços

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Fazer pessoalmente pesquisas sobre como fornecer seus produtos ou serviços	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	8
4 - Muita importância	13
5 - Extremamente importante	10

Procurou-se encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma possível, mais barato. A concentração de resultados ficou na faixa de muita importância; logo em seguida, com 12 resultados, veem-se os de extremamente importante (Gráfico 16; Tabela 16). Conclui-

se, então, que a maioria acha importante sempre procurar aperfeiçoar os processos de forma a diminuir os gastos.

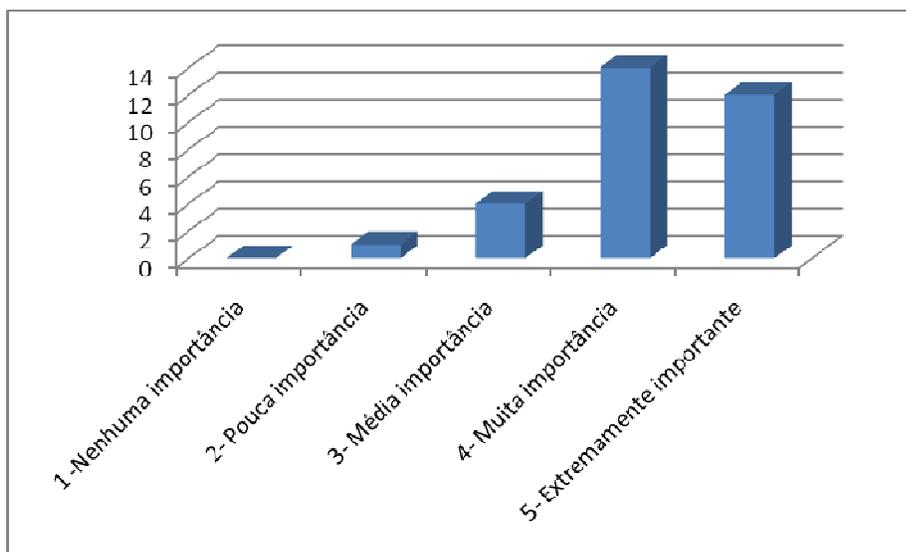


GRÁFICO 16 – Ordem de importância: encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma possível, mais barato

TABELA 16 – Ordem de importância: encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma possível, mais barato

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma possível, mais barato.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	1
3 - Média importância	4
4 - Muita importância	14
5 - Extremamente importante	12

Questionou-se dividir as tarefas em subtarefas em prazos bem definidos. A concentração de resultados na faixa de muita importância, logo em seguida, com 11 resultados, chega-se ao extremamente importante (Gráfico 17; Tabela 17). Conclui-se, então,

que a maioria acha importante a seção das tarefas para melhor dividi-las, proporcionando a otimização dos processos.

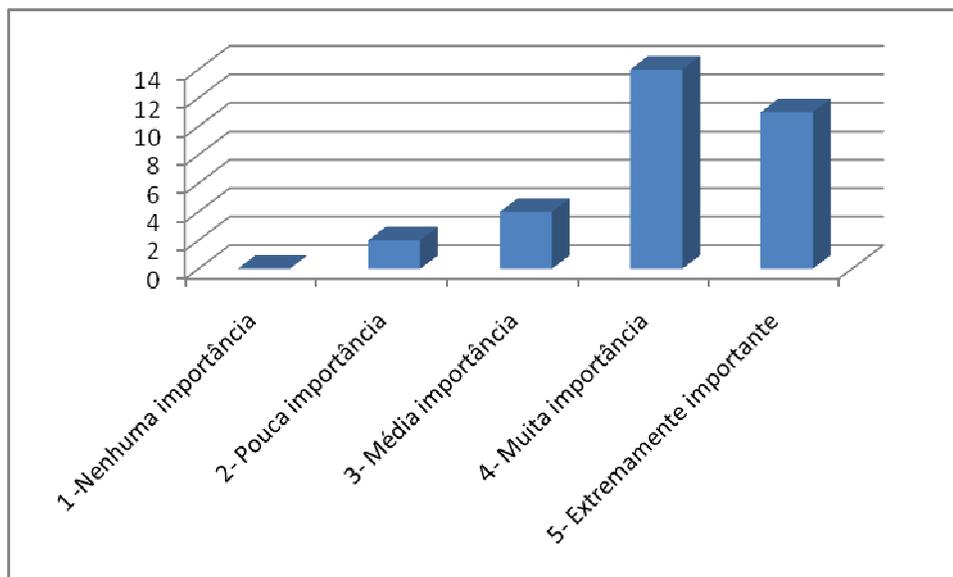


GRÁFICO 17 – Ordem de importância: dividir as tarefas em sub-tarefas em prazos bem definidos

TABELA 17 – Ordem de importância: dividir as tarefas em sub-tarefas em prazos bem definidos

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Dividir as tarefas em sub-tarefas em prazos bem definidos.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	2
3 - Média importância	4
4 - Muita importância	14
5 - Extremamente importante	11

Buscou-se revisar o plano de negócios periodicamente, levando em conta a performance e fazer as mudanças necessárias. A maioria dos resultados está na faixa de extremamente importante; logo em seguida, com 10 resultados, têm-se os de muita importância (Gráfico 18; Tabela 18). Concluiu-se, então, que a maioria acha importante a

revisão do plano de trabalho visando à performance e aplicar as mudanças que se fizerem necessárias.

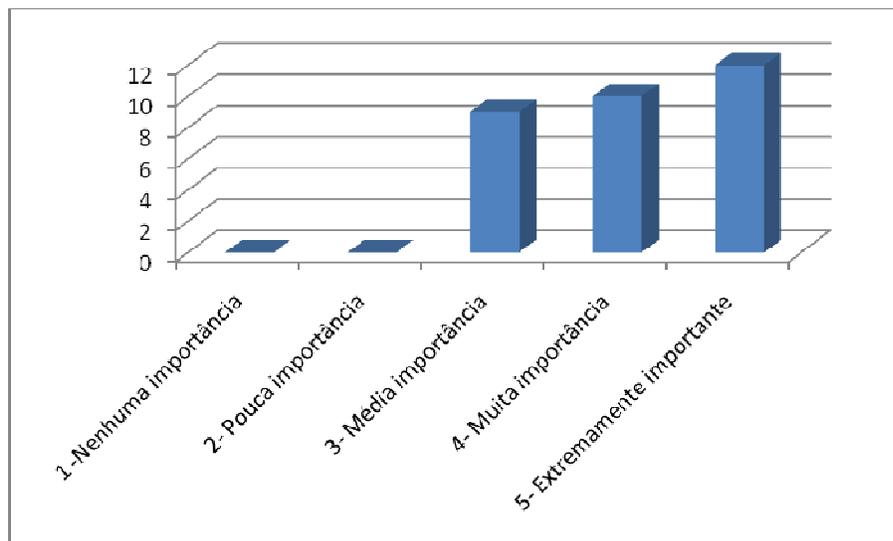


GRÁFICO 18 – Ordem de importância: revisar o plano de negócios periodicamente, levando em conta a performance e fazer as mudanças necessárias

TABELA 18 – Ordem de importância: revisar o plano de negócios periodicamente, levando em conta a performance e fazer as mudanças necessárias

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Revisar o plano de negócios periodicamente, levando em conta a performance e fazer as mudanças necessárias.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	9
4 - Muita importância	10
5 - Extremamente importante	12

Foi elaborada a pergunta onde manter os registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões de negócio. A concentração de resultados ficou na faixa de muito importante; logo em seguida, com 12 resultados, os de extrema importância (Gráfico 20; Tabela 20).

Concluiu-se, então, que a maioria acha importante o planejamento financeiro, dado o histórico de faturamento.

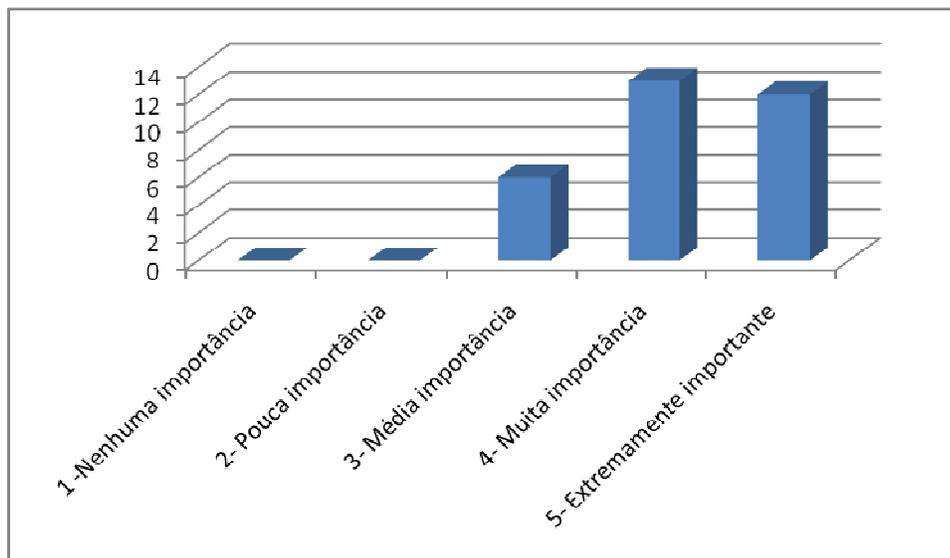


GRÁFICO 19 – Ordem de importância: manter os registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões de negócio

TABELA 19 – Ordem de importância: manter os registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões de negócio

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Manter os registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões de Negócio	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	6
4 - Muita importância	13
5 - Extremamente importante	12

Foi proposta a busca e a documentação para informações comprobatórias. A concentração de resultados ficou na faixa de muito importante; logo em seguida, com 10 resultados, chega-se a extremamente importante (Gráfico 20; Tabela 20). Concluiu-se, então,

que a maioria acha importante o registro de documentações para futuras análises comprobatórias.

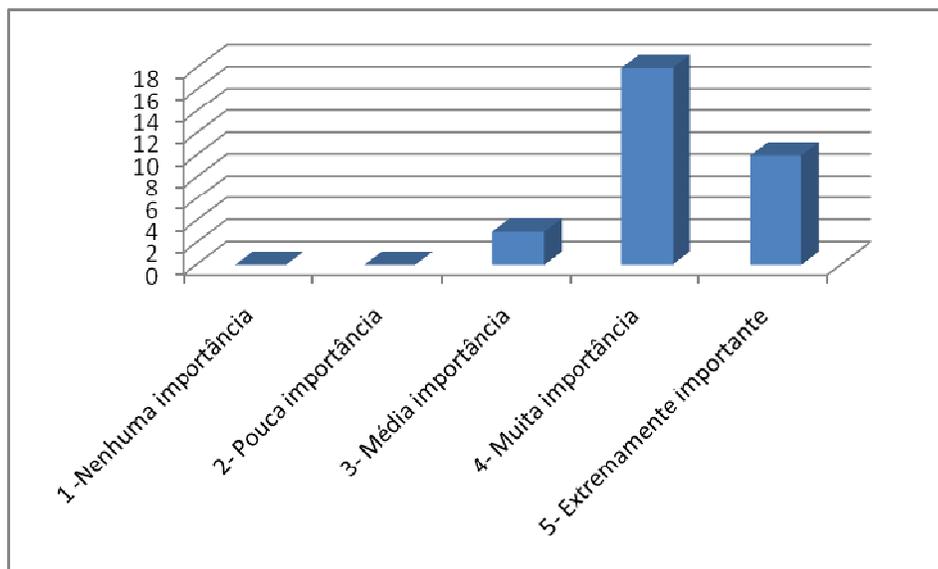


GRÁFICO 20 – Ordem de importância: buscar e documentar informações comprobatórias

TABELA 20 – Ordem de importância: buscar e documentar informações comprobatórias

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Buscar e documentar informações comprobatórias.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	3
4 - Muita importância	18
5 - Extremamente importante	10

Foi proposto o questionamento de que mostrar confiança na própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio. A concentração de resultados ficou na faixa de muito importante e de extremamente importante, com 13 resultados cada (Gráfico 21;

Tabela 21). Concluiu-se, então, que a maioria acha importante o domínio das ações dentro de seu estabelecimento e demonstrar confiança nessa ação.

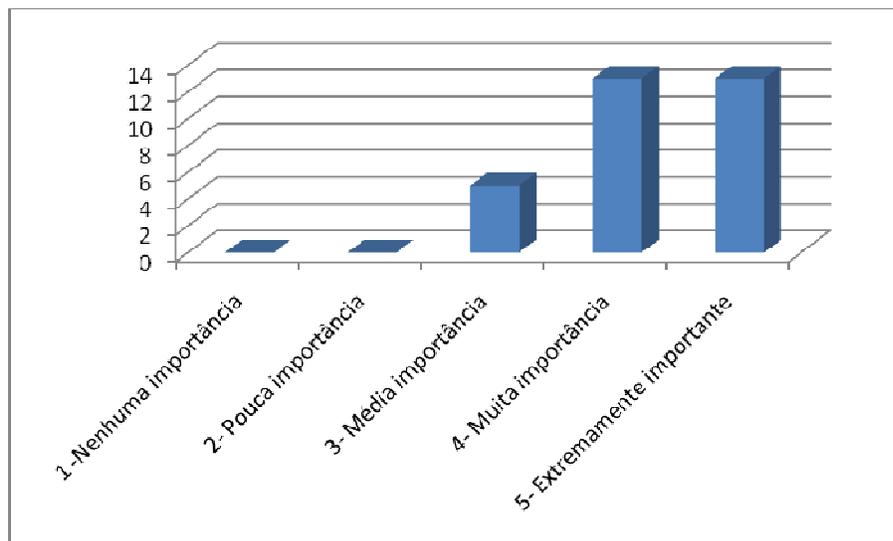


GRÁFICO 21 – Ordem de importância: mostrar confiança na própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio

TABELA 21 – Ordem de importância: mostrar confiança na própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Mostrar confiança na própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio.	
1 - Nenhuma importância	0
2 - Pouca importância	0
3 - Média importância	5
4 - Muita importância	13
5 - Extremamente importante	13

Foi feita a pergunta: o processo de criação de sua empresa durou quanto tempo, desde o momento em que iniciou até o dia da criação? A concentração de resultados ficou na faixa de 03 a 06 meses. Logo em seguida, o número de 03 meses com 13 resultados. Foi constatado

que esse tipo de empreendimento, geralmente, dura de 03 a 06 meses para ser implantado desde sua concepção até a operação do negócio (Gráfico 22; Tabela 22).

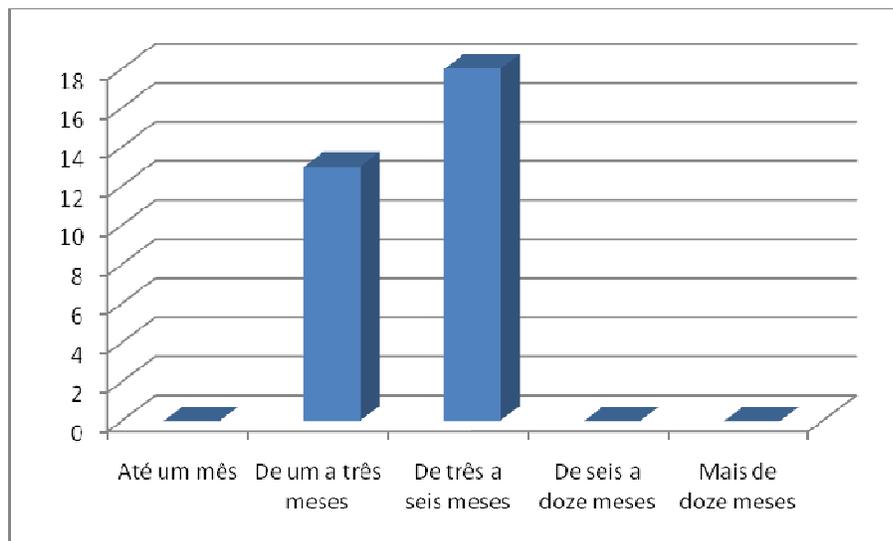


GRÁFICO 22 – O processo de criação de sua empresa durou quanto tempo, desde o momento em que iniciou até o dia da criação?

TABELA 22 – O processo de criação de sua empresa e seu tempo de duração desde o momento em que iniciou até o dia da criação?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
O processo de criação de sua empresa durou quanto tempo, desde o momento em que iniciou até o dia da criação?	
Até um mês	0
De um a três meses	13
De três a seis meses	18
De seis a doze meses	0
Mais de doze meses	0

Foi questionado que o capital utilizado para a criação da empresa foi proveniente de que fonte de renda? A concentração de resultados ficou na faixa de crédito obtido a partir de fornecedores. Logo em seguida, o número de 12, com crédito obtido através de empréstimos

bancários. Foi constatado que esse tipo de empreendimento tende a ser aberto, via recursos de terceiros, muitas vezes, galgados através de fornecedores, bancos, órgãos do governo ou empréstimos familiares (Gráfico 23; Tabela 23). Não foi obtido nenhum empreendimento com recursos próprios.

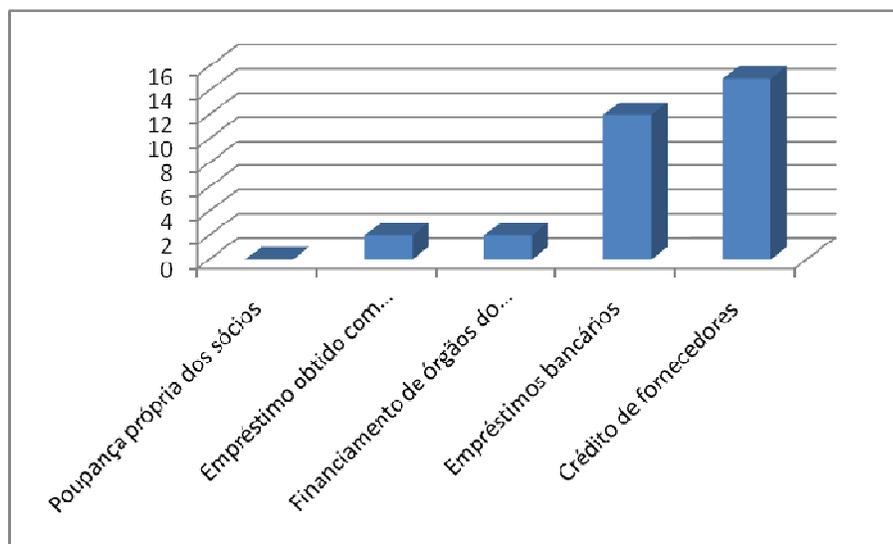


GRÁFICO 23 – O capital utilizado para a criação da empresa foi proveniente de que fonte?

TABELA 23 – O capital utilizado para a criação da empresa foi proveniente de que fonte?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
O capital utilizado para a criação da empresa foi proveniente de que fonte?	
Poupança própria dos sócios	0
Empréstimo obtido com familiares	2
Financiamento de órgãos do governo	2
Empréstimos bancários	12
Crédito de fornecedores	15

Foi proposta a opção de, se houvesse outra oportunidade, começariam o seu negócio novamente. A concentração de resultados ficou positiva, mas, com uma grande concentração, na faixa negativa. Foi constatado que, pelo fato de o Brasil passar por uma crise financeira devido à crise dos EUA no crédito imobiliário, serviços que não são essenciais à população,

existiu uma queda de procura natural, fazendo com que os empreendedores fiquem um pouco inseguros quanto ao sucesso de seu negócio (Gráfico 24; Tabela 24). De toda forma, acredita-se, pelos dados colhidos na entrevista, que os empreendedores estão satisfeitos com seu negócio.

