

O Significado de Empreendedorismo Social - *Shle*

Original

em

Inglês:

<http://www.gsb.stanford.edu/services/news/DeesSoцентrepPaper.html>

J. Gregory Dees

Escola de Graduação em Administração (Graduate School of Business)
Universidade de Stanford (Stanford University)

31 de Outubro de 1998

A idéia de "empreendedorismo social" teve grande resistência inicial. Trata-se de uma expressão que se encaixa melhor na atualidade. Ela combina a paixão por uma missão social com a imagem de disciplina, inovação e determinação, comumente associada a negócios comerciais privados, como por exemplo, os pioneiros da alta tecnologia do Vale do Silício, na Califórnia. Nosso tempo está certamente mais maduro para uma abordagem empreendedora aos problemas sociais. Muitos esforços governamentais e filantrópicos falharam frente às nossas expectativas. Muitas das organizações do setor social são muitas vezes vistas como ineficientes, ineficazes e sem respostas aos problemas. Os empreendedores sociais são necessários para desenvolverem novos modelos para um novo século.

O termo empreendedorismo social pode ser novo, mas o fenômeno não. Sempre tivemos empreendedores sociais, mesmo não os chamando como tal. Originalmente eles construíram muitas das instituições que hoje temos como referência. Entretanto, o novo termo é importante, uma vez que implica na indistinção das fronteiras do setor social. Em adição aos novos empreendimentos sem fins lucrativos, o empreendedorismo social pode incluir empreendimentos de negócios de propósitos sociais, tais como bancos de desenvolvimento comunitário com fins de lucro e organizações híbridas, juntando elementos sem fins lucrativos com elementos com fins de lucro, tais como abrigos para sem-tetos que iniciam pequenos negócios para manter e empregar seus residentes. O novo termo ajuda a ampliar o campo de ação. O empreendedor social busca os métodos mais efetivos que sirvam à sua missão social.

Embora que o conceito de "empreendedorismo social" esteja ganhando popularidade, ele acaba significando diferentes coisas para diferentes pessoas. E isso pode ser confuso. Muitos associam o termo empreendedorismo social exclusivamente com organizações sem fins lucrativos que iniciam empreendimentos com fins de lucro. Outros o usam para descrever qualquer um que inicie uma organização sem fins lucrativos. Ainda outros o usam para se referir a empresários que aderem a práticas de responsabilidade social. O que "empreendedorismo social" realmente significa? O que é necessário para se tornar um empreendedor social? Para responder estas questões devemos começar olhando as raízes do termo "empreendedor".

As Origens da Palavra "Empreendedor"

No vocabulário comum, ser um empreendedor é associado com a criação de um negócio, mas essa é uma forma pobre de se aplicar tal termo, que possui uma rica história e um significado muito mais significante. O termo "empreendedor" surgiu na economia francesa por volta dos séculos XVII e XVIII. Em francês, significa aquele se compromete com um trabalho ou uma atividade específica e significante. Mais especificamente, veio para ser usado para identificar indivíduos

ousados que estimulavam o progresso econômico buscando novas e melhores formas de fazer as coisas. O economista francês mais comumente reconhecido por dar a tal expressão esse significado particular é Jean Baptiste Say. Escrevendo na virada do século XIX, ele o emprega neste sentido, "O empreendedor move recursos econômicos de uma área de baixa para uma área de maior produtividade e grande retorno". Empreendedores geram valor.

No século XX, o economista mais proximamente associado ao termo foi Joseph Schumpeter. Ele descreveu os empreendedores como os inovadores que dirigem o processo "criativo-destrutivo" do capitalismo. Em suas palavras, "a função do empreendedor é reformar ou revolucionar o modelo de produção." Eles podem fazer isso de diferentes maneiras: "explorando uma invenção ou, mais genericamente, uma possibilidade tecnológica ainda não testada para produzir novas mercadorias, ou uma antiga já existente de uma nova maneira; criando uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova forma de escoamento de produtos; reorganizando uma indústria e assim por diante." Os empreendedores de Schumpeter são os agentes de mudança na economia. Servindo novos mercados ou criando novos meios para fazer as coisas, ele movem a economia para frente.