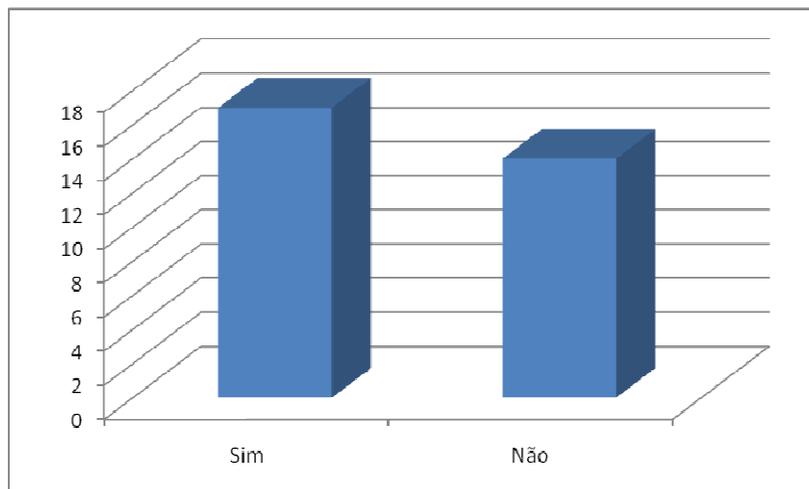


GRÁFICO 24 – Se houvesse outra oportunidade, começaria seu negócio novamente?

TABELA 24 – Se houvesse outra oportunidade, começaria seu negócio novamente?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Se houvesse outra oportunidade, começaria seu negócio novamente?	
Sim	17
Não	14

A maioria dos resultados ficou na faixa de 05% quanto às atividades praticadas pelos usuários como sendo jogos em rede ou *downloads* de jogos (Gráfico 25; Tabela 25).

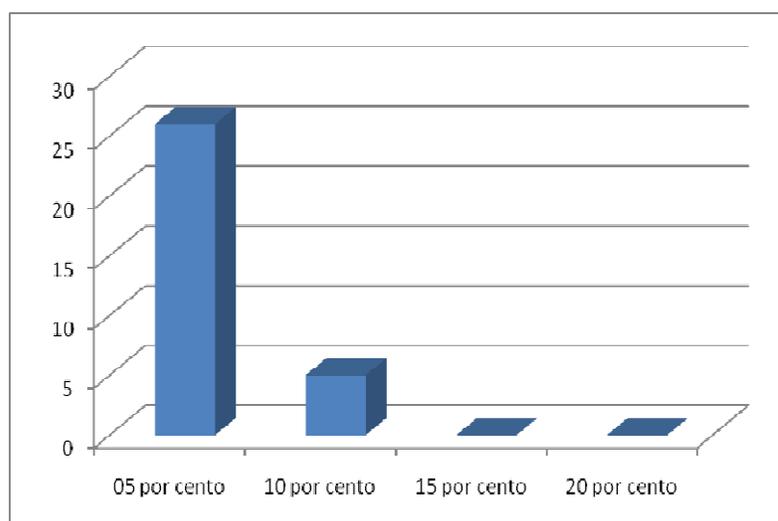


GRÁFICO 25 – Atividades praticadas pelos usuários: jogos em rede ou *downloads* de jogos

TABELA 25 – Atividades praticadas pelos usuários: jogos em rede ou *downloads* de jogos

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Jogos em rede ou <i>downloads</i> de jogos:	
05 por cento	26
10 por cento	4
15 por cento	0
20 por cento	0

O maior número de resultados ficou na faixa de 05% quanto às atividades praticadas pelos usuários como sendo: procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento. (Gráfico 26; Tabela 26).

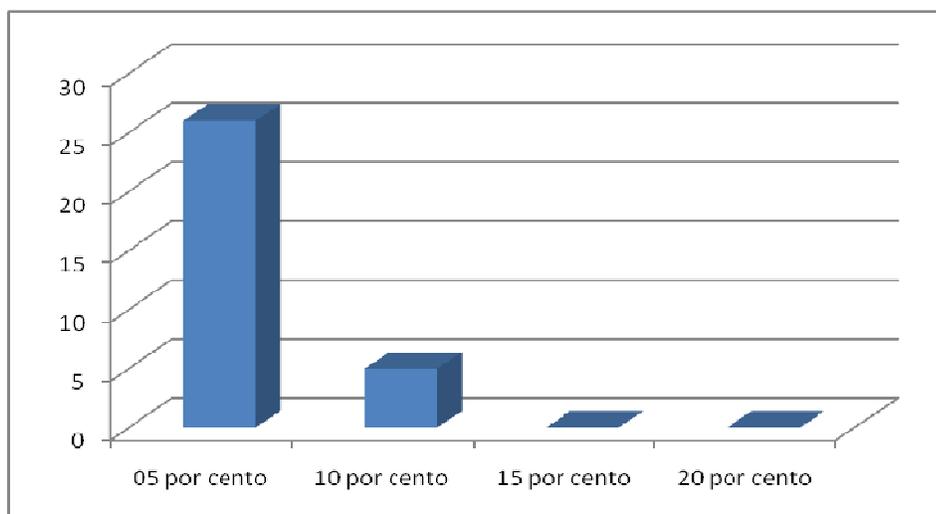


GRÁFICO 26 – Atividades praticadas pelos usuários: procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento

TABELA 26 – Atividades praticadas pelos usuários: procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento:	
05 por cento	26
10 por cento	5
15 por cento	0
20 por cento	0

A concentração de resultados ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários como sendo pesquisas em geral (Gráfico 27; Tabela 27).

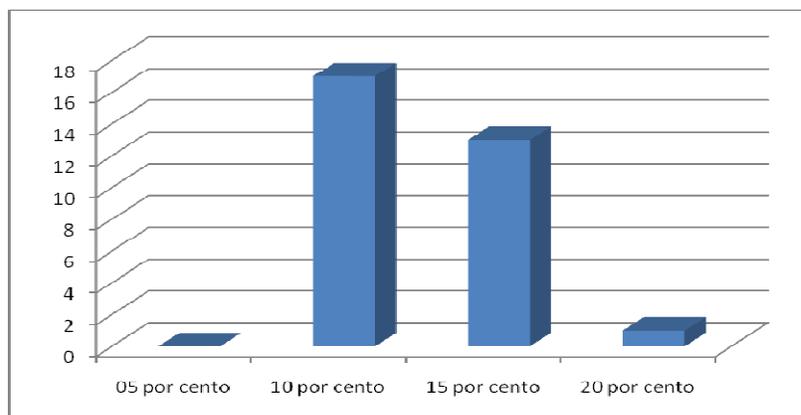


GRÁFICO 27 – Atividades praticadas pelos usuários: pesquisas em geral

TABELA 27 – Atividades praticadas pelos usuários: pesquisas em geral

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Pesquisas em geral:	
05 por cento	0
10 por cento	17
15 por cento	13
20 por cento	1

A maioria das respostas ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários: produção / digitalização de documentos em geral (Gráfico 28; Tabela 28).

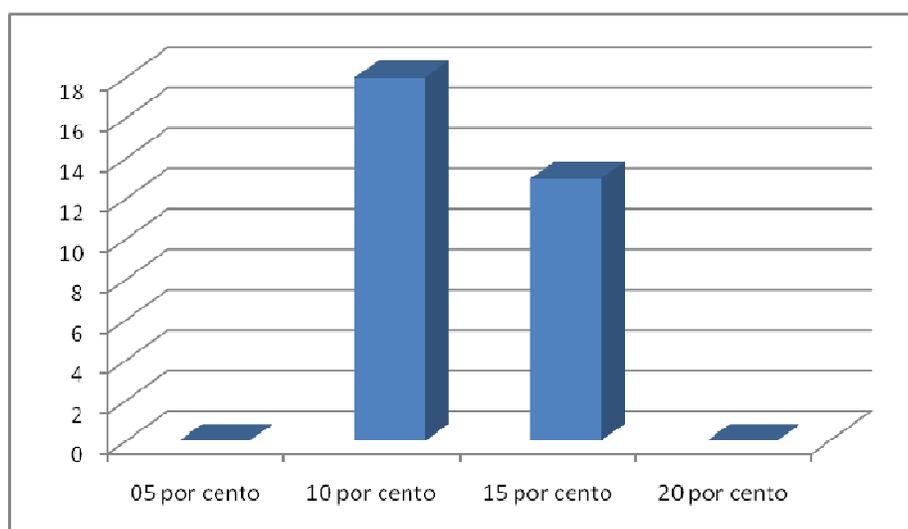
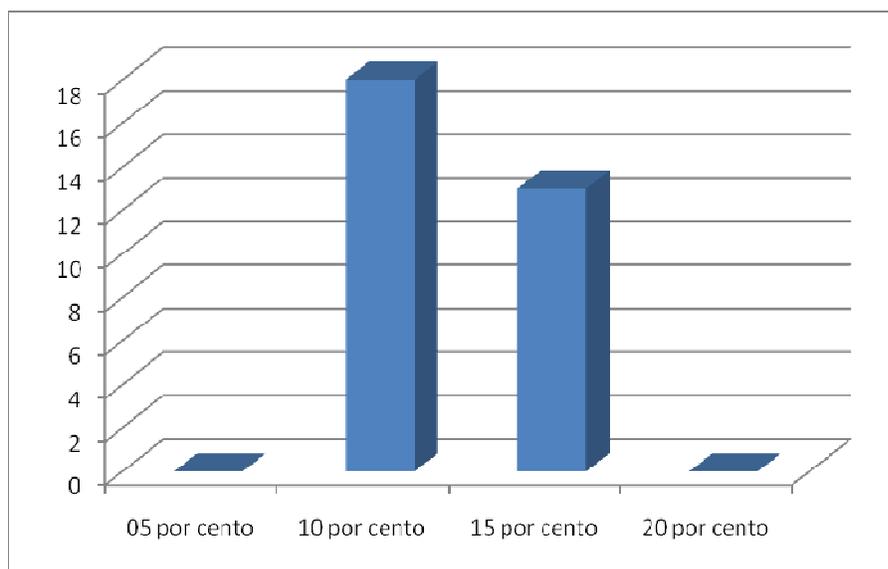


GRÁFICO 28 – Atividades praticadas pelos usuários: produção/digitalização de documentos em geral

TABELA 28 – Atividades praticadas pelos usuários: produção/digitalização de documentos em geral

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Produção/ digitalização de documentos em geral:	
05 por cento	0
10 por cento	18
15 por cento	13
20 por cento	0

A maioria dos entrevistados respondeu na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários como sendo o envio e recebimento de *e-mails* (Gráfico 29; Tabela 29).

GRÁFICO 29 – Atividades praticadas pelos usuários: envio e recebimento de *e-mails*TABELA 29 – Atividades praticadas pelos usuários: envio e recebimento de *e-mails*

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Envio e recebimento de e-mails:	
05 por cento	0
10 por cento	18
15 por cento	13
20 por cento	0

A concentração de resultados ficou na faixa de 10 % das atividades praticadas pelos usuários como sendo: participar de sites de relacionamento (Gráfico 30; Tabela 30).

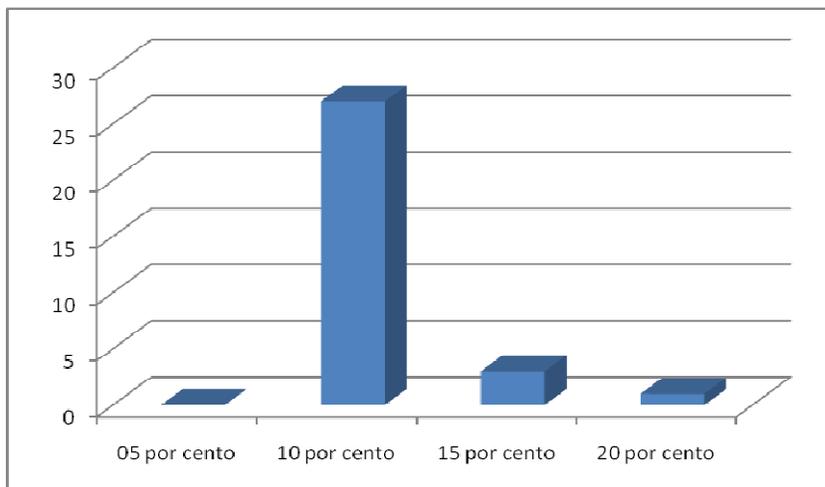


GRÁFICO 30 – Atividades praticadas pelos usuários: participar de sites de relacionamento

TABELA 30 – Atividades praticadas pelos usuários: participar de sites de relacionamento

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Participar de sites de relacionamento:	
05 por cento	0
10 por cento	27
15 por cento	3
20 por cento	1

O maior número de respostas ficou na faixa de 10 % das atividades praticadas pelos usuário, como sendo: treinamento e pesquisa educacional (Gráfico 31; Tabela 31).

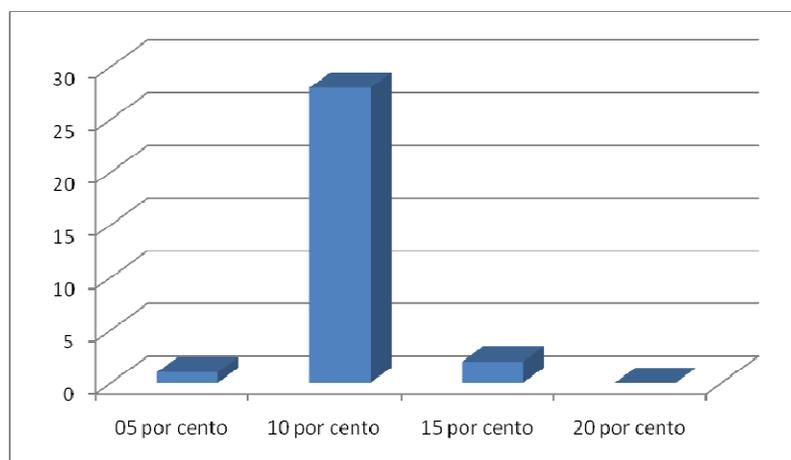
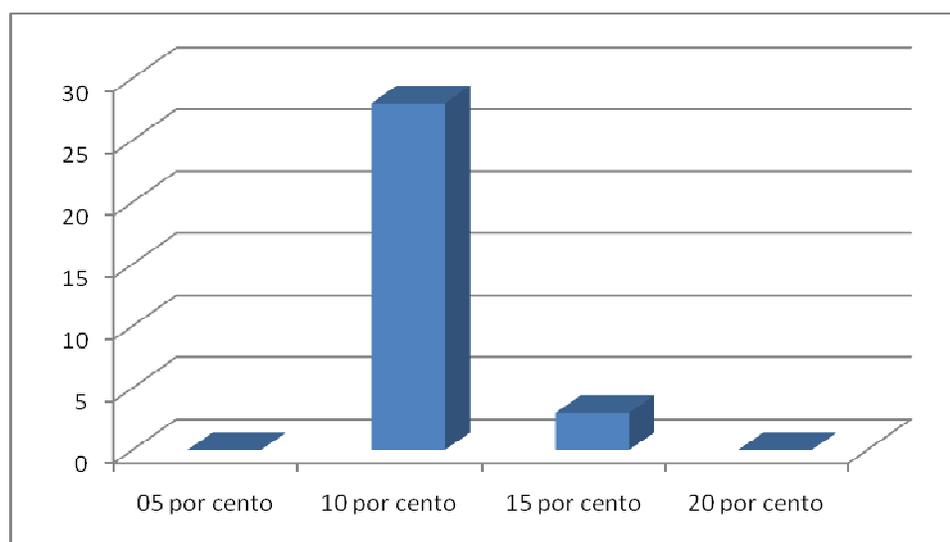


GRÁFICO 31 – Atividades praticadas pelos usuários: treinamento e pesquisa educacional

TABELA 31 – Atividades praticadas pelos usuários: treinamento e pesquisa educacional

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Treinamento e pesquisa educacional:	
05 por cento	1
10 por cento	28
15 por cento	2
20 por cento	0

O maior número das respostas ficou na faixa de 10 % das atividades praticadas pelos usuários, como sendo: busca por informações e serviços *on-line* (Gráfico 32; Tabela 32).

GRÁFICO 32 – Atividades praticadas pelos usuários: busca por informações e serviços *on-line*TABELA 32 – Atividades praticadas pelos usuários: busca por informações e serviços *on-line*

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Busca por informações e serviços On-line:	
05 por cento	0
10 por cento	28
15 por cento	3
20 por cento	0

A concentração das respostas ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários, como sendo: uso de programas de comunicação (MSN, G-talck, Skype, etc.) (Gráfico 33; Tabela 33).

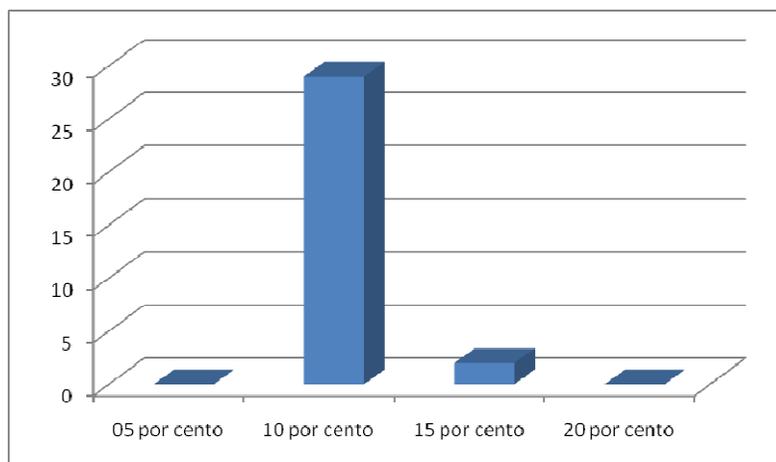


GRÁFICO 33 – Atividades praticadas pelos usuários: uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.)

TABELA 33 – Atividades praticadas pelos usuários: uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.)

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.):	
05 por cento	0
10 por cento	29
15 por cento	2
20 por cento	0

A maioria das respostas ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários, como sendo: o envio de mensagens instantâneas e/ou e-mails. (Gráfico 34; Tabela 34).

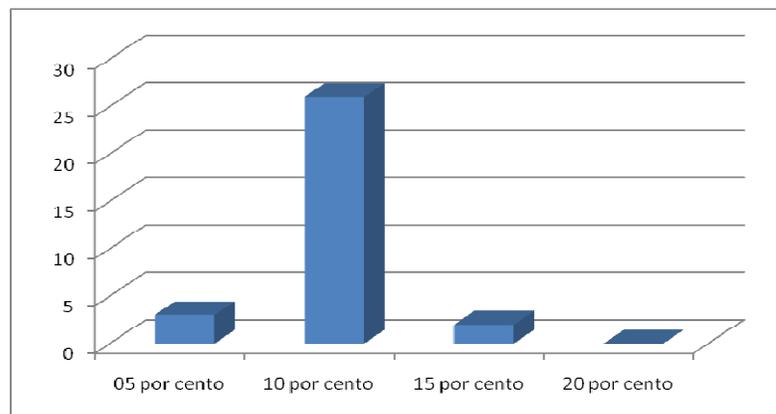


GRÁFICO 34 – Atividades praticadas pelos usuários: envio de mensagens instantâneas e/ou e-mails

TABELA 34 – Atividades praticadas pelos usuários: envio de mensagens instantâneas e/ou e-mails

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Envio de mensagens instantâneas e/ou e-mails:	
05 por cento	3
10 por cento	26
15 por cento	2
20 por cento	0

Foram elaboradas perguntas abertas, mas, quando somadas, totalizariam 100. Instruímos os sócios para opinarem sobre a percepção que tinham acerca do nível de renda familiar média, dos usuários de seus estabelecimentos. Foram totalizados 04 níveis de renda: até 01 salário mínimo; de 01 a 02 salários mínimos; de 03 a 04 salários mínimos e mais de 04 salários mínimos. A concentração de resultados ficou na faixa de 45 % da renda estimada média de seus usuários (Gráfico 35; Tabela 35).

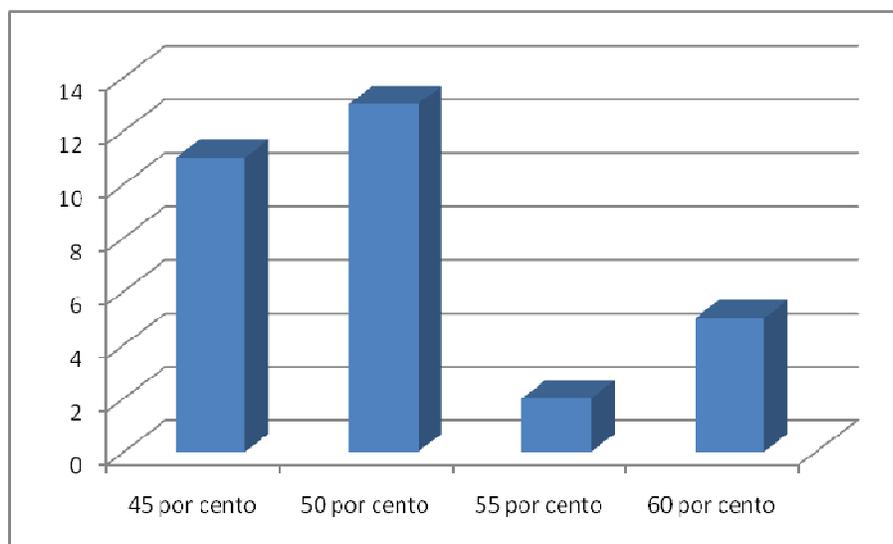


GRÁFICO 35 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (até 1 salário mínimo)?

TABELA 35 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (até 1 salário mínimo)?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Até 1 salário Mínimo:	
45 por cento	11
50 por cento	13
55 por cento	2
60 por cento	5

A grande maioria dos resultados ficou na faixa de 30 % da renda estimada média de seus usuários, como sendo: de 1 a 2 salários mínimos. (Gráfico 36; Tabela 36).

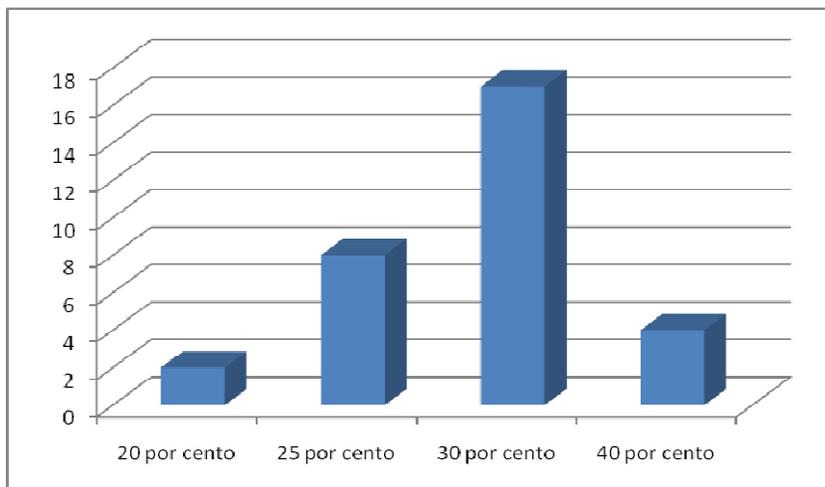


GRÁFICO 36 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (de 1 a 2 salários mínimos)?

TABELA 36 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (de 1 a 2 salários mínimos)?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
De 1 a 2 salários Mínimos:	
20 por cento	2
25 por cento	8
30 por cento	17
40 por cento	4

A grande parte das respostas ficou na faixa de 15% da renda média estimada de seus usuários, como sendo: de 03 a 04 salários mínimos. (Gráfico 37; Tabela 37).

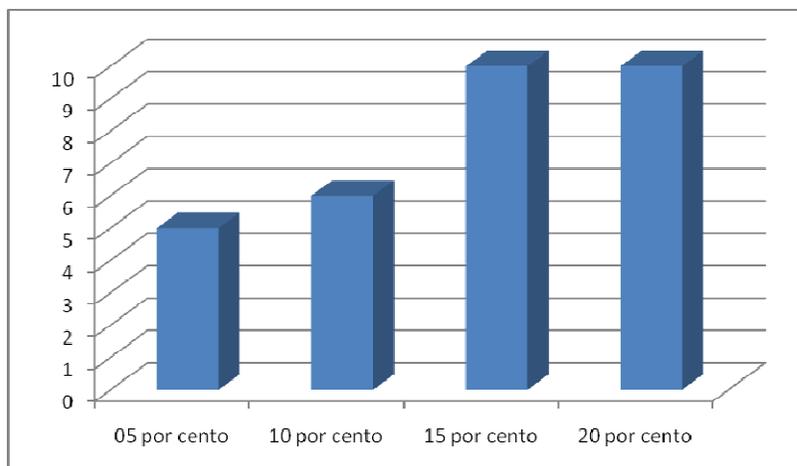


GRÁFICO 37 - Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (de 3 a 4 salários mínimos)?

TABELA 37 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (de 3 a 4 salários mínimos)?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
De 3 a 4 salários Mínimos:	
05 por cento	5
10 por cento	6
15 por cento	10
20 por cento	10

O maior numero de resultados ficou na faixa de 10 % da renda estimada média de seus usuários, como sendo: de mais de 4 salários mínimos. (Gráfico 38; Tabela 38).

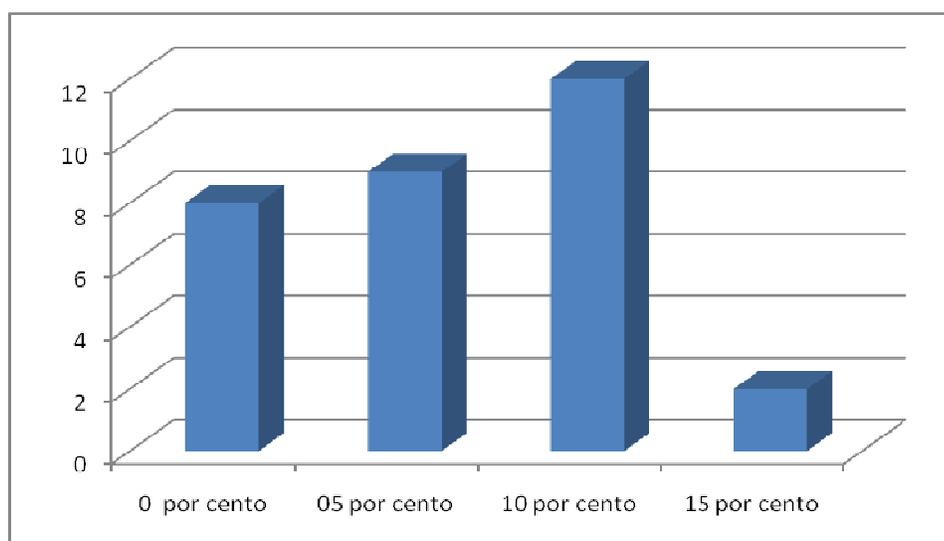


GRÁFICO 38 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (mais de 4 salários mínimos)?

TABELA 38 – Qual a estimativa do nível de renda familiar média dos usuários de seus estabelecimentos (mais de 4 salários mínimos)?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Mais de 4 salários mínimos:	
0 por cento	8
05 por cento	9
10 por cento	12
15 por cento	2

Elaboraram-se perguntas abertas e instruiu-se aos sócios para opinarem sobre a percepção que tinham acerca de que eles acreditavam que as Lan-Houses geram inclusão digital e, se sim, qual o motivo. Nesse tópico, foram anotadas as perguntas em blocos e divididos em: a) “Sim”, porque, ao procurar Lan-Houses, os usuários estão-se incluindo digitalmente, com 14 usuários; b) “Sim”, porque ainda existem muitas pessoas com dificuldade de acesso à informática: com 13 usuários; c) “Sim”, absoluta; com 4 usuários e d) nenhuma resposta negativa (Gráfico 39; Tabela 39).

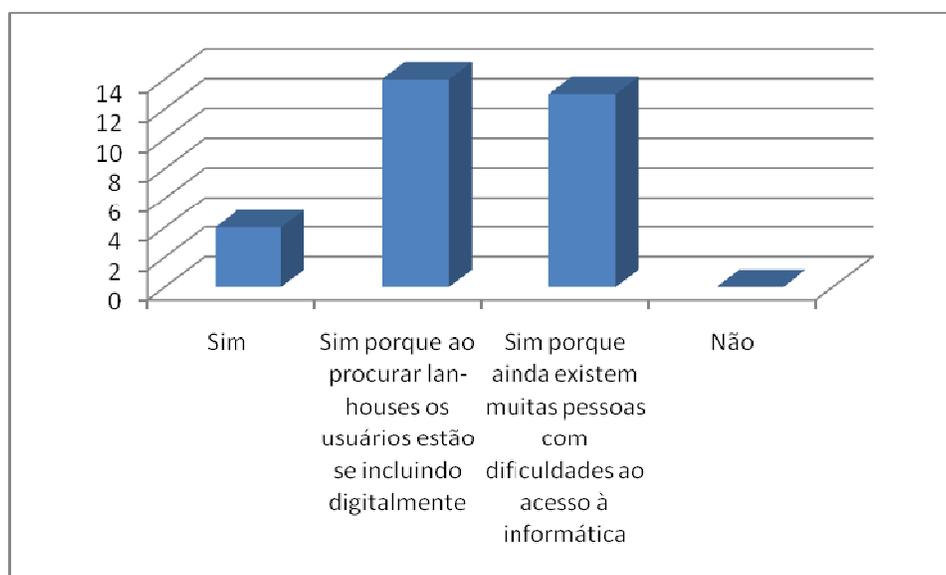


GRÁFICO 39 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram inclusão digital? Por quê?

TABELA 39 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram inclusão digital? Por quê?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Você acredita que as Lan-Houses em geral, geram inclusão digital? Por quê?	
Sim	4
Sim, porque, ao procurar Lan-Houses, os usuários estão-se incluindo digitalmente.	14
Sim, porque, ainda existem muitas pessoas com dificuldades ao acesso à informática.	13
Não	0

Nesse tópico, foram anotadas as perguntas em blocos, que foram divididos em: a) “Sim”, porque está gerando empregos, renda e incluindo socialmente outras pessoas; com 25 usuários; b) “Sim”, pois é uma forma de dar acesso à informática para pessoas que não têm condições; com 03 usuários; c) “Sim”; absoluta; com 03 usuários e d) nenhuma resposta negativa (Gráfico 40; Tabela 40).

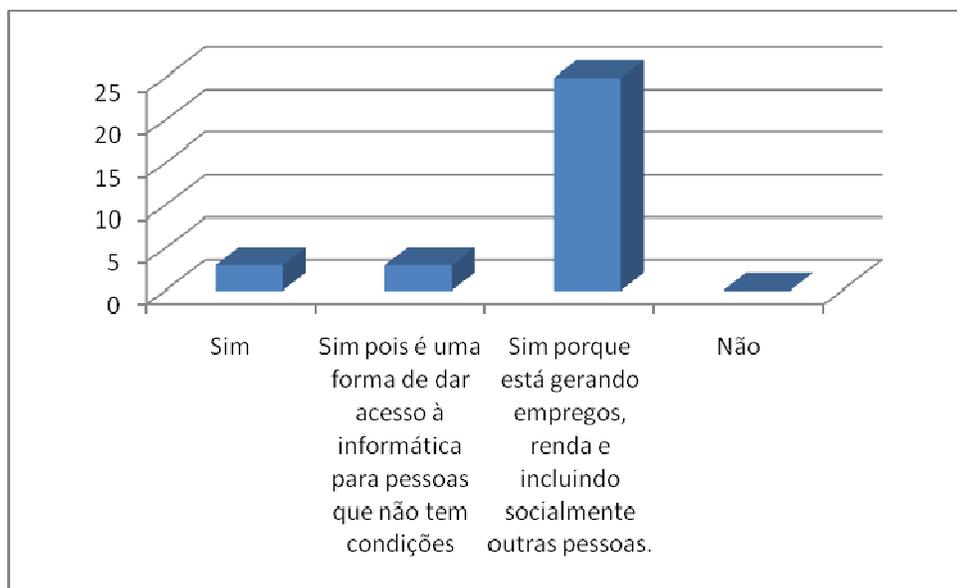


GRÁFICO 40 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram sustentabilidade? Por quê?

TABELA 40 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram sustentabilidade? Por quê?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Você acredita que as Lan-Houses em geral, geram sustentabilidade? Por quê?	
Sim	3
Sim, pois é uma forma de dar acesso à informática para pessoas que não têm condições	3
Sim, porque está gerando empregos, renda e incluindo socialmente outras pessoas.	25
Não	0

11.2 Parte II: usuários

A segunda parte do questionário teve um número de 60 entrevistados em, aproximadamente, 27 estabelecimentos diferentes. Enfoca os usuários das Lan-Houses, identifica cada um deles pela escolaridade, faixa etária, atividades praticadas, se o uso desse estabelecimento contribuía para a sua formação pessoal, profissional e escolar, a visão de sustentabilidade e, por fim, a visão acerca de inclusão digital que eles veem que o seu negócio proporciona.

Observou-se que vários turistas utilizavam os serviços do empreendimento, mas foi procurou-se não entrevistá-los para não deturpar o principal foco da entrevista, que seria a comunidade em si. Foi percebida uma desorientação nos conceitos de inclusão digital, sustentabilidade, algumas atividades praticadas por eles, por parte de alguns indivíduos. Esclareceram-se tais limites e pôde-se retratar o mais próximo da compreensão de cada um sobre o tema.

Foi questionado a faixa etária dos usuários. A concentração de resultados ficou na faixa dos 15 a 25 anos. É notório um número bastante significativo de usuários na faixa dos 26 aos 35 anos, com 10 usuários; da faixa de 36 a 45 anos, com 7 usuários; e, por fim, mais de 46 anos com 02 usuários (Gráfico 41; Tabela 41).

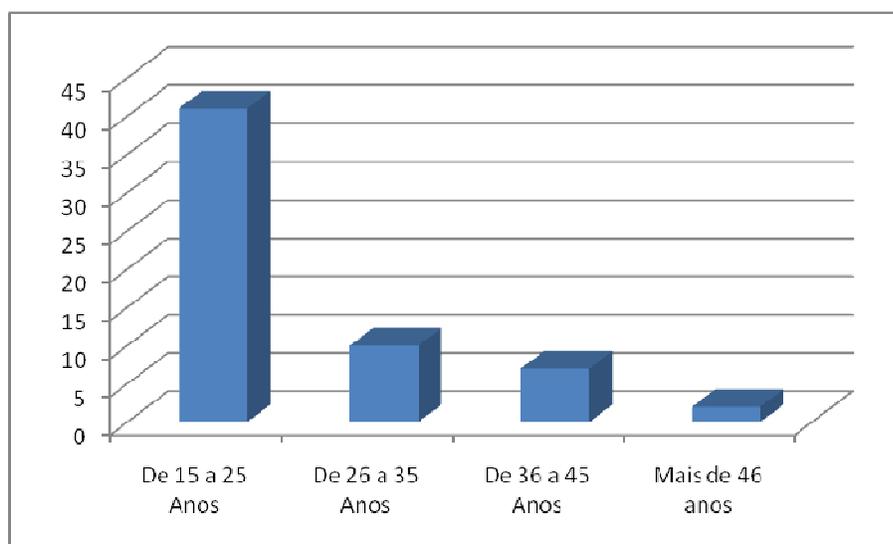


GRÁFICO 41 – Faixa etária dos usuários

TABELA 41 – Faixa etária dos usuários

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Faixa etária:	
De 15 a 25 Anos	41
De 26 a 35 Anos	10
De 36 a 45 Anos	7
Mais de 46 anos	2

Questionou-se sobre a escolaridade dos usuários. A concentração de resultados está na faixa até o ensino médio, com 49 usuários. Também é notório um número bastante significativo de usuários com segundo grau de escolaridade, com 06 usuários; e os de nível universitário, com 05 (Gráfico 42; Tabela 42). Constatou-se que, devido ao fato de haver um significativo número de jovens utilizando esse serviço, tal quantitativo de indivíduos com escolaridade até o ensino médio se dá por conta desse fator.

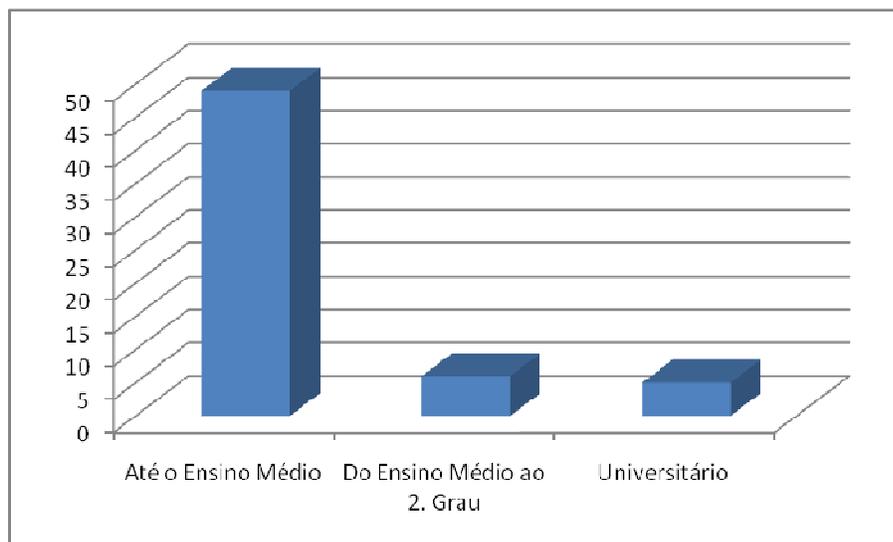


GRÁFICO 42 – Escolaridade dos usuários

TABELA 42 – Escolaridade dos usuários

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Escolaridade:	
Até o Ensino Médio	49
Do Ensino Médio ao 2º Grau	6
Universitário	5

Foram questionados os motivos que levaram a procurar os serviços dessas Lan-Houses. A distribuição nas respostas se deu da seguinte forma: a) interesse pela informática, com 06 usuários; b) fazer amizades ou se relacionar com outras pessoas, com 19 usuários; c) pesquisar ou manter-se atualizado, com 16 usuários; d) curiosidade ou distração, com 11 usuários; e) envio de Currículo ou Procurar Emprego, com 04 usuários; F) aumentar conhecimentos, com 04 usuários (Gráfico 43; Tabela 43).