É verdade que muitos dos empreendedores que Say e Schumpeter têm em mente servem a suas função iniciando novos negócios com fins de lucro, mas iniciar um negócio não é a essência do empreendedorismo. Embora outros economistas possam ter usado o termo com diversos matizes, a tradição de Say e Schumpeter que identifica os empreendedores como os catalisadores e inovadores por trás do progresso econômico serviu de base para o uso contemporâneo deste conceito.

Teorias Atuais de Empreendedorismo

Escritores contemporâneos em gestão e administração têm apresentado uma vasta série de teorias do empreendedorismo. Muitos dos principais pensadores continuam creditando a tradição Say e Schumpeter enquanto oferecem variações sobre o tema. Por exemplo, na sua tentativa em pegar o que é especial sobre os empreendedores, Peter Drucker começa com a definição de Say, mas a amplia para focá-la em oportunidades. Drucker não vê os empreendedores causando mudanças, mas vê-los explorando as oportunidades que as mudanças criam (na tecnologia, na preferência dos consumidores, nas normas sociais etc.). "Isso define empreendedor e empreendedorismo - o empreendedor sempre busca a mudança, a reponde e a explora como uma oportunidade", diz Drucker. A noção de "oportunidade" veio para se tornar centro de muitas das definições atuais de empreendedorismo. É o modo como os teóricos em gestão da atualidade capturam as noções de Say de mover os recursos econômicos para áreas de grande retorno. Neste sentido uma oportunidade, presumidamente, significa uma oportunidade de criar valor. Os empreendedores têm a mente programada de tal forma que vêm mais as possibilidades do que os problemas criados pelas mudanças.

Para Drucker, iniciar um negócio não é nem necessário nem suficiente para o empreendedorismo. Ele comenta explicitamente que "nem todo novo pequeno negócio é empreendedor ou representa o empreendedorismo." Ele cita o exemplo de um casal "que abre uma outra loja *delicatessen* ou uma outro restaurante mexicano num subúrbio americano" como um caso em questão. Não há nada

especialmente inovador ou voltado para gerar mudanças nisso. O mesmo seria verdade para novas organizações sem fins lucrativos. Nem toda nova organização seria empreendedora. Drucker também deixa claro que o empreendedorismo não requer sempre uma finalidade de lucro. No início do seu livro sobre Inovação e Empreendedorismo, Drucker asserts, "Nenhum melhor texto sobre a História do Empreendedorismo poderia ser encontrado antes da criação da universidade moderna, e especialmente da universidade moderna americana." Ele então explica que grande inovação foi essa no seu tempo. No final do livro, ele dedica um capítulo para o empreendedorismo em instituições que prestam serviços públicos.

Howard Stevenson, um dos principais teóricos do empreendedorismo na Escola de Administração de Harvard (*Harvard Business School*), baseado em pesquisas por ele conduzidas para determinar o que distingue gestão empreendedora das formas mais comuns de gestão "administrativa", adicionou um elemento de engenhosidade na definição de empreendedorismo orientada pela oportunidade. Após ter identificado várias dimensões de diferenças, ele sugere definir o coração da gestão empreendedora como "a perseguição da oportunidade sem considerar os recursos normalmente controlados." Ele descobriu que os empreendedores não somente vêem e perseguem as oportunidades que iludem os gerentes administrativos; empreendedores não permitem que seus próprios talentos iniciais limitem suas opções. Usando uma metáfora de Elizabeth Barrett Browning, seu alcance excede o alcance de suas garras. Empreendedores mobilizam os recursos dos outros para alcançar objetivos empreendedores. Administradores permitem que seus recursos existentes e a descrição das suas tarefas restrinjam suas visões e ações. Uma vez mais temos uma definição de empreendedorismo que não é limitada a abertura de negócios.