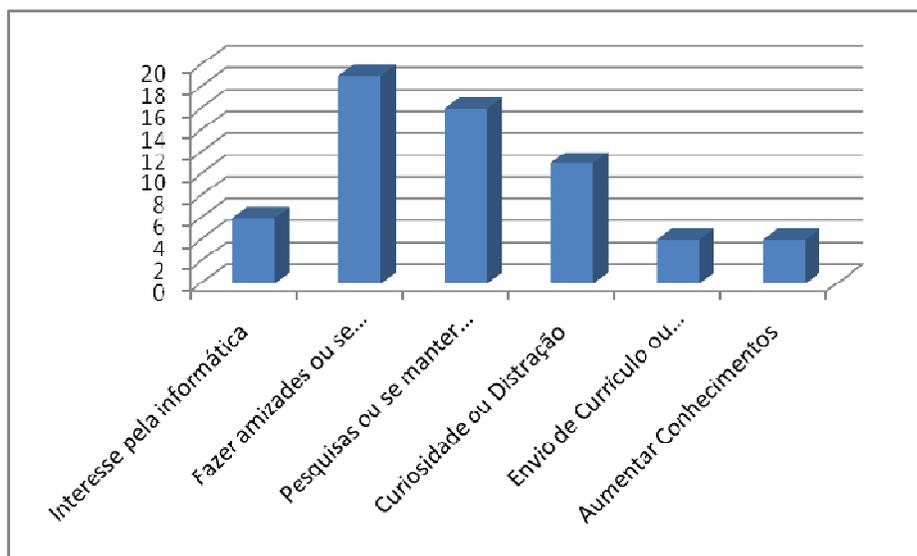


GRÁFICO 43 – Motivos que levaram a procurar a Lan-House

TABELA 43 – Motivos que levaram a procurar a Lan-House?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Motivos que levaram a procurar a Lan-House?	
Interesse pela informática	6
Fazer amizades ou se relacionar com outras pessoas	19
Pesquisa ou manter-se atualizado	16
Curiosidade ou Distração	11
Envio de currículo ou procurar emprego	4
Aumentar conhecimentos	4

Tratou-se dos serviços que os usuários mais utilizam nessas Lan-Houses. A distribuição nas respostas se deu da seguinte forma: a) MSN, e-mails ou Programas/sites de

relacionamento, com 30 usuários; b) *Orkut*, com 26 usuários; c) Google ou outros sites de pesquisa, com 40 usuários; d) *Youtube*, com 04 usuários; e) Jogos, com 02 usuários; f) Digitação de documentos, com 02 usuários (Gráfico 44; Tabela 44).

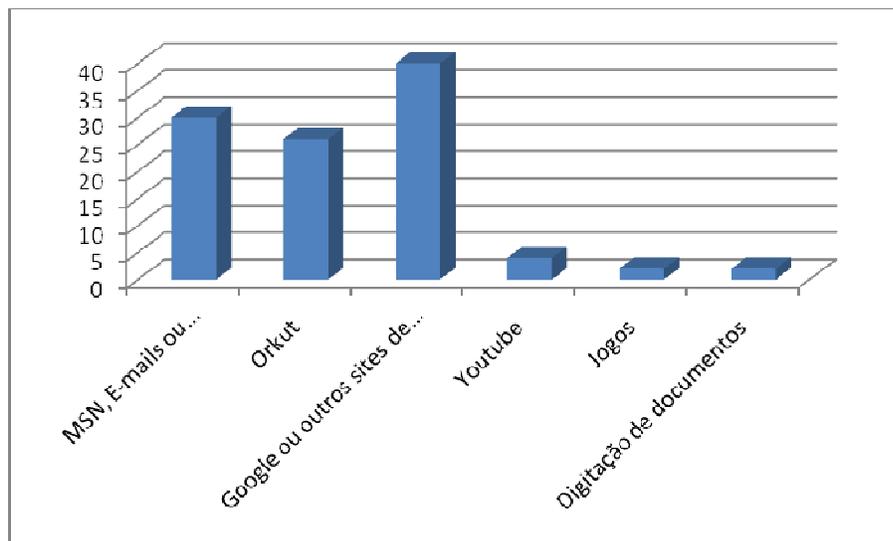


GRÁFICO 44 – Serviços que mais utiliza na Lan-House?

TABELA 44 – Serviços que mais utiliza na Lan-House?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Serviços que mais utiliza na Lan-House?	
MSN, e-mails ou Programas/sites de relacionamento	30
<i>Orkut</i>	26
Google ou outros sites de pesquisa	40
<i>Youtube</i>	4
Jogos	2
Digitação de documentos	2

Foi questionado acerca da percepção do usuário: se ele acha que o valor cobrado pelo serviço desse estabelecimento se encontra dentro de suas expectativas de pagamento, se é caro, aceitável ou barato. A distribuição nas respostas se deu da seguinte forma: a) caro, com

06 usuários; b) aceitável, com 22 usuários; c) barato, com 32 usuários (Gráfico 45; Tabela 45).

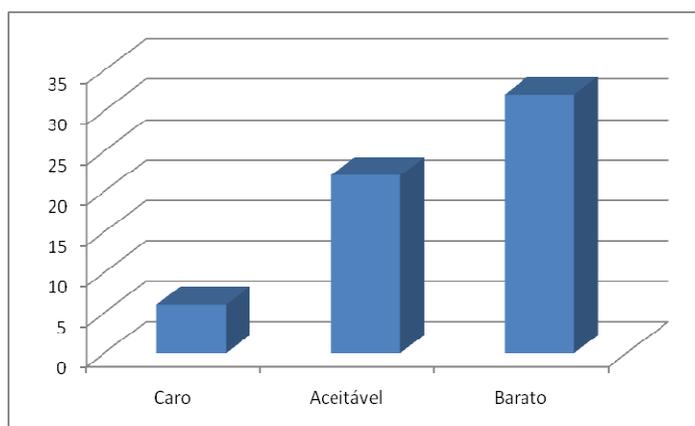


GRÁFICO 45 – Em sua percepção, você acha que o valor cobrado pelo serviço desse estabelecimento se encontra dentro de suas expectativas de pagamento (é caro, aceitável ou barato)?

TABELA 45 – Em sua percepção, você acha que o valor cobrado pelo serviço do estabelecimento se encontra dentro de suas expectativas de pagamento (é caro, aceitável ou barato)?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Em sua percepção você acha que o valor cobrado pelo serviço desse estabelecimento, se encontra dentro de suas expectativas de pagamento (é caro, Aceitável ou barato?)	
Caro	6
Aceitável	22
Barato	32

Questionou-se acerca da percepção do usuário: qual o número de vezes em um mês que ele frequenta esse tipo de serviço. A distribuição das respostas deu-se da seguinte forma: a) de 01 a 08 vezes, com 29 usuários; b) de 9 a 16 vezes, com 19 usuários; c) mais de 17 vezes, com 12 usuários (Gráfico 46; Tabela 46).

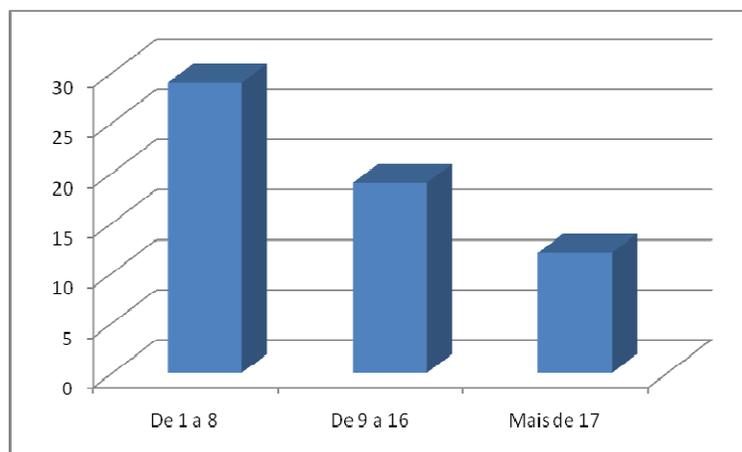


GRÁFICO 46 – Qual o número de vezes, em um mês, que ele frequenta esse tipo de serviço?

TABELA 46 – Qual o número de vezes, em um mês, que o usuário frequenta esse tipo de serviço?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Qual o número de vezes, em um mês, que ele frequenta esse tipo de serviço?	
De 1 a 8	29
De 9 a 16	19
Mais de 17	12

Qual a percepção do usuário: o serviço que ele utiliza contribuiu para a melhoria dos resultados dos estudos? A distribuição nas respostas se deu da seguinte forma: a) SIM, com 34 usuários; b) NÃO, com 26 usuários (Gráfico 47; Tabela 47).

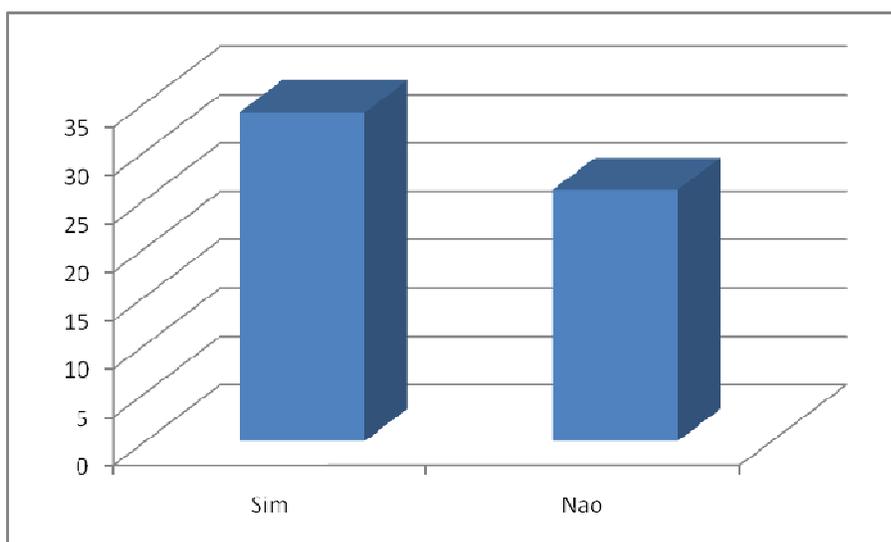


GRÁFICO 47 – O serviço que você utiliza contribuiu para a melhoria do resultado de estudos?

TABELA 47 – O serviço que você utiliza contribuiu para a melhoria do resultado de estudos?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
O serviço que você utiliza contribuiu para a melhoria do resultado de estudos?	
Sim	34
Não	26

Qual seria a percepção do usuário, qual a importância da Lan-House na inserção dele no mundo da informática? A distribuição nas respostas se deu da seguinte forma: a) ajuda e comodidade, com 07 usuários; b) informação, pesquisa e atualização, com 24 usuários; c) curiosidade, com 02 usuários; d) novas experiências, com 11 usuários; e) acesso à informática, pois não tem computador em casa e/ou acesso à internet, com 14 usuários; f) sem importância, com 02 usuários (Gráfico 48; Tabela 48).

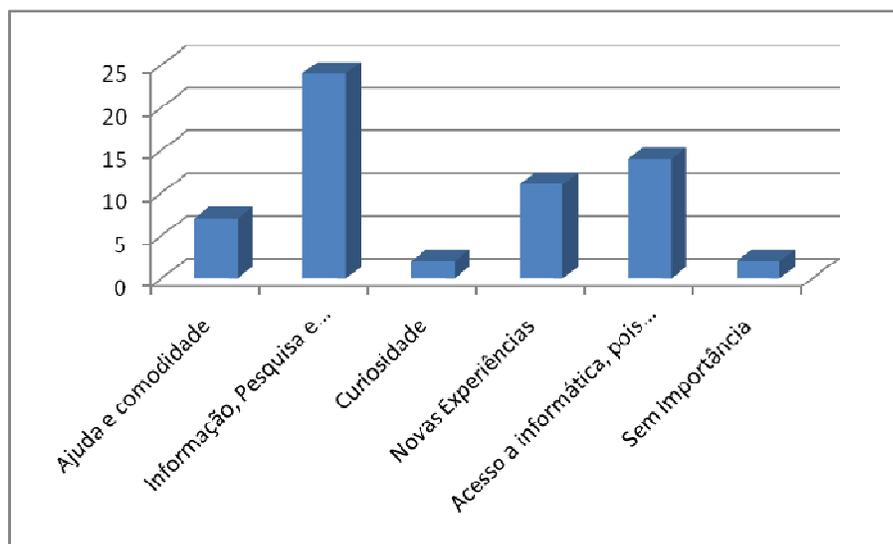


GRÁFICO 48 – Qual a importância da Lan-House em sua inserção no mundo da informática?

TABELA 48 – Qual a importância da Lan-House em sua inserção no mundo da informática?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Qual a importância da Lan-House em sua inserção no mundo da informática?	
Ajuda e comodidade	7
Informação, pesquisa e atualização	24
Curiosidade	2
Novas Experiências	11
Acesso à informática, pois não tem computador em casa e/ou acesso a internet	14
Sem importância	2

Questionou-se qual a percepção do usuário, qual a importância da Lan-House na inserção dele no mundo da informática. A distribuição nas respostas se deu da seguinte forma: a) esclarecer dúvidas, com 05 usuários; b) de grande importância, com 10 usuários; c) galgar novas oportunidades e/ou melhorias no mercado de trabalho, com 11 usuários; d) gerar e/ou aperfeiçoar novos conhecimentos, com 26 usuários; f) sem importância, com 08 usuários (Gráfico 49; Tabela 49).

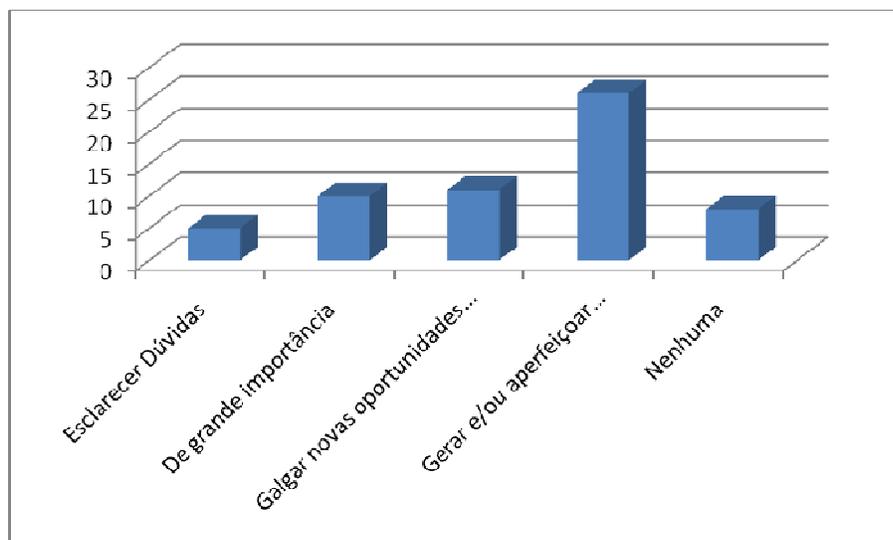


GRÁFICO 49 – Qual a importância do uso do serviço para sua formação profissional e/ou escolar?

TABELA 49 – Qual a importância do uso do serviço para sua formação profissional e/ou escolar?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Qual a importância do uso do serviço para sua formação profissional e/ou escolar?	
Esclarecer Dúvidas	5
De grande importância	10
Galgar novas oportunidades e/ou melhorias no mercado de trabalho	11
Gerar e/ou aperfeiçoar conhecimentos	26
Nenhuma	8

Nessa parte do questionário, foram elaboradas perguntas abertas, mas, quando somadas, totalizariam 100. Os usuários foram instruídos para opinarem acerca das atividades praticadas nesses estabelecimentos. Foram totalizadas 10 atividades entre jogos em rede ou

downloads de jogos; procura de cultura, lazer, notícia e entretenimento; pesquisas em geral; produção/digitalização de documentos em geral; envio e recebimento de *e-mails*; participar de sites de relacionamento; treinamento e pesquisa educacional; busca por informações e serviços *on-line*; busca de programas de comunicação (*MSN, SKYPE, GTALK*, etc.); envio de mensagens instantâneas e/ou e-mails. A concentração de resultados ficou na faixa de 05% das atividades praticadas como sendo jogos em rede ou *downloads* de jogos. (Gráfico 50; Tabela 50).

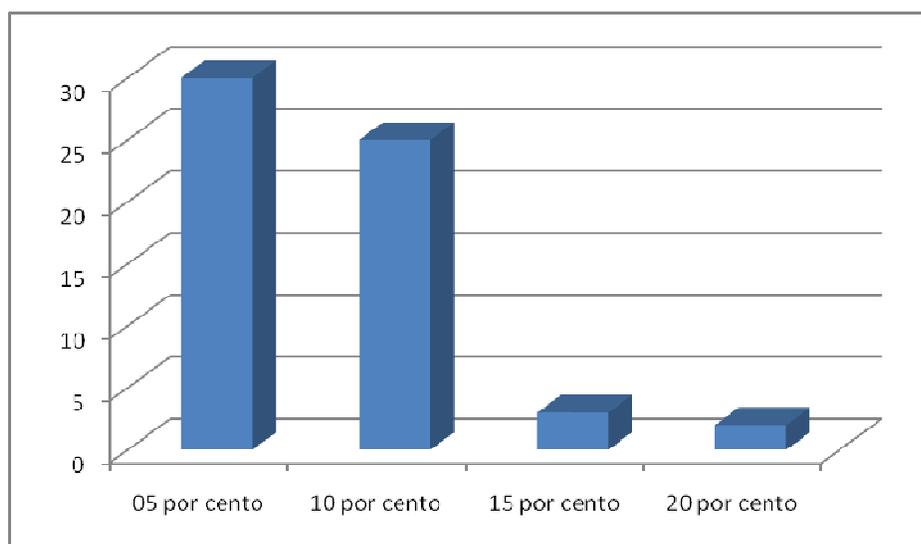


GRÁFICO 50 – Atividades praticadas: jogos em rede ou *downloads* de jogos

TABELA 50 – Atividades praticadas: jogos em rede ou *downloads* de jogos

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Jogos em rede ou downloads de jogos:	
05 por cento	30
10 por cento	25
15 por cento	3
20 por cento	2

A maioria dos resultados ficou na faixa de 05% das atividades praticadas pelos usuários como sendo: procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento. (Gráfico 51; Tabela 51).

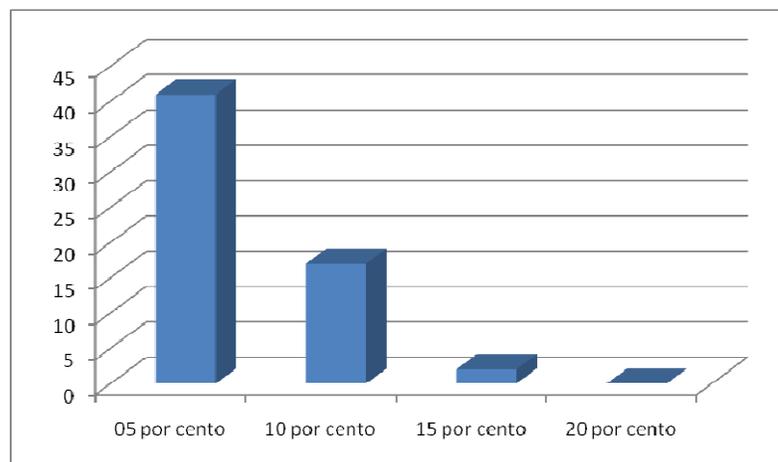


GRÁFICO 51 – Atividades praticadas: procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento

TABELA 51 – Atividades praticadas: procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Procurar cultura, lazer, notícias e entretenimento:	
05 por cento	41
10 por cento	17
15 por cento	2
20 por cento	0

A grande concentração ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários como sendo pesquisas em geral. (Gráfico 52; Tabela 52).

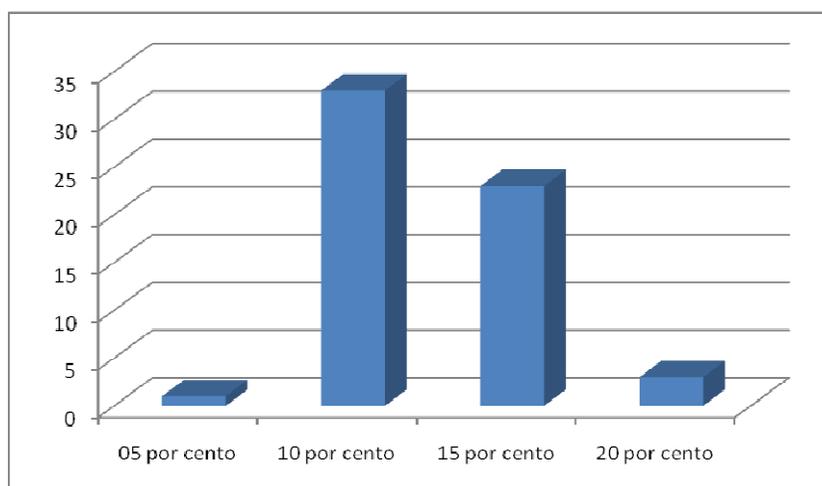


GRÁFICO 52 – Atividades praticadas: pesquisas em geral

TABELA 52 – Atividades praticadas: pesquisas em geral

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Pesquisas em geral:	
05 por cento	1
10 por cento	33
15 por cento	23
20 por cento	3

O maior número de respostas ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários como sendo produção/ digitalização de documentos em geral. (Gráfico 53; Tabela 53).

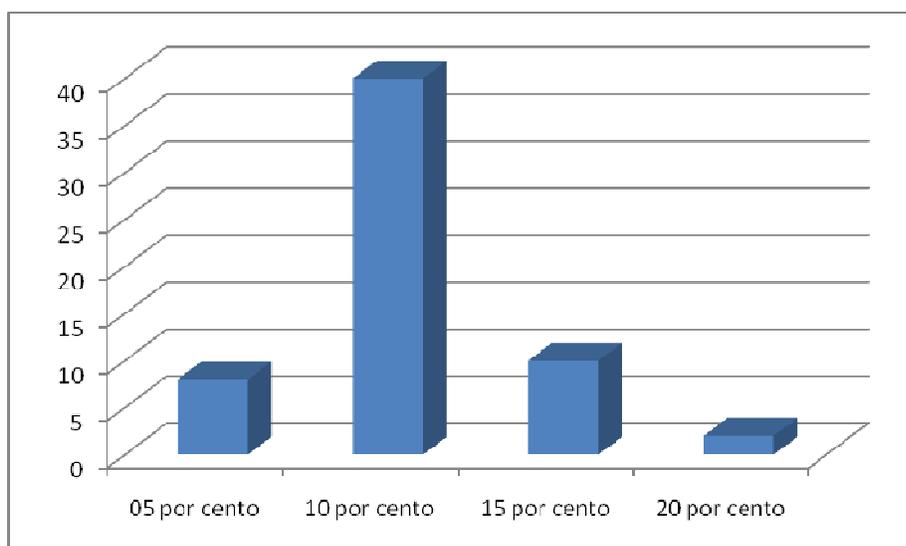


GRÁFICO 53 – Atividades praticadas: produção/digitalização de documentos em geral

TABELA 53 – Atividades praticadas: produção/digitalização de documentos em geral

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Produção/ digitalização de documentos em geral:	
05 por cento	8
10 por cento	40
15 por cento	10
20 por cento	2

A aglomeração dos resultados ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários como sendo o envio e recebimento de *e-mails*. (Gráfico 54; Tabela 54).

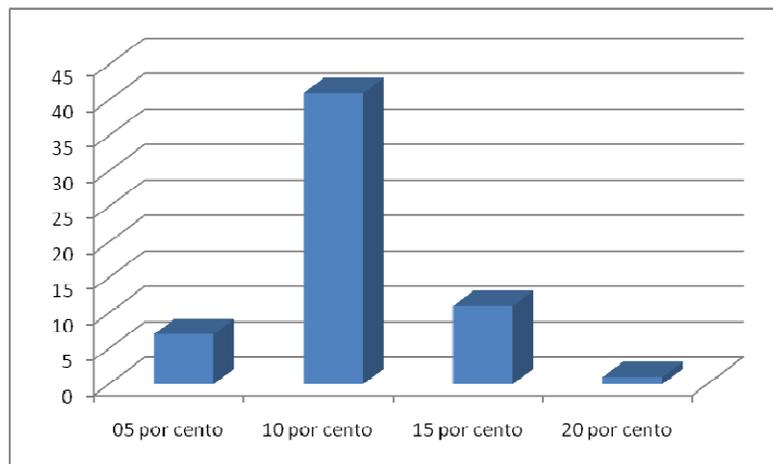


GRÁFICO 54 – Atividades praticadas: envio e recebimento de *e-mails*

TABELA 54 – Atividades praticadas: envio e recebimento de *e-mails*

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Envio e recebimento de e-mails:	
05 por cento	7
10 por cento	41
15 por cento	11
20 por cento	1

O maior dos índices dos resultados ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários como sendo de participar de sites de relacionamento. (Gráfico 55; Tabela 55).

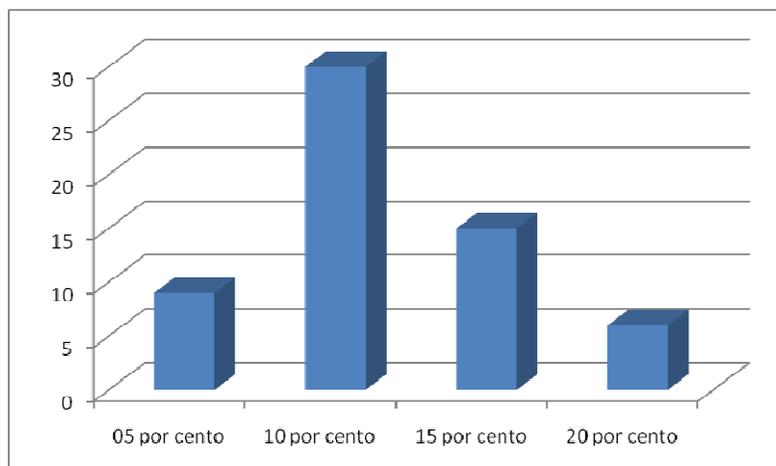


GRÁFICO 55 – Atividades praticadas: participar de *sites* de relacionamento

TABELA 55 – Atividades praticadas: participar de *sites* de relacionamento

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Participar de sites de relacionamento:	
05 por cento	9
10 por cento	30
15 por cento	15
20 por cento	6

O maior número de respostas ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários como sendo treinamento e pesquisa educacional. (Gráfico 56; Tabela 56).

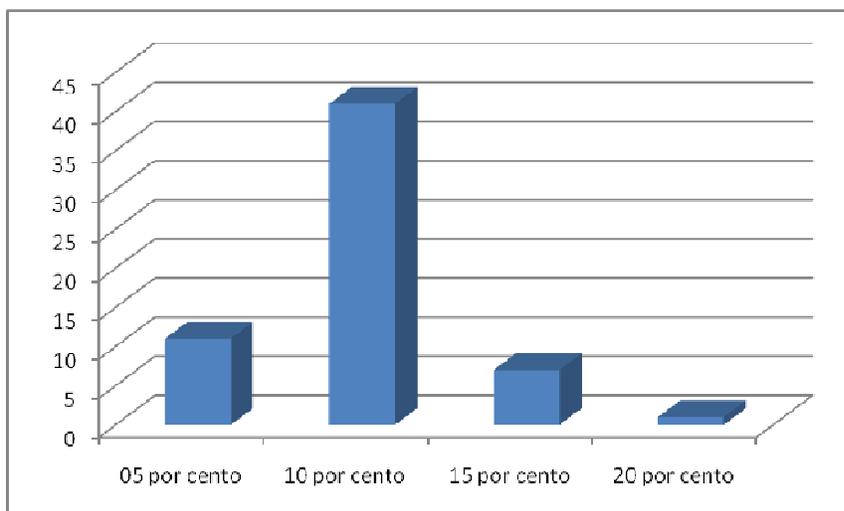


GRÁFICO 56 – Atividades praticadas: treinamento e pesquisa educacional

TABELA 56 – Atividades praticadas: treinamento e pesquisa educacional

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Treinamento e pesquisa educacional:	
05 por cento	11
10 por cento	41
15 por cento	7
20 por cento	1

O maior índice dos resultados ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários, como sendo: a busca por informações e serviços *on-line*. (Gráfico 57; Tabela 57).

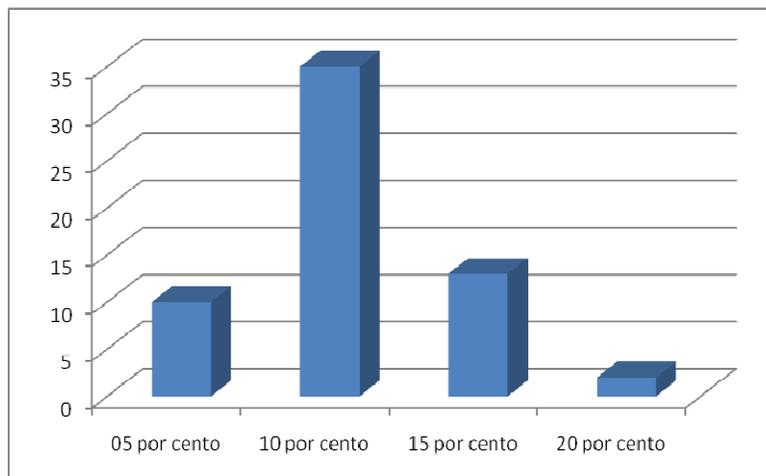


GRÁFICO 57 – Atividades praticadas: busca por informações e serviços *on-line*

TABELA 57 – Atividades praticadas: busca por informações e serviços *on-line*

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Busca por informações e serviços <i>on-line</i>:	
05 por cento	10
10 por cento	35
15 por cento	13
20 por cento	2

O maior número das respostas ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários, como sendo: o uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.) (Gráfico 58; Tabela 58).

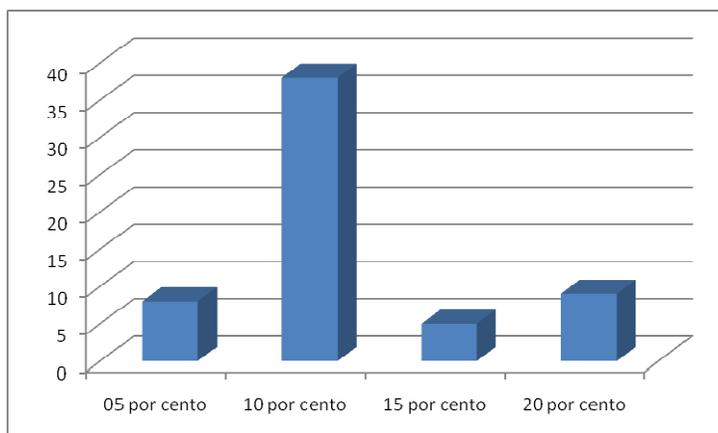
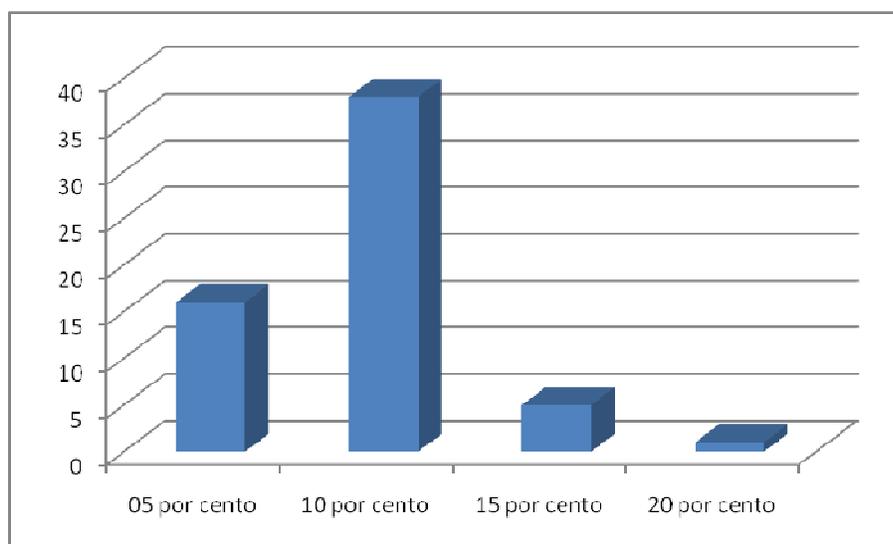


GRÁFICO 58 – Atividades praticadas: uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.)

TABELA 58 – Atividades praticadas: uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.)

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.):	
05 por cento	8
10 por cento	38
15 por cento	5
20 por cento	9

Em sua grande maioria ficou na faixa de 10% das atividades praticadas pelos usuários com sendo o envio de mensagens instantâneas e/ou *e-mails*. (Gráfico 59; Tabela 59).

GRÁFICO 59 – Atividades praticadas: envio de mensagens instantâneas e/ou *e-mails*TABELA 59 – Atividades praticadas: envio de mensagens instantâneas e/ou *e-mails*

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Envio de mensagens instantâneas e/ou e-mails:	
05 por cento	16
10 por cento	38
15 por cento	5
20 por cento	1

Nessa parte do questionário, foram propostas perguntas abertas em que instruímos os usuários a opinar sobre a percepção que tinham acerca de que eles acreditavam que as Lan-Houses geram inclusão digital e, se sim, qual o motivo.

Nesse tópico, foram anotadas as perguntas em blocos e divididas em: a) “Sim”, porque, ao procurar Lan-Houses, os usuários estão-se incluindo digitalmente, com 23 usuários; b) “Sim”, porque ainda existem muitas pessoas com dificuldade ao acesso à informática: com 18 usuários; c) “Sim”, absoluta: com 23 usuários e d) 01 resposta negativa (Gráfico 60; Tabela 60).

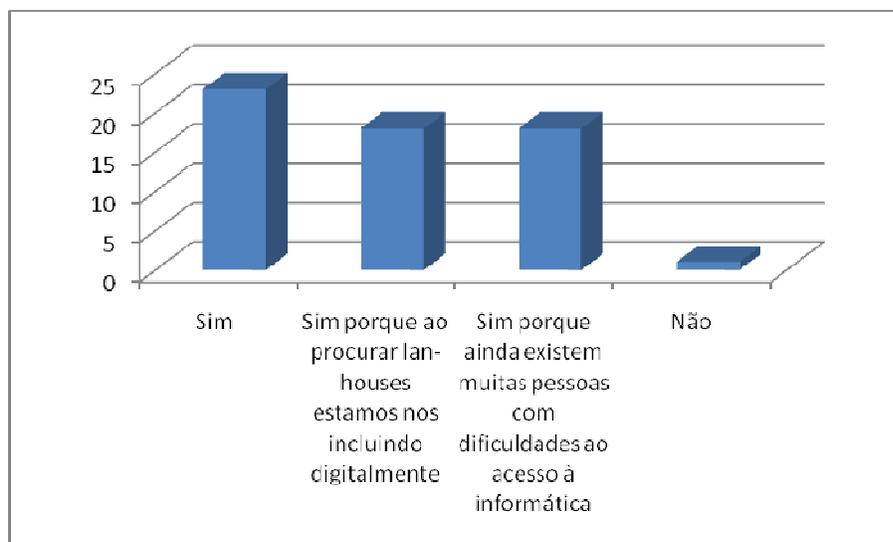


GRÁFICO 60 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram inclusão digital? Por quê?

TABELA 60 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram inclusão digital? Por quê?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Você acredita que as Lan-Houses em geral, geram inclusão digital? Por quê?	
Sim	23
Sim, porque ao procurar Lan-Houses estamos nos incluindo digitalmente	18
Sim, porque ainda existem muitas pessoas com dificuldades ao acesso à informática	18
Não	1

Foram anotadas as perguntas em blocos, que foram divididos em: a) “Sim”, porque está gerando empregos, renda e incluindo socialmente outras pessoas, com 33 usuários; b)

“Sim”, pois é uma forma de dar acesso à informática para pessoas que não têm condições; com 03 usuários; c) “Sim”, absoluta; com 20 usuários e d) 04 respostas negativas (Gráfico 61; Tabela 61).



GRÁFICO 61 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram sustentabilidade? Por quê?

TABELA 61 – Você acredita que as Lan-Houses, em geral, geram sustentabilidade? Por quê?

PERGUNTA	QTD. DE RESPOSTAS
Você acredita que as Lan-Houses em geral, geram sustentabilidade? Por quê?	
Sim	20
Sim, pois é uma forma de dar acesso à informática para pessoas que não têm condições	3
Sim, porque está gerando empregos, renda e incluindo socialmente outras pessoas.	33
Não	4

12 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados da investigação constituem valiosos subsídios para que se possa compreender melhor o processo empreendedor e o próprio empreendimento, os usuários desse tipo de comércio, o papel e as características dos indivíduos que são os principais agentes deste processo. O empreendedor/criador de empresas e seus clientes, como os agentes envolvidos, interagem com o meio e sua relação entre sustentabilidade e inclusão social.

A análise e a revisão sobre o estudo dos empreendimentos de Lan-Houses no município de Ipojuca e seus respectivos empreendedores permitem avançar em algumas conclusões:

- a) apesar de existirem muitas e variadas publicações acerca dos temas enfocados individualmente, tanto em língua portuguesa quanto em estrangeiras, não há nível correspondente de conhecimento gerado, uma vez que muitos estudos produzidos pouco acrescentam aos anteriores. Há, também, o fato de a maioria dos estudos abordarem apenas uma dimensão da análise desta problemática, tornando suas conclusões pouco potentes e incompletas, quando se é juntado todos os conceitos estudados em uma visão mais contextual;
- b) constatou-se que a generalidade dos trabalhos dos estudos publicados não considera as distinções relativas à dimensão, ao ramo de atividade, ao próprio lócus da pesquisa, dentre outros; isso inviabiliza a aplicação dos resultados aos atores investigados.

Surge, então, estudar, analisar e discutir as obras de Drucker, Schumpeter e McClelland. Esses autores abordam como solucionar o quebra-cabeça de posicionar o saber, o conhecimento nos empreendimentos de tecnologia, que implicam saber trabalhar com processos baseados no conhecimento. É a luta para tornar produtivo, tanto o trabalho baseado no saber como os trabalhadores do conhecimento. Este é o desafio final: enfrentar o impacto social das tecnologias e as implicações dessas mudanças dos paradigmas X a sustentabilidade moderna.

12.1 Caracterização dos empreendedores

Os empreendedores têm, em média, uma faixa etária de 26 a 35 anos, com a escolaridade concentrada até o ensino médio, mas com forte número com o segundo grau completo e nível universitário. Possuem de 9 a 12 equipamentos e, em média, dois funcionários por estabelecimento.

A manifestação nas respostas sob o ponto de vista da ordem de importância que os fatores relacionados na pesquisa relevantes no momento da tomada da decisão de criar a sua própria empresa. Houve vários níveis de importância compreendidos em: 1 - nenhuma importância, 2 - pouca importância, 3 - média importância, 4 - muita importância e 5 - extremamente importante (Tabela 62). Constatou-se, na verificação acima, na maioria dos empreendedores, a evidente característica de perfil empreendedor, analisando as importâncias que eles davam para as perguntas-chave que, implicitamente, demonstravam essa característica.

Possuem uma boa experiência profissional, pois já tinham exercido funções gerenciais; conhecem o ramo do seu negócio e não descartam a possibilidade de mudança para se adequarem a algum cenário novo e são detentores de uma elevada capacidade de trabalho.