Diferenças entre Empreendedores Sociais e de Negócios

As idéias de Say, Schumpeter, Drucker e Stevenson são atrativas por que elas podem ser facilmente aplicadas tanto no setor social como no setor de negócios. Elas descrevem uma forma de pensar e um tipo de comportamento que pode se manifestar em qualquer lugar. E em um mundo onde os limites setoriais estão ficando menos nítidos, isso é uma vantagem. Devemos construir o nosso entendimento de empreendedorismo social dentro desta forte tradição da teoria e da pesquisa sobre empreendedorismo. O empreendedor social é uma das espécies do gênero dos empreendedores. São empreendedores com uma missão social. Entretanto, por causa desta missão, eles encontram alguns desafios distintos e nenhuma definição deveria refletir isso.

Para os empreendedores sociais, a missão social é central e explícita. E obviamente isso afeta a maneira como os empreendedores sociais percebem e avaliam as oportunidades. A criação central torna-se o impacto relativo à missão e não o a riqueza. Para os empreendedores sociais a riqueza é apenas um meio para um determinado fim. Já para os empreendedores de negócio, a geração de riquezas é uma maneira de mensurar a geração de valor. Isso ocorre porque os empreendedores de negócio estão sujeitos à disciplina do mercado, o qual na maioria das vezes é quem determina se eles estão mesmo gerando valor. Se eles não alternarem seus recursos para serem usados de forma mais economicamente produtiva, eles tenderão a serem postos de fora do mercado.

Os mercados não são perfeitos mas, de um modo geral, eles funcionam razoavelmente bem como um teste de geração de valor privado, especificamente a geração de valor para consumidores capazes de pagar. A habilidade dos empreendedores de atrair recursos (capital, pessoas, equipamentos etc.) num mercado competitivo é racionalmente um bom indicativo de que um empreendimento apresenta um uso mais produtivo destes recursos do que os seus competidores. A lógica é simples. Os empreendedores que podem pagar melhor pelos recursos são tipicamente aqueles que podem ter seus recursos melhor valorados, como determinado pelo seu mercado. Nos negócios, o valor é gerado quando os consumidores estão dispostos a pagar mais do que o custo de produção do bem ou serviço sendo vendido. O lucro (renda menos custos) que um empreendimento gera é racionalmente um bom indicador do valor que ele tem criado. Se um empreendedor não pode convencer um número suficiente de consumidores a pagar um preço adequado para gerar lucro, isso é um forte indicativo de que valor insuficiente está sendo criado para justificar o uso dos recursos. Um realinhamento dos recursos acontece naturalmente firmas que falham na geração de valor não conseguem obter recursos suficientes ou captar capital. Eles saem do mercado. Firmas que criam valor de forma mais econômica têm dinheiro para atrair os recursos necessários para crescer.

As leis de mercado não funcionam muito bem para os empreendedores sociais. Em particular, as leis de mercado não fazem um bom trabalho na valorização de melhorias sociais, bens públicos, prejuízos e benefícios para pessoas que não podem pagar. Esses elementos são muitas vezes essenciais para o empreendedorismo social. Isto é o que o faz empreendedorismo social. Como resultado, é muito mais difícil determinar se um empreendedor social está gerando valor social suficiente para justificar os recursos que usa para criar tal valor. A sobrevivência ou o crescimento de um empreendimento social não é a prova da sua eficiência ou eficácia em melhorar as condições sociais. É apenas, na melhor das hipóteses, um indicador débil.