A pesquisa revelou que a maioria dos entrevistados levou de três a seis meses para iniciar os seus empreendimentos, desde a concepção da ideia até o momento da inauguração. Esse tempo é relativamente normal e intrínseco à abertura de qualquer negócio, em vista dos trâmites burocráticos normais, compra de equipamentos, móveis e utensílios, reformas, definição do ponto, estudo de viabilidade, dentre outros entraves pertinentes à abertura de empresas. Abaixo a tabela de ordem de importância sobre os aspectos relevantes:

TABELA 62 – Ordem de importância sob os aspectos relevantes no momento de decisão de criar a sua própria empresa

DESCRIÇÃO	ORDEM DE IMPORTÂNCIA
Definir objetivos claros e específicos de longo prazo.	MÉDIA
Calcular deliberadamente os riscos e avaliar as alternativas.	MUITA
Medidas para atender ou exceder os padrões de qualidade dos produtos e/ou serviços ofertados.	MUITA
Tomar medidas para estender o negócio a novas áreas, produtos ou serviços.	MUITA
Identificar oportunidades únicas para iniciar o negócio, obter equipamentos e espaço físico para instalar a empresa.	MUITA
Buscar pessoalmente informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes	EXTREMA
Tomar medidas repetidas vezes ou mudar para uma estratégia alternativa a fim de enfrentar desafios ou superar obstáculos.	EXTREMA
Utilizar pessoal chave, agentes para atingir seus objetivos.	MUITA
Utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir outros.	MÉDIA
Fazer sacrifício pessoal ou esforços extraordinários para realização de uma tarefa.	EXTREMA
Fazer, pessoalmente, pesquisas sobre como fornecer seus produtos e/ou serviços.	MUITA
Encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma possível e mais barato.	MUITA

Dividir as tarefas em subtarefas em prazos bem definidos.	MUITA
Revisar o plano de negócios periodicamente, levando em conta a performance e fazer mudanças, se necessárias.	EXTREMA
Manter os registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões de negócio.	MUITA
Buscar e documentar informações comprobatórias.	MUITA
Mostrar confiança na própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio.	EXTREMA

A maioria dos empreendedores utilizou o capital proveniente de crédito de fornecedores, para a criação da empresa. Nesse caso, a maioria das compras efetuadas foi mediante prazos oferecidos diretamente dos seus fornecedores. A grande maioria também utilizou alguns recursos próprios e montantes oferecidos por familiares.

Se tivesse oportunidade de começar o negócio novamente, o maior número de entrevistados o faria. Denota-se, nessa pergunta, a satisfação dos atores no seu empreendimento, a satisfação em seu retorno financeiro e bem estar.

Foram enumeradas 10 atividades principais para que os empreendedores fornecessem sua opinião acerca de quais atividades os seus usuários praticavam em seu estabelecimento. A soma dos resultados de todas as atividades teria que ser igual a 100, demonstrando os respectivos percentuais de uso de cada uma das atividades. Foram elas: jogos em rede ou *downloads* de jogos; procura de cultura, lazer, notícias e entretenimento; pesquisas em geral; produção/digitalização de documentos; envio e recebimento de e-mails; participação nos *sites* de relacionamento, *chats*, *orkut*, *facebook*, etc.; treinamento e pesquisa educacional; busca por informações e serviços *on-line*; uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK); envio de mensagens instantâneas. A maioria das respostas beirou 10%, demonstrando que, sob o ponto de vista dos empreendedores, os seus usuários praticariam atividades relativamente iguais, dividindo o seu tempo no estabelecimento de forma igualitária nessa perspectiva.

A estimativa do nível de renda familiar médio dos usuários das Lan-Houses, sob o ponto de vista dos empreendedores, ficou em 45% de até 01 salário mínimo; 30% de 01 a 02 salários mínimos; 15% de 03 a 04 salários mínimos e 10% para mais de 04 salários mínimos, salientando a percepção de uma renda familiar muito baixa no que diz respeito aos usuários desse tipo de estabelecimento.

Em forma de pergunta aberta, foi questionado ao empreendedor na óptica de sua experiência nesse tipo de trabalho, se ele acreditava que o seu estabelecimento geraria inclusão digital e o porquê. Como respostas dois blocos salutares: o primeiro: “sim, porque,

ao procurar Lan-Houses, os usuários estão-se incluindo digitalmente”. O segundo bloco: “sim, porque ainda existem muitas pessoas com dificuldade em ter acesso à informática”. Em nenhum dos casos teve uma resposta negativa, demonstrando que realmente os empreendedores têm a visão de que o seu comércio gera inclusão digital, haja vista grande parte da comunidade não ter condições de acesso ao computador e à internet, procurando as Lan-Houses como intermediadoras desse processo de inclusão digital.

Por fim, sob forma, também, de pergunta aberta, foi questionado ao empreendedor na ótica de sua experiência nesse tipo de trabalho, se ele acreditava que o seu estabelecimento geraria sustentabilidade e o porquê. Como respostas dois blocos salutaros, o primeiro: “sim, porque está gerando emprego, renda e incluindo socialmente outras pessoas”. O segundo bloco: “sim, porque é uma forma de dar acesso à informática para pessoas que não têm condições”. Em nenhum dos casos, uma resposta negativa, demonstrando que, realmente, os empreendedores têm a visão de que o seu comércio gera sustentabilidade, pois gera empregos, difunde a inclusão digital e, conseqüentemente, inclusão social, provendo o acesso de grande parte da comunidade de Ipojuca para o mundo da informática.

Em termos de motivação dos empreendedores de empresas de Lan-House no município de Ipojuca/PE para iniciarem seus empreendimentos, foram identificadas três causas básicas: autorrealização, vontade de ter seu próprio negócio sem estar subordinado a chefias e ter liberdade para desenvolver seus projetos pessoais. Por outro lado, foram poucos os entrevistados que tiveram o impulso de partir para a montagem de seu próprio negócio, tendo como razão básica o fato de não conseguirem uma colocação como empregado, no mercado de trabalho.

De maneira sintética, com base nos resultados da pesquisa, o empreendedor de Lan-House, no município de Ipojuca/PE, apresenta as seguintes características básicas:

- a) possui, em geral, uma boa experiência profissional e de vida;
- b) nível de escolaridade baixo;
- c) necessidade de realização profissional e pessoal;
- d) necessidade de independência financeira e pessoal;
- e) alta dedicação à empresa;
- f) perseverantes, voluntários e disponíveis;
- g) autodomínio: traçam objetivos a longo prazo e os perseguem com grande determinação;
- h) sensíveis à inovação e à qualidade;
- i) sabedores de que devem ser inovadores e originais;

- j) gosto pela aprendizagem constante e visão de oportunidades onde os outros só vêem constrangimentos;
- k) Crenças de que a sorte foi importante, mas deve ser provocada;
- l) Sabedores de seu papel desencadeante de sustentabilidade e inclusão social e ajudam a comunidade nesse processo;
- m) noção clara de que seus empreendimentos desenvolvem dentro da comunidade o acesso à informática pela carência de seus lares desse tipo de tecnologia;
- n) conhecedores de como tirar partido das oportunidades, em vez de tentar imitar os outros;
- o) visionários audaciosos e trabalhadores incansáveis, capazes de superar os limites;
- p) visão de que o orgulho e o gosto pela vitória são poderosos motores para o sucesso;
- q) noção de que o sucesso depende de agir consoante as próprias crenças, mas, também, pela vontade de vencer;
- r) noção de que a receita dos sucessos inclui o respeito pelo ambiente e pelas pessoas, sejam ou não seus empregados.

Para Leite (2002), as principais qualidades detectadas nos empreendedores/criadores de empresa são:

- 1) curiosidade: em primeiro lugar, é bom possuir uma curiosidade fundamental acerca dos produtos/serviços de sua empresa. É preciso que o próprio empreendedor use esses produtos/serviços. Se o empreendedor não sente um fascínio pelo produto/serviço, é muito difícil acompanhar as mudanças no mercado. É preciso estar em ação permanente, ligado 24 horas, os sete dias da semana ao negócio;
- 2) atuação junto aos clientes: o empreendedor precisa estar realmente interessado em conversar com os clientes. A percepção dos desejos e necessidades dos clientes é fundamental para o empreendedor. O sucesso decorre do fato de o empreendedor compreender e se importar profundamente com seus produtos/serviços, sua tecnologia e as necessidades de seus clientes sobre como eles utilizam os produtos/serviços; o que gostam e o que não gostam;
- 3) capacidade de trabalho, honestidade e ética: essas qualidades são cruciais, e sua importância é tão evidente que talvez nem precise ser citada;
- 4) delegar: autonomia e espírito empreendedor devem ser a tônica de toda a equipe;
- 5) conscientização quanto à filosofia básica da empresa: os valores essenciais da empresa. Não importa quanto o mundo ao redor da empresa mude, os ideais essenciais de um empreendedor nunca mudam;
- 6) nunca negligenciar a sua formação: o empreendedor precisa estar atualizado com o que vem ocorrendo, no ramo de atividades de sua empresa. Possuir conhecimentos ou habilidades especializadas, ao mesmo tempo em que mantém uma perspectiva ampla. A disposição em mudar, em aprender coisas novas, é crucial;
- 7) flexibilidade: o empreendedor precisa ser suficientemente flexível para aproveitar as oportunidades de negócios que vão surgindo;
- 8) Percepção da envolvente ambiental: compreender o contexto econômico em que sua empresa atua. É preciso perceber os fatores que podem provocar o crescimento

ou a falência de sua empresa para que possa saber que medidas e estratégias devem adotar;

9) monitorar a concorrência: acompanhar os passos da concorrência. Estudar o que vem acontecendo no mercado. O que nossos concorrentes andam fazendo de inteligente? O que podemos aprender com eles? Como podemos evitar os erros que eles cometeram? São perguntas fundamentais, neste processo;

10) usar a cabeça: analisar os problemas que vão surgindo, mas ter a preocupação de não se tornar vítima da “paralisia analítica”. Fazer bom uso do tempo, priorizando as coisas mais importantes.

Nesse tocante, concluímos que os empreendedores de Lan-House no município de Ipojuca/PE estão em sintonia com o que diz respeito à modernidade da gestão atual, inovando sempre que necessário, fidelizando clientes, com percepção de seu papel na inclusão digital, social e da responsabilidade com a sustentabilidade do município em que está inserido.

O conjunto de planejamento, estabelecimento de metas, definição de objetivos claros e específicos em longo prazo, além da busca pessoal de informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes, foram as questões que mais se destacaram, sendo características marcantes nesses indivíduos.

12.2 Caracterização dos usuários

O questionário foi aplicado na época de verão, compreendido entre janeiro e março de 2009, em plena época de comércio intenso no município, devido ao alto índice de ocupação na cidade, por ser uma cidade também turística.

A maioria dos empreendimentos entrevistados estava localizado no distrito de Porto de Galinhas e, pelo motivo acima descrito, foi encontrado vários turistas, viajantes, empreendedores, vendedores, dentre outros, utilizando os serviços das Lan-Houses. Para não confrontar com o nosso real propósito, qual seja a investigação dos usuários que residiam na comunidade, teve-se o cuidado de não inserir atores que fugissem do objetivo principal. No geral, conseguimos registrar somente usuários que correspondiam a esse critério. Foi encontrado, na maioria das vezes, bastante movimento nessas casas e, em algumas, até filas de espera.

Os usuários têm, em média, uma faixa etária de 15 a 25 anos. Foi encontrado, também, diversos usuários com idades entre 26 e 45 anos e alguns com mais de 46 anos. Com uma escolaridade concentrada até o ensino médio, baixos números com o segundo grau completo e nível universitário.

Em forma de questões abertas, a maioria dos entrevistados respondeu que o principal motivo que os levou a procurar a Lan-House foi fazer amizades ou relacionar-se com pessoas e, em segundo lugar, pesquisar ou manter-se atualizado. Os serviços que mais utilizam são o Google ou sites de pesquisa e, em segundo lugar, MSN, e-mails ou programas de relacionamento. Esse quadro denota que muitos usuários utilizam esses serviços para se relacionar com outras pessoas e para executar pesquisas de diversos fins, mantendo-se sempre atualizados e antenados no que está acontecendo no mundo, em todas as áreas de interesse.

Os usuários acharam baratos ou aceitáveis os valores cobrados pelo serviço dos estabelecimentos e que se encontram dentro das perspectivas de pagamento. Grande parte se queixou do demasiado aumento dos preços durante o período de veraneio, quando ocorre uma prática diferenciada de preços com relação a outras épocas do ano, não só nos empreendimentos estudados, mas também em qualquer comércio nessa localidade, devido ao aumento da procura existente nessa época do ano.

O número médio de vezes que os usuários utilizam por mês esse tipo de serviço varia de 01 a 08 vezes ao mês e, em segundo lugar, de 09 a 16 vezes por mês. Denota-se, nesse quadro, que a maioria dos usuários das Lan-Houses o fazem por não possuírem outro meio de se conectar e, muitas vezes, nem possuem computador em casa, usufruindo da terceirização do serviço de acesso ao computador e à internet, que é seu modo de se incluir digitalmente. É evidente que, pela quantidade de vezes que esses usuários utilizam esse tipo de serviço, as Lan-Houses geram inclusão digital.

Grande parte dos usuários acredita que o serviço das Lan-Houses contribuiu para a melhoria dos resultados dos estudos, pois não têm condições de acesso a boas bibliotecas e nem dispõem de dinheiro para comprar livros. A internet é a grande aliada para obtenção de conhecimentos e para estudos em geral, além de o próprio computador ser uma ferramenta bastante interessante para estudos.

No quesito de importância que a Lan-House tem em sua inserção no mundo da informática (é claro e evidente o papel de inclusão digital exercido por empreendimentos desse tipo), obtiveram-se as seguintes respostas: ajuda e comodidade com 07 entrevistados; informação, pesquisa e atualização, com 24 entrevistados; curiosidade, com 02 entrevistados; novas experiências, com 11 entrevistados; acesso à informática, pois não tem computador em casa e/ou acesso à internet, com 14 entrevistados; e, por fim, sem importância, com 02 entrevistados. Explicita-se mais uma vez, o valor desses empreendimentos em comunidades mais carentes com uma renda familiar mais baixa.

Em qual a importância do uso do serviço para a sua formação profissional e escolar, tem-se, pela maioria dos usuários: gerar ou aperfeiçoar conhecimentos como fator principal e, em segundo plano, galgar novas oportunidades e/ou melhorias no mercado de trabalho, denotando a procura dos usuários por melhorias em seu âmbito profissional.

Igual ao questionário elaborado para os empreendedores, foram enumeradas 10 atividades principais para que os usuários dissessem quais atividades eram praticadas nas Lan-Houses em níveis de porcentagem. A soma de todas as 10 atividades teria que ser igual a 100, demonstrando os respectivos percentuais de uso de cada uma das atividades. São elas: jogos em rede ou *downloads* de jogos; procura de cultura, lazer, notícias e entretenimento; pesquisas em geral; produção/digitalização de documentos; envio e recebimento de e-mails; participação em sites de relacionamento, *chats*, *orkut*, *facebook*, etc.; treinamento e pesquisa educacional; busca por informações e serviços *on-line*; uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK); envio de mensagens instantâneas. Certos de que os empreendedores estariam atentos ao uso dos serviços pelos seus usuários, igualmente com as respostas dadas por eles, a maioria das respostas dos usuários também chegou perto de 10% em todas as questões, demonstrando que, realmente, os usuários praticariam atividades relativamente iguais, dividindo o seu tempo no estabelecimento de forma igualitária na perspectiva das atividades.

Sob forma de pergunta aberta, foi questionado aos usuários se eles acreditavam que as Lan-Houses geram inclusão digital e por quê. Como respostas dois blocos salutareos, o primeiro: “sim, porque, ao procurar Lan-Houses, os usuários estão-se incluindo digitalmente”. O segundo bloco: “sim, porque ainda existem muitas pessoas com dificuldade em ter acesso à informática”; e, em apenas um dos casos, a resposta negativa, demonstrando que realmente os usuários têm a visão de que as Lan-Houses geram inclusão digital, haja vista grande parte da comunidade não ter condições de acesso ao computador e à internet, procurando as Lan-Houses como intermediadoras desse processo de inclusão digital.

Por fim, sob forma também de pergunta aberta, questionou-se aos usuários se eles acreditavam que as Lan-Houses geram sustentabilidade e por quê. Como respostas dois blocos foram salutareos: o primeiro: “sim, porque está gerando emprego, renda e incluindo socialmente outras pessoas”. O segundo bloco: “sim, porque é uma forma de dar acesso à informática para pessoas que não têm condições”; e, em 04 casos as respostas foram negativas. Esse resultado demonstra que, realmente, os usuários também têm a visão de que as Lan-Houses geram sustentabilidade, pois geram empregos, difundem a inclusão digital e,

consequentemente, inclusão social, provendo o acesso de grande parte da comunidade de Ipojuca ao mundo da informática.

A utilização dos conceitos de empreendedorismo e inovação se torna importante na medida em que permitem representar aspectos da realidade, através de construções lógicas, estabelecidas de acordo com um quadro teórico de referência. Isso nos mostra, no caso das Lan-Houses, o preceito básico de que esse tipo de comércio preencheu lacunas importantíssimas para as inclusões social e digital, além da sustentabilidade das comunidades de Ipojuca/PE.

A perspectiva dos usuários, quanto à inclusão digital e à sustentabilidade desse tipo de empreendimento, é visível e notória. Eles sabem e têm consciência do papel desse comércio no caminho da sustentabilidade. Com isso, desencadeiam o processo de sustentabilidade entre os seus entes e amigos, difundindo melhores ideias e melhorando a qualidade da cidadania na localidade em que vivem. É um exemplo claro de que a iniciativa privada pode promover e desencadear essa sustentabilidade local.

13 CONCLUSÕES

Ao empreendedor de Lan-House cabe o desafio de transformar idéias em produtos e serviços. Para vencer esse desafio, o moderno proprietário desse tipo de negócio, terá que descobrir algo que diferencie dos demais e saber comunicar isso aos seus clientes.

Quer se queira ou não, já estamos passando do ponto crítico da era da informação, pelo qual jamais voltaremos atrás. Para provar, basta se pensar o que seria da humanidade sem o computador, fax, telefone, o modem, televisão, e-mail, internet, dentre outros artifícios tecnológicos, indispensáveis a vida quotidiana. A evolução se deu de forma tão progressiva que quase não se percebeu, mas as diferenças com o passado são profundas e talvez irreversíveis.

Muitos empresários estão a todo tempo convertendo suas visões e idéias em oportunidades de negócio. No mundo tecnológico atual, é preciso que os empreendedores estejam com os pensamentos voltados para a sustentabilidade, de como tirar o lucro sustentável de seus negócios e incluir socialmente ou digitalmente a população menos bastarda.

Abaixo, são demonstrados alguns tópicos acerca da idéia central desse trabalho:

- a) Em princípio, a Lan-House é, sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável, uma ferramenta que proporciona e desencadeia esse processo, ajudando a gerar riquezas, renda, conhecimento, pesquisa, acesso à informática, computadores e serviços digitais para quem não tem condições de ter em casa ou em seu ambiente familiar esses equipamentos.
- b) Os usuários e os empreendimentos estão inseridos em um ambiente de inclusão digital pura, efetivando o acesso à tecnologia a quem não tem condições de adquiri-la, nos entornos de sua comunidade, a preços relativamente acessíveis a todos os níveis de renda, causando, também, a inclusão social através de empreendimentos privados e levando mais cidadania para o município.
- c) A inovação é cada vez mais um fator determinante para o sucesso dos empreendimentos, fazendo com que sejam cada vez mais empregadas estratégias de crescimento, através da inovação, focalizada como elemento de diferenciação.
- d) As Lan-Houses acabaram fornecendo aos seus usuários condições para promover conhecimento, protegendo, potencializando capacidades e características intelectuais, proporcionando, avaliando e recompensando a produção intelectual de seus colaboradores.