Empreendedores sociais operam nas leis de mercado, mas estas leis nem sempre dão a disciplina correta. Muitas organizações de propósito social cobrar taxas por alguns de seus serviços. Elas também competem por doações, voluntários e outros tipos de apoio. Mas a disciplina dessas "leis de mercado" freqüentemente não está proximamente alinhada com a missão dos empreendedores sociais. Depende de quem está pagando essas taxas ou provendo os recursos, quais são suas motivações e quão bem eles podem avaliar o valor social criado pelo empreendimento. É inerentemente difícil de mensurar a geração de valor social. Quanto valor social é gerado por se ter diminuído a população em determinado riacho, ou por se ter salvado a coruja malhada, ou por se ter provido a terceira idade de companheirismo? Os cálculos não são apenas difíceis, mas também controversos. Mesmo quando as melhorias podem ser mensuradas, muitas vezes é difícil de se atribuir correta intervenção específica. Taxas mais baixas de criminalidade em determinada área dizem respeito à vigilância do bairro, às técnicas de policiamento ou apenas a uma melhor economia? Mesmo quando as melhorias podem ser mensuradas e atribuídas à determinada intervenção, os empreendedores sociais muitas vezes não podem captar o valor que eles têm criado num modelo econômico de se pagar pelos recursos que usam. Quem deve pagar pela limpeza de um riacho ou pela vigilância do bairro? Como se pode fazer para fazer com que todos os beneficiários paguem pelos serviços? Para compensar esse problema de valor, os empreendedores sociais confiam-se em

subsídios, doações e voluntários, mas isso apenas confunde a disciplina do mercado. A habilidade de atrair esses recursos filantrópicos pode dar alguma indicação da geração de valor aos olhos dos provedores de tais recursos, mas esse não é um indicador de muita confiança. O retorno psicológico que as pessoas ganham por fazer doações ou se voluntariar é comumente estar apenas muito fracamente ligado com o impacto social real, isso se existir algum tipo de ligação.

Definindo Empreendedorismo Social

Qualquer definição de empreendedorismo social deve refletir a necessidade de um substituto para a disciplina de mercado que funciona para os empreendedores de negócios. Não podemos assumir que a disciplina de mercado automaticamente removerá os empreendimentos sociais que não são eficientes e eficazes na utilização dos seus recursos. A definição a seguir combina um ênfase na disciplina e no resultado com as noções de geração de valor tiradas de Say, de inovação e agentes de mudança tiradas de Schumpeter, da busca da oportunidade de Drucker e uso máximo dos valores de Stevenson. Resumidamente, esta definição pode ser baseada no seguinte:

Os empreendedores sociais têm o papel de agentes de mudanças no setor social, por:

- Adotar uma missão de gerar e manter valor social (não apenas valor privado);
- Reconhecer e buscar implacavelmente novas oportunidades para servir a tal missão;
- Engajar-se num processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo;
- Agir arrojadamente sem se limitar pelos recursos disponíveis; e
- Exibir um elevado senso de transparência para com seus parceiros e público e pelos resultados gerados.

Essa é claramente um definição "idealizada". Os líderes do setor social exemplificarão essas características de diferentes formas e diferentes níveis. Quanto mais um pessoa satisfaz todas essas condições, mais esta pessoa se encaixa neste modelo de empreendedor social. Aqueles que forem mais inovadores em seu trabalho e que mais gerarem significantes melhorias sociais naturalmente serão vistos como mais empreendedores. Os verdadeiros empreendedores sociais de Schumpeter irão reformar ou revolucionar significativamente suas indústrias. Cada elemento nesta breve definição merece um pouco mais de elaboração. Vamos considerar cada uma por vez.

Agentes de mudança no setor social: Empreendedores sociais são os reformadores e revolucionários descritos por Schumpeter, mas com uma missão social. Eles realizam mudanças fundamentais na forma como as coisas são feitas no setor social. Suas visões são arrojadas. Eles atacam as causas básicas dos problemas, ao invés de apenas tratar os sintomas. Eles muitas vezes reduzem as necessidades ou invés de apenas identifica-las. Eles buscam criar mudanças sistêmicas e melhorias sustentáveis. Ainda que possam agir localmente, suas ações têm o potencial de estimular melhorias globais nas suas áreas escolhidas de atuação, educação, saúde, desenvolvimento econômico, meio ambiente, arte e cultura ou qualquer outro campo do setor social.

Adotar uma missão de gerar e manter valor social: Essa é a essência que distingue os empreendedores sociais dos empreendedores de negócios, mesmo os de negócios socialmente responsáveis. Para um empreendedor social, a missão social é fundamental. Esta é uma missão de melhorias sociais que não pode ser diminuída para se criar benefícios privados (retornos financeiro ou benefícios de consumo) para indivíduos. Gerar lucro, criar riquezas ou servir aos desejos de consumidores pode ser parte do modelo, mas são apenas meios para um fim social, não o fim propriamente dito. O lucro não é a medida da geração de valor; nem a satisfação dos consumidores; o impacto social é a medida. Empreendedores sociais procuram por retornos sociais de longo prazo em seus investimentos. Os empreendedores sociais querem mais que um rápido acerto; eles querem melhorias duradouras. Eles pensam sobre como manter o impacto.

Reconhecer e buscar implacavelmente novas oportunidades: Onde outros vêem problemas, empreendedores vêem oportunidade. Os empreendedores sociais não são guiados simplesmente pela percepção de uma necessidade social ou pela sua compaixão, ao invés disso eles têm uma visão de como alcançar melhorias e são determinados para fazer sua visão funcionar. Eles são persistentes. Os modelos que eles desenvolvem e a abordagem que eles têm podem, e muitas vezes acontece, gerar mudanças, uma vez que os empreendedores aprendem sobre o que pode ou não dar certo. O elemento chave é a persistência combinada com uma disposição de realizar ajustes como parte do objetivo, ao invés de desistirem quando encontram um obstáculo. Empreendedores perguntam, "Como podemos superar este obstáculo? Como podemos fazer isso dar certo?"

Engajar-se num processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo: Empreendedores são inovadores. Eles superam novas motivações, desenvolvem novos modelos e são pioneiros em novas abordagens. Entretanto, como Schumpeter nota, a inovação pode ter várias formas. Ela não requer que se invente algo inteiramente novo, pode simplesmente submeter uma idéia já existente à uma nova forma de realizá-la ou à uma nova situação. Empreendedores não precisam ser inventores. Eles precisam apenas ser criativos naquilo que os outros tenham inventado. Sua inovação pode aparecer na forma como eles organizam seus trabalhos principais ou como reúnem os recursos e os financiamentos necessários. No lado do financiamento, os empreendedores sociais procuram caminhos inovadores para garantir que seus empreendimentos terão acesso aos recursos pelo tempo que estiverem gerando valor social. Essa prontidão para inovar é parte do *modus operandi* dos empreendedores. Não é apenas uma explosão única de criatividade. É um processo contínuo de exploração, aprendizado e melhoria. Claro que com a inovação vem a incerteza e o risco de falhar. Empreendedores tendem a ter uma alta tolerância à ambigüidade e ao aprendizado de como administrar seus próprios riscos e o dos outros. Tratam as falhas de um projeto com uma experiência de aprendizado, e não como uma tragédia pessoal.

Agir arrojadamente sem se limitar pelos recursos disponíveis: Empreendedores sociais não permitem que seus limitados recursos os afaste da busca de suas visões. São habilitados a fazer mais com menos e a atrair recursos de terceiros. Usam eficientemente seus escassos recursos e os alavancam através de parcerias e colaboração com os outros. Exploram todas as opções de recursos, da filantropia pura aos métodos comerciais da economia. Eles não são limitados pelas normas do setor social nem por nenhum outro tipo de tradição. Desenvolvem

estratégias de uso dos recursos que são comumente para dar apoio e reforçar suas missões sociais. Encaram os riscos de forma calculada e administram as piores fases do trabalho, para reduzir os prejuízos que podem surgir de eventuais falhas. Eles entendem a tolerância que seus parceiros têm dos riscos e usam isso para estender o risco para aqueles que estão melhor preparados para aceitá-lo.

Exibir um elevado senso de transparência para com seus parceiros e público e pelos resultados gerados: Por causa que a disciplina do mercado não retira automaticamente do jogo empreendimentos sociais ineficientes ou