- e) Os empreendimentos desse tipo têm, na inovação, uma característica marcante que, para ser efetuada, precisa ser gerida para uma necessidade orientada. Ser flexível, tolerar o caos, ser entusiasta com experiência, ter poucos planos formais, implementar fórmulas criativas de recompensa, ter perspectiva a longo prazo, manter custos baixos, desde a fase de arranque, colaboradores e, principalmente, o espírito empreendedor.
- f) Conceitualmente, os empreendedores de Lan-Houses no município de Ipojuca/PE podem ser tidos como casos de empreendedores schumpeterianos, fazendo alusão à Schumpeter, pois têm um papel ativo na renovação do tecido econômico e do social, devido à “destruição criativa” que operam; empreendedores “capazes de agir com confiança para além dos limites dos sinais familiares”. Há, ainda, os fiéis à visão de Peter Drucker, o qual, entre as qualidades que fazem um empreendedor, enaltece a inovação. O empreendedor está sempre à procura da mudança. O que explora como oportunidade é a perspectiva de McClelland, que destaca a necessidade de realização dos empreendedores.
- g) Foi constatado que, além de saber ganhar dinheiro, essa nova geração de empreendedores tem em comum o fato de haver identificado, antecipadamente, as novas oportunidades de negócios que nasceram com a globalização, a tecnologia, a informática em si e a explosão proporcionada por essas novas tecnologias. São empreendedores que descobriram territórios virgens e férteis para plantar negócios que contrariavam conhecimento tradicional das pessoas. Analisando-os sob as perspectivas sociais, eles possuem a visão de que fazem parte do mecanismo de mudança e de inclusão. Isso gera sustentabilidade para a sua localidade, fazendo com que as comunidades que utilizam os seus serviços fiquem com grande fatia dessa explosão social por eles desencadeada.
- h) Por outro lado, constata-se que os empreendedores de Ipojuca, em geral, não têm um nível escolar muito elevado e, ao lidar com o saber, devem estar atentos de que é preciso investir na pesquisa, na melhoria de seu nível escolar, para que possam sempre prover melhorias para si e para os cidadãos de sua localidade.
- i) A sociedade da informação e do saber está a criar uma enorme diversidade de novas oportunidades de empresas e de negócios em áreas nas quais, até bem pouco tempo, quase ninguém traçava cenários tão promissores. A visão social e de sustentabilidade dos novos empreendimentos tem-se mostrado muito forte e de extrema importância para o seu real sucesso. Afora as próprias Lan-Houses, como exemplos as indústrias de conteúdos multimídia, do audiovisual e do entretenimento, do software, da

eletrônica e das telecomunicações, bem como da convergência de todas estas atividades, em termos tecnológicos e de mercado, há emergência de novas formas de trabalhar: como o teletrabalho, que permite também a criação de mais empresas e empregos, muitos deles de alta qualificação.

Precisa-se observar os novos métodos de quebra de paradigmas, às novas realidades do mundo, à facilidade e à agilidade com que a informação flui nesse novo mundo planalizado e globalizado (ao pensamento social e global), e para a constante busca de sustentabilidade. Pois, se lembrarmos bem, na era anterior, na linha de montagem, nenhum trabalhador iria além da volta do parafuso; na média gerência, nenhum gerente avançava além do manual; nenhuma decisão deixava de passar pelo empreendedor.

Observar mais sistematicamente as relações empresariais, nas quais todos os atores do empreendimento são ativos em todas as camadas da empresa e seus clientes passam de simples atores passivos para serem capazes de adentrar o meio social e a perspectiva de ativos no empreendimento, tornando-se, todos os envolvidos, co-autores da mudança do meio que esses atores em conjunto desenvolvem e determinam.

14 RECOMENDAÇÕES

Aos empreendedores, usuários, moradores, governos, empresas em geral do município de Ipojuca/PE, é possível agrupar algumas recomendações, são elas:

- a) aos governos que saibam utilizar a capilaridade das Lan-Houses para prover ensino à distância, programas sociais que utilizem o serviço das Lan-Houses, implementar programas de incentivos fiscais para empresas que têm o cunho social, prover capacitação para os empreendedores e seus funcionários para que possam dedicar-se mais à causa da inclusão social, realizar parcerias junto aos empreendedores, a fim de que consigam chegar a mais pessoas atendidas e incluídas digitalmente e, por fim, prover melhores condições para a busca de créditos para empresas de cunho social;
- b) estudar mais a fundo os possíveis usuários, identificando brechas no mercado, definirão melhor as fontes de maior lucratividade e tornar seu empreendimento mais lucrativo;
- c) procurar estudar mais os concorrentes e o que outros mercados tem feito, identificar novas tecnologias, novas formas de inserção social, novas parcerias com órgãos governamentais e novos segmentos de atuação para sua empresa;
- d) procurar sempre programar estratégias que viabilizem à sua empresa alcançar e sustentar uma vantagem competitiva de custo frente à concorrência: procurar o que os usuários estão precisando e encontrar nessa necessidade alguma forma de melhorar a oferta de serviços;
- e) identificar o que gera mais valor para o cliente e implementar ferramentas para gerenciamento de estratégias de diferenciação bem-sucedida, colocando o comprometimento da empresa com foco no cliente;
- f) gerenciar ações inovadoras para a obtenção de uma maior participação de mercado; estabelecer e implantar estratégias empresariais que coloquem o empreendimento no topo da cadeia empresarial.
- g) é imprescindível, ao empreendedor, buscar estratégias focadas nas suas competências essenciais, centradas nas mudanças no cenário econômico, na competição baseada em conhecimento, potencializando competências intelectuais, gerenciando o *outsourcing* estratégico, maximizando tanto a eficiência, quanto a flexibilidade, procurando tirar os benefícios de uma correta abordagem dessas atitudes gerenciais;

- h) buscar mais informações para o usuário, de forma a sempre procurar uma melhoria dos serviços e do que é utilizado nesses empreendimentos, demonstrar a sua opinião acerca dos mecanismos oferecidos, buscar e solicitar melhorias, equipamentos de ponta; dessa forma, manter-se ator ativo no que se refere ao melhoramento geral;
- i) os empreendedores precisam estar atentos, pois não se devem desviar das necessidades do mercado, saber gerir os conflitos entre os mais exaltados pela inovação e os partidários de uma organização burocratizada, implantar controles detalhados na fase de arranque do empreendimento, procurar cumprir os prazos acertados com os clientes, fornecedores e usuários, evitar sempre os desperdícios;
- j) gerir um negócio pode ser comparado a viver uma vida, é uma arte que não se aprende nos livros. Mesmo que os livros ofereçam uma considerada ajuda, é preciso visão, conhecer bastante o seu negócio e o ambiente em que ele está inserido, adotar estratégias inovadoras, eficientes e que conduzam à realidade do mercado, são fatores chaves para o sucesso de qualquer empreendimento;
- k) os empreendedores precisam definir bem a sua filosofia: o paradigma é a alma da empresa, é o seu espírito único que a difere de todas as demais, até daquelas do seu mesmo setor de atividades. O paradigma é a alma da empresa. Este conceito, não obstante, tem princípios básicos: projeto, que é o que diz aonde a empresa quer ir; o modelo, que determina como a empresa irá conseguir aonde quer chegar e a Fé, que dá a força necessária para executar o que se pretende fazer.

Segundo Leite (2002), para vencer no novo ambiente (Figura 20), as empresas de base tecnológica, criadas via incubadora, necessitam articular-se em três direções: (1) agregar o maior número de pessoas ao esforço de pensar novos negócios ou aprimorar o negócio existente. Os profissionais que dominarão, no futuro, serão os generalistas, aqueles capazes de estabelecer relações entre realidades aparentemente distribuídas e que saibam desenvolver uma visão sistêmica e estruturada; (2) trabalhar tendo em vista a produção final, não o controle sobre os meios. Ainda hoje há um vício cultural arraigado de as empresas pretenderem o controle absoluto sobre tudo o que fazem; (3) as empresas mais dinâmicas serão aquelas que tiverem visão estratégica e, dentro dela, souberem articular os diversos parceiros, identificar e acomodar interesses, estabelecer relações objetivas e de confiança com terceiros. Trocam-se as relações de controle e de subordinação por relações contratuais e de confiança.

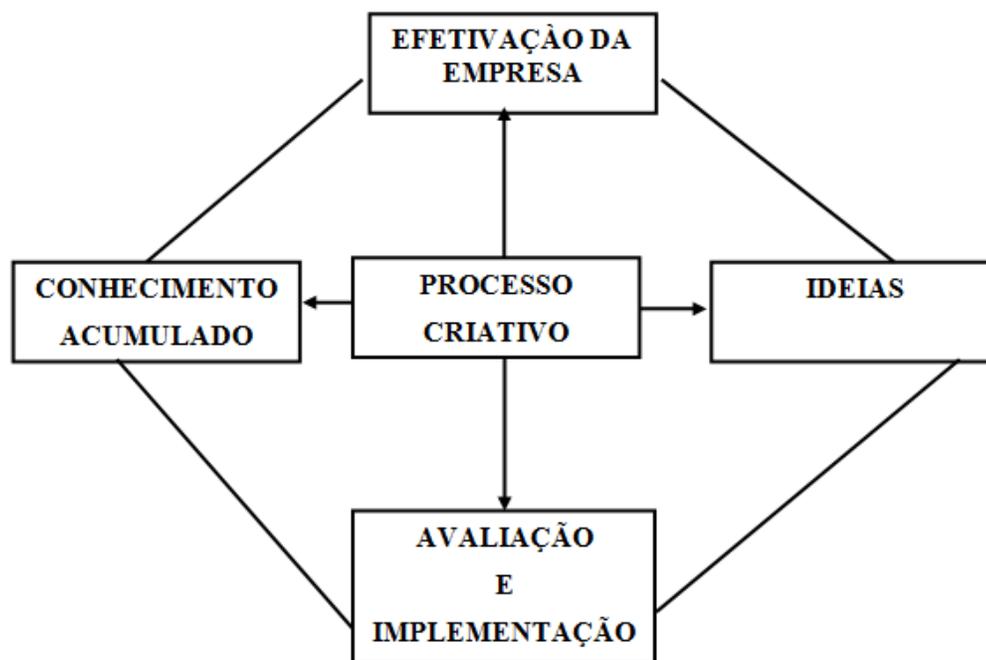


Figura 20 – Modelo de sucesso no novo ambiente empresarial.

Fonte: LEITE (2002)

A realização de pesquisas na área da administração, gestão, inclusão digital, inovação, empreendedorismo e sustentabilidade apresentam várias dificuldades, em função dos temas, assuntos abordados e das diversas dimensões da análise que pode ser utilizada no estudo efetuado sobre um determinado fenômeno, não em seu conjunto. Na verdade, os conhecimentos estão sendo, continuamente, ampliados, incorporando resultados e conclusões de estudos anteriores. Algumas recomendações para futuras realizações da continuação de investigação futura acerca desses assuntos são:

- a) o estudo aqui apresentado não se esgota em si mesmo; pelo contrário, pretende abrir novos caminhos para a realização de outras pesquisas que deem continuidade aos esforços aqui realizados. Para viabilizar outras investigações mais abrangentes e mais profundas, é necessário que entidades governamentais e não governamentais estimulem o estudo dos empreendedores, o processo de criação de empresas de cunho social, principalmente as que geram sustentabilidade e inclusão social, pois seriam interessante para empreendedores conhecer a fundo esses empreendimentos para poderem galgar mais investimentos nesses “negócios sociais”;

- b) realizar estudos comparativos que venham identificar as diferenças setoriais, regionais e internacionais que caracterizam, com profundidade, as particularidades de processos distintos de empresas desse porte;
- c) que os governantes, aliados à iniciativa público-privada, implementem programas capazes de desenvolver a capacidade empreendedora dos jovens;
- d) faz-se mister que as futuras pesquisas acerca das Lan-Houses e do fator sustentabilidade por elas desencadeados, levem em conta as questões pertinentes entre ramos de atividade, porte das empresas, localização, conjuntura socioeconômica, dentre outras, com o intuito de assegurar, o máximo possível, a validade de seus resultados;
- e) julga-se válida a realização de estudos que visem ao delineamento de traços de personalidade dos entrevistados, que geram subsídios aos estudos atuais e a complementar caracterização destes, acrescentando-se variáveis comportamentais àquelas que foram utilizadas neste trabalho.

Acredita-se que o estudo realizado pode ser continuado em diversas frentes de trabalho. O âmbito das empresas socialmente corretas e que promovem a inclusão social é vasto; a quantidade de casos e casos de sucesso é inumerável. O surgimento de um crescente número de parques de ciência e tecnologia pode ser um ponto de partida para aprofundar estudos sobre os empreendimentos e empreendedores neles instalados.

Na história da humanidade, nunca houve época melhor para ser um empreendedor do que agora. Todas as circunstâncias estão a favor: a mentalidade, a tecnologia, a divisão de muitos negócios grandes em negócios menores, facilitando a interferência de pequenos negócios no cenário empresarial mundial e a quebra das fronteiras físicas advindas da globalização e da planarização do mundo atual.

O empreendedor tem uma insaciável necessidade de triunfar; buscar novos meios de atingir mais clientes, nos mais distantes lugares, com mais e melhores produtos/serviços do que seus concorrentes, criando mais valor para seus parceiros e colaboradores. Com os conceitos de sustentabilidade e socialização tornando-se a cada dia, mais presentes nos empreendimentos, os empreendedores modernos têm, nessa faixa de mercado, um longo caminho a percorrer, haja vista a tão ativa (e mostrando-se tão evidente) necessidade de se manter sustentável. Na verdade, ao arrancarem com seu empreendimento, estão apenas começando a entrar em ação para atingirem seus objetivos, para satisfazer os desejos e necessidades de seus clientes e, quem sabe, do meio ambiente em que vivem.

Esta guerra será vencida pela empresa que for “especial, diferente e melhor”. Especial em seu relacionamento com seus clientes, fornecedores, funcionários; e diferente de todos os concorrentes no posicionamento de seus produtos/serviços, de modo que as pessoas os reconheçam como os melhores. A mágica é entregar ao cliente um produto/serviço especial. Os resultados financeiros que são alcançados são somente uma medida de como chegaram lá.

A velocidade das transformações econômicas é, ao mesmo tempo, um problema e uma enorme fonte de oportunidades para os empreendedores. Entretanto, é importante lembrar que os avanços tecnológicos não bastam para motivar transformações sociais. É preciso que, pelo menos, algumas pessoas adotem esses avanços, senão a transformação não acontecerá. Esses acontecimentos vêm marcando e modificando a humanidade.

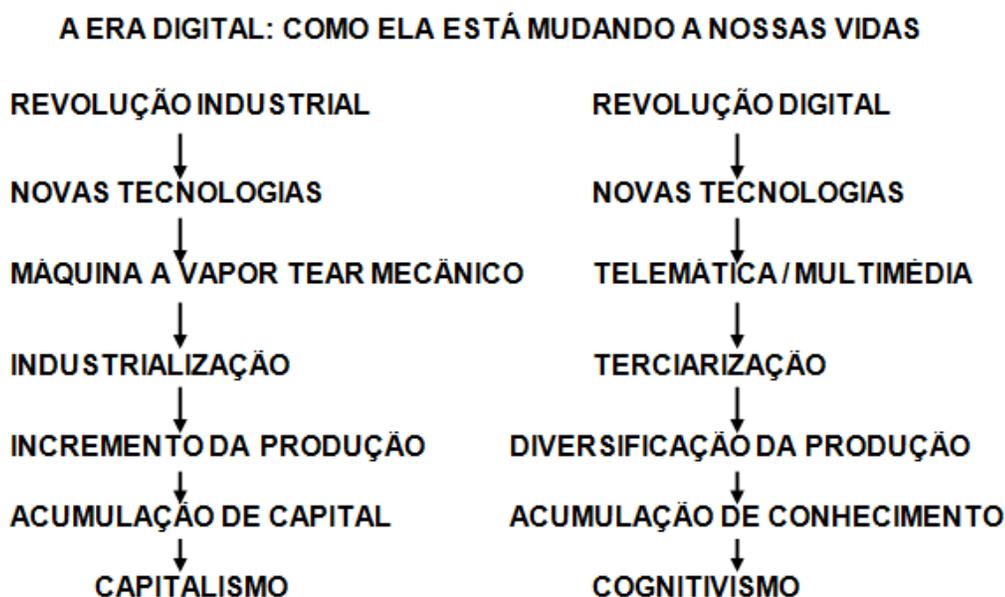


Figura 21 – A Era Digital: como está mudando as nossas vidas.
Fonte: Leite (2002)

Este trabalho pretende ser uma análise sobre o fenômeno do empreendedorismo, inovação e como o empreendimento de Lan-Houses no município de Ipojuca/PE desencadearia desenvolvimento sustentável, inclusão digital e social. Foi escrito como um manifesto em favor da gestão sustentável, da inclusão social, dos empreendimentos, do empreendedor e da inovação como base para essa difusão de ideias. Tal como os empreendedores, não foi pretendido assumir uma posição equilibrada. Foi uma ideia totalmente inovadora reunir os pensamentos de Peter Drucker, na óptica da gestão; David

McClelland, na vertente comportamental; Joseph Schumpeter, nos pensamentos sociais; Emanuel Leite, em sintetizar vários conceitos de inovação e empreendedorismo; Edgar Morin, com suas idéias contemporâneas; Celso Furtado, em desmistificar o desenvolvimento econômico; Thomas Friedman, em explicar a planaridade do mundo globalizado; e tantos outros autores que participaram da criação dessa pesquisa.

Por fim, em uma visão à moda de Albert Einstein, criador da teoria da relatividade, dentre inúmeras outras leis da física moderna, pode-se afirmar que o otimista afirma a vida, o pessimista a nega. O ser humano é um incorrigível otimista; o pessimista, com toda a sua negação, agarra-se, como uma regra geral, ao doce hábito de viver. Cada homem, um momento ou outro, acaba se fazendo a imortal pergunta de Hamlet: “Ser ou não ser? – Eis a questão”. E, se acaba decidindo que ser é, de maneira geral, preferível a não ser, isso é, notadamente, uma visão um otimista. É para ser otimistas quanto ao nosso próprio futuro. Está nas mãos da humanidade criar uma nova sociedade baseada no consumo sustentável e em ações sustentáveis: tentar, fracassar, tentar inúmeras vezes e conseguir: esse deve ser o lema que deve-se levar para o futuro de nossa humanidade. SUSTENTABILIDADE: EIS A QUESTÃO DO FUTURO DE NOSSA EXISTENCIA!

REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. Editora São Paulo: Mestre Jou, 1982.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

_____. **NBR 6027**: informação e documentação: sumário – apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

_____. **NBR 10520**: informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

_____. **NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2005.

_____. **NBR 15287**: informação e documentação: projeto de pesquisa: apresentação. Rio de Janeiro, 2005.

ACSELRAD, Henri; LEROY, Jean-Pierre. Novas premissas da sustentabilidade democrática. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, 1, 1999.

ACSELRAD, Henri. Sentidos da sustentabilidade urbana. In: ACSELRAD, Henry (org). **A duração das cidades. Sustentabilidade e risco nas políticas urbanas**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001, p. 27-56.

AGENDA 21 GLOBAL. **Documento Agenda 21 da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. RIO-92. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=18&idConteudo=575>>. Acesso em: 14 set. 2008.

ANPEI, Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras. **Governo regulamenta Lei de Inovação Tecnológica**. Notícias. 14 out. 2005. Disponível em: <<http://www.anpei.org.br/imprensa/noticias/noticia-895/>>. Acesso em: 21 out. 2008

ARAÚJO, Vania Maria Rodrigues Hermes de. Miséria informacional. O paradoxo da sub-informação e super-informação. **Revista Inteligência Empresarial**, Rio de Janeiro, n. 7, p. 11-12, 2001.

ASSUMPÇÃO, Rodrigo; MORI, Cristina. **Inclusão Digital**: Discursos, práticas e um longo caminho a percorrer. 17 mai. 2006. Disponível em: <<http://www.inclusaodigital.gov.br/inclusao/noticia/inclusao-digital-discursos-praticas-e-um-longo-caminho-a-percorrer/>>. Acesso em: 30 nov. 2008.

BECHARA, Marcelo. **Banda larga**: Os espaços públicos de acesso à internet. CGI.br (Comitê Gestor da Internet no Brasil). Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e

da comunicação 2007. 04 jun. 2008. Disponível em: <<http://www.cgi.br/publicacoes/artigos/artigo52.htm>>. Acesso em: 14 out. 2008.

BEZERRA, Maria do Carmo de Lima; BURSZTYN, Marcel (coord.). **Ciência e Tecnologia para o desenvolvimento sustentável**. Ministério do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis, Consórcio CDS/UNB/Abipti, Brasília: IBAMA, 2000.

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 10.973**, de 02 de dezembro de 2004. Lei de Inovação. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Lei/L10.973.htm>. Acesso em: 30 nov. 2008.

BRUNDTLAND, Gro Harlem. **Nosso Futuro Comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

CAMARGO, Aspásia. Governança para o século 21. In: TRIGUEIRO, André. **Meio Ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. 3. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. p. 307-321.

CAMARGO, Aspásia; CAPOBIANCO, João Paulo Ribeiro; PUPPIM, José Antonio Puppim. **Meio ambiente Brasil: avanços e obstáculos pós-Rio- 92**. 2. ed. São Paulo: Estação Liberdade: Instituto Socioambiental; Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2004.

CANEPA, Carla. **Cidades Sustentáveis: o município como lócus da sustentabilidade**. São Paulo: RCS, 2007.

CARTA DA TERRA. **Organização das Nações Unidas**. 2002. Disponível em: <<http://www.cartadaterra.com.br/textos.htm>>. Acesso em: 14 out. 2008.

CAVALCANTI, Clóvis. (org.). **Desenvolvimento e Natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. 4 ed. São Paulo: Cortez, 2003.

CMMAD – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso futuro comum**. 2. ed. Tradução de Our common future. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

COELHO, Franklin Dias. Reestruturação econômica e as novas estratégias de desenvolvimento local. In: FONTES, Ângela; COELHO, Franklin Dias. **Desenvolvimento Econômico Local: Temas e Abordagens**. Rio de Janeiro, IBM, SERE/FES, 1996. p. 9-25.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa Sobre o Uso da Internet no Brasil 2005**. São Paulo. CGI.br, 2006. 304p. Disponível em: <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2005/index.htm>>. Acesso em: 39 nov. 2008.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa Sobre o Uso da Internet no Brasil 2006**. São Paulo. CGI.br, 2007. 322p. Disponível em: <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2006/index.htm>>. Acesso em: 39 nov. 2008.

CONDEPE/FIDEM. Disponível em: <<http://www.condepefidem.pe.gov.br>>. Acesso em: 30 mar. 2008.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e construção de conhecimento: metodologia científica no caminho de Habermas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996. 125 p.

DRUCKER, Peter. **O gerente eficaz**. 4 ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

_____. **Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles**. New York: Harper & Row, 1984.

_____. **Inovação e espírito empreendedor – entrepreneurship** – São Paulo: Livraria pioneira editora, 1986.

FIRESTONE, Harvey. **Firestone, Uma lenda. Um século. Uma celebração**. Forbes Custom publishing. New York, 2000.

FRIEDMAN, Thomas. **O mundo é plano: Uma breve história do século XXI**. Rio de Janeiro. Objetiva, 2005.

FURTADO, Celso, **O mito do desenvolvimento econômico**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974. 120 p.

GALBRAITH, John Kenneth. **O novo estado industrial**. Tradução: Sonia Lima, São Paulo: Nova Cultural, 1965.

GARCIA, Francisco Luiz. **Introdução crítica ao conhecimento**. Campinas: Papirus, 1988. 113 p.

GARIBA, Mauricio, Jr. **O papel da ciência e o conhecimento**. CEFET /SC. Disponível em: <<http://www.cefetsc.edu.br/~gariba/o%20papel%20da%20ciencia%20e%20o%20conhecimento.PDF>>. Acesso em: 23 nov. 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GOOGLEMAPS. Disponível em:<<http://www.maps.google.com>>. Acesso em: 06 dez. 2008.

GUTIÉRREZ, Francisco; PRADO, Cruz; Trabucco, Sandra (trad.). **Ecopedagogia e Cidadania Planetária, Guia da Escola Cidadã**. São Paulo: Cortez Instituto Paulo Freire. v.3, 2002. 128 p.

HAECKEL, Felipe. **Sucesso: o que eles pensam: 119 personalidades que fazem Pernambuco, contam suas experiências**. Recife: Ed. Do autor, 2004.

IBGE. Instituto brasileiro de geografia e estatística, 2000 – 2006. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 10 out. 2008.

IPOJUCA. **Informações Sobre Programas do Governo o Estado**. Disponível em: <<http://www.ipojuca.pe.gov.br/>>. Acesso em: 20 out. 2008.

JESUS, Paulo de. **Sobre desenvolvimento local e sustentável** – Algumas considerações conceituais e suas implicações em projetos de pesquisa. Recife: EDUPE, 2006.

LANHOUSING. **Site especializado em assuntos pertinentes a Lan-Houses**. Disponível em: <<http://www.lanhousing.com.br/lanhouse.htm>>. Acesso em: 28 out. 2008.

LAZARTE, Leonardo. Ecologia cognitiva na sociedade da informação. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 2, 2000.

LEFF, Enrique. **Epistemologia Ambiental**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2006.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O Fenômeno do Empreendedorismo** – Criando Riquezas. 3. ed. Recife: Bagaço, 2002. 557 p.

_____. **Empreendedorismo, Inovação e Incubação de empresas**. Recife: Bagaço, 2006. v. 01. 400 p.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed 34, p.167. 2000.

MARICATO, Ermínia. **Brasil, cidades**: alternativas para a crise urbana. Petrópolis: Vozes, 2000.

MCCLELLAND, David. **A sociedade competitiva**: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e cultura, 1972.

MENDONÇA, Luiz Carvalheira, **Como me tornei empresário: a aventura de 17 vencedores**. Recife. Bagaço, 2001.

_____. **A invenção de Porto de Galinhas**: história, empreendedorismo e turismo. Recife: Persona, 2004.

MILANEZ, Francisco. Desenvolvimento Sustentável. In: CATTANI, Antônio David (org.). **A outra Economia**. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003. p. 76-84.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1993.

MORIN, Edgar. **O Método - O Conhecimento do Conhecimento**. Portugal: Publicações Europa-América Lda., 1986.

MORIN, Edgar; KERN, Anne-Brigitte. **Terra Pátria**. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005, 181 p.

_____. **A Cabeça Bem-Feita**: Repensar a Reforma, Reformar o Pensamento. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

NATURA, Site da empresa Natura cosméticos. Disponível em: <<http://www2.natura.net/web/br/home/src/>>. Acesso em: 20 out. 2007.

PICCININI, Valmíra Carolina; DROUVOT, Hubert. A produtividade e seus impactos sobre as condições econômicas e sociais de um país. **Revista Econômica da administração**. Porto Alegre. UFRGS. v. 5, n. 01, 1999.

PORTAL do Governo Federal brasileiro sobre inclusão digital. Disponível em: <<http://www.inclusaodigital.gov.br/inclusao/>>. Acesso em: 30 nov. 2008.

QUÉAU, Philippe. Cibercultura e info-ética. In: MORIN, Edgar. **A religação dos saberes: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

RODRIGUES, Marcelo Abelha. **Instituições de direito ambiental**. São Paulo: Max Limonad, 2002. v 1.

RONDELLI, Elizabeth. **Quatro passos para a inclusão digital**. 24 jun. 2003. Disponível em: <<http://www.comunicacao.pro.br/setepontos/5/4passos.htm>>. Acesso em: 07 ago. 2008.

SACHS, Ignacy. **Estratégias de Transição para do século XXI – Desenvolvimento e Meio Ambiente**. Tradução de Magda Lopes. São Paulo: Studio Nobel: Fundação para o desenvolvimento administrativo, 1993.

SANTOS, Lúcio. **O princípio da Precaução e sua aplicação em defesa das piscinas naturais da praia de porto de galinhas**. Aperfeiçoamento/Especialização em Especialização em Direito Ambiental e Urbanístico. Faculdades Salesianas do Nordeste. 2005.

SATTERTHWAITE, David. Como as cidades podem contribuir para o Desenvolvimento Sustentável. Apud MENEGAT, Rualdo e ALMEIDA, Gerson. **Desenvolvimento Sustentável e Gestão Ambiental nas Cidades, Estratégias a partir de Porto Alegre**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2004. p. 129-167.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Capitalism, Socialism and Democracy**. 3. ed. New York: Harper&Row, 1950, 431 p.

_____. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

_____. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. 3. ed. Tradução: Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultura, 1988.

SELLTIZ, Claire, et al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Helder, 1967. p. 61-62.

SILVA, Maria de Fátima Gomes. Uma reflexão sobre a necessária indissociabilidade entre sustentabilidade e interdisciplinaridade. In: PEDROSA, Ivo; MACIEL, Adalberto; ASSUNÇÃO, Luiz Márcio (Org.). **Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável**. Recife: EDUPE, 2007. v. 1. p. 39-58

SUAPE. Disponível em: <<http://www.suape.pe.gov.br/index.asp>>. Acesso em: 05 nov. 2008.
UOL - Universo On-Line. **Reportagem sobre o acesso da internet no mundo**. 18 mar. 2008.
Disponível em: <http://imasters.uol.com.br/noticia/8353/pesquisas/824_milhoes_de_pessoas_acessam_a_internet_no_mundo>. Acesso em: 28 nov. 2008.

VEIGA, José Eli da. **Cidades Imaginárias** – o Brasil é menos urbano do que se calcula.
Campinas: Editora da Unicamp, 2005.

WIKIPEDIA. Definição do termo Lan-House. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/LAN_house>. Acesso em: 20 nov. 2008.

APÊNDICES

QUESTIONÁRIO DOS SÓCIOS DAS LANS-HOUSES

PARTE I - IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Nome da empresa:	
Endereço:	
Cidade:	
Estado:	CEP:
Telefone:	Fax:
E-mail:	
Faixa etária:	Escolaridade:
Número de Empregados:	
Número de equipamentos: (computadores, impressoras, escaners, etc)	
Principais Produtos/serviços:	

PARTE II - MOTIVAÇÕES E OPORTUNIDADES PARA A CRIAÇÃO DA EMPRESA

Em que ordem de importância os fatores abaixo foram relevantes no momento da tomada de decisão de criar a sua própria empresa?

1- Nenhuma importância / 2- Pouca importância / 3- Média importância /
4- Muita importância / 5- Extremamente importante

	1	2	3	4	5
Definir objetivos claros e específicos de longo prazo					
Calcular deliberadamente os riscos e avaliar as alternativas.					
Tomar medidas para atender ou exceder os padrões de qualidade dos produtos/serviços ofertados ao mercado.					
Tomar medidas para estender o negócio a novas áreas, produtos ou serviços.					
Identificar oportunidades únicas para iniciar o negócio, obter equipamentos e espaço físico para instalar a sua empresa.					
Buscar pessoalmente informações sobre clientes fornecedores ou concorrentes.					
Tomar medidas repetidas vezes ou mudar para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar desafios ou superar obstáculos.					
Utilizar pessoal-chave - agentes para atingir seus objetivos.					
Utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir outros.					
Fazer sacrifício pessoal ou esforços extraordinários para a realização de uma tarefa.					
Fazer pessoalmente pesquisas sobre como fornecer seus produtos ou serviços.					
Encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma possível, mais barato.					

Dividir as tarefas em sub-tarefas em prazos bem definidos.
 Revisar o plano de negócios periodicamente, levando em conta a performance e fazer as mudanças necessárias.
 Manter os registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões de negócio

--	--	--	--	--

Buscar e documentar informações comprobatórias.
 Mostrar confiança na própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio.

PARTE III - PERCEPÇÕES DO EMPREENDEDOR SOBRE AS DIFICULDADES E FACILIDADES ENCONTRADAS PARA A CRIAÇÃO DA EMPRESA

O processo de criação de sua empresa durou quanto tempo, desde o momento em que iniciou até o dia da criação?

Até um mês - De um mês a três meses - De três a seis meses - De seis meses a doze meses - Mais de doze meses

O capital utilizado para a criação da empresa foi proveniente de que fonte?

Poupança própria dos sócios - Empréstimo obtido com familiares = Financiamento de órgãos do governo - Empréstimos bancários - Crédito de fornecedores

Se houvesse outra oportunidade, começaria seu negócio novamente?

Sim Não

Por quê?

PARTE IV – PERCEPÇÃO DO EMPREENDEDOR SOBRE O PROCESSO DE INCLUSÃO DIGITAL, DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL QUE GERA A SUA EMPRESA

Com relação aos usuários, você diria que eles praticam quais atividades em seu estabelecimento? A soma dos números tem que dar 100:

- Jogos em rede ou downloads de jogos: _____
- Procuram cultura, lazer, notícias e entretenimento: _____
- Pesquisas em geral: _____
- Produção/ digitalização de documentos em geral: _____
- Envio e recebimento de e-mails: _____

- Participar de sites de relacionamento[⊗] (*Chats, Orkut, facebook, etc.*) _____
- Treinamento e pesquisa educacional: (sites como google, cadê ou outro sites de busca para localizar livros, artigos, trabalhos, etc.) _____
- Busca por informações e serviços *on-line*: _____
- Uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.): _____
- Envio de mensagens instantâneas e/ou *e-mails*: _____

Qual a estimativa do nível de Renda familiar média, dos usuários de seus estabelecimentos: a soma tem que ser 100:

Até 1 salário mínimo: _____ De 3 a 4 salários mínimos: _____
De 1 a 2 salários mínimos: _____ Mais de 4 salários mínimos: _____

Pela sua experiência de trabalho, você acredita que seu estabelecimento gera inclusão digital? Por quê?

Pela sua experiência de trabalho, você acredita que seu estabelecimento gera sustentabilidade? Por quê?

QUESTIONÁRIO DOS USUÁRIOS DAS LANS-HOUSES

PARTE I - IDENTIFICAÇÃO DO USUÁRIO

Nome:	
Endereço:	
Cidade:	
Estado:	CEP:
Telefone:	Fax:
E-mail:	
Faixa etária:	Escolaridade:

PARTE II – PERCEPÇÃO DO USUÁRIO SOBRE O PROCESSO DE INCLUSÃO DIGITAL, DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL QUE É GERADO PELAS LANS-HOUSES

Motivos que levaram a procurar a Lan-House?

Serviços que mais utiliza na Lan-House?

Em sua percepção você acha que o valor cobrado pelo serviço desse estabelecimento, se encontra dentro de suas expectativas de pagamento (é caro, aceitável ou barato?)

Qual o número de vezes em um mês que ele frequenta esse tipo de serviço?

O serviço que você utiliza, contribui para a melhoria do resultado de estudos?

Qual a importância da Lan-House em sua inserção no mundo da informática?

Qual a importância do uso do serviço para sua formação profissional e escolar?

Com relação aos usuários, você diria que eles praticam quais atividades em seu estabelecimento? A soma dos números tem que dar 100:

- Jogos em rede ou downloads de jogos: _____
- Procuram cultura, lazer, notícias e entretenimento: _____
- Pesquisas em geral: _____
- Produção/ digitalização de documentos em geral: _____
- Envio e recebimento de *e-mails*: _____
- Participar de sites de relacionamento: _____
- Treinamento e pesquisa educacional: _____
- Busca por informações e serviços *on-line*: _____
- Uso de programas de comunicação (MSN, SKYPE, GTALK, etc.): _____
- Envio de mensagens instantâneas e/ou e-mails: _____

Você acredita que as Lan-Houses em geral, geram inclusão digital? Por quê?

Você acredita que as Lan-Houses em geral, geram sustentabilidade? Por quê?

ANEXOS

ALGUNS INDICADORES ACERCA DO MUNICÍPIO DE IPOJUCA

Participação do município de Ipojuca no PIB de Pernambuco, entre outros municípios:

<i>Municípios</i> (%)	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>
Ipojuca	4,2	4,9	5,9	5,7	6,1	6,7	7,0
Recife	33,4	32,4	31,6	35,8	34,1	33,6	33,4
Jaboatão	8,9	8,2	7,9	8,1	7,8	8,0	8,1
Cabo de St.	5,2	5,9	6,6	5,1	6,2	6,1	5,7
Agostinho							
Olinda	3,2	3,5	3,2	3,6	3,5	3,6	3,9

Fonte: Fonte: IBGE e Agência CONDEPE/FIDEM

PIB do município de Ipojuca comparado a outros municípios de Pernambuco (valor do PIB a preços correntes – R\$ 1.000.000)

<i>Municípios</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>
Ipojuca	1.098	1.429	1.856	2.000	2.398	2.958	3.505
Recife	8.704	9.423	10.040	12.634	13.421	14.776	16.664
Jaboatão	2.310	2.394	2.505	2.842	3.079	3.505	4.067
Cabo de St.	1.359	1.730	2.105	1.788	2.423	2.692	2.852
Agostinho							
Olinda	844	1.020	1.027	1.281	1.382	1.601	1.938

Fonte: Fonte: IBGE e Agência CONDEPE/FIDEM

Divisão do PIB do município de Ipojuca (X R\$ 1.000.000) por setor:

<i>Setor</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>Taxa de Crescimento</i> (%/a)
Agricultura	22	38	41	39	20,6%
Indústria	252	386	512	666	38,3%
Comércio e Serviços	1.726	1.974	2.405	2.801	17,5%

Total	2.000	2.398	2.959	3.505	20,6%
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------

Fonte: IBGE e Agência CONDEPE/FIDEM

Distribuição da população do município de Ipojuca por sexo – IBGE 2000

<i>Distritos</i>	<i>Total</i>	<i>Homens</i>	<i>(%)</i>	<i>Mulheres</i>	<i>(%)</i>
Camela	15.690	7.799	49,7	7.891	50,3
Ipojuca	22.200	11.031	49,7	11.169	50,3
N Sa. do Ó	21.391	10.532	49,2	10.859	50,8
Total	59.281	29.362	49,5	29.919	50,5

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2000 – Resultados do Universo

População por situação de domicílio no município de Ipojuca (ano 2000)

<i>Distritos</i>	<i>Total</i>	<i>Urbana</i>	<i>(%)</i>	<i>Rural</i>	<i>(%)</i>
Camela	15.690	11.055	70,5	4.635	29,5
Ipojuca	22.200	10.113	45,6	12.087	54,4
N. Sra. do Ó	21.391	19.142	89,5	2.249	10,5
Total	59.281	40.310	68,0	18.971	32,0

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2000 – Resultados do Universo

Eleitores no município de Ipojuca em 2006

<i>Total</i>	<i>48.334</i>
Masculinos	24.175
Mulheres	24.119
Não informado	40

Fonte: TRE

Domicílios município de Ipojuca em 2007

<i>Total</i>	<i>22.786</i>
Particulares totais	22.651
Particulares ocupados	17.719
Particulares não ocupados	4.932
Coletivos	135

Fonte: IBGE, 2007

Indicadores demográficos do município de Ipojuca - 2000

<i>Taxa de urbanização (%)</i>	68,0
Densidade demográfica (hab./km ²)	112,4
Taxa anual de crescimento demográfico (1991/2000)	3,0
Taxa de fecundidade (filhos por mulher)	2,3
Esperança de vida ao nascer	68,7
Média de moradores por domicílio	4,4

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2000

Número e percentual de domicílios particulares permanentes no município de Ipojuca – 2000

<i>Distritos</i>	<i>Total</i>	<i>Urbana (%)</i>	<i>Rural (%)</i>
Camela	3.442	2.561 74,40	881 25,60
Ipojuca	5.071	2.440 48,12	2.631 51,88
N. Sa. Do Ó	4.901	4.449 90,78	452 9,22
Total	13.414	9.450 70,45	3.964 29,55

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2000 – Resultados do Universo

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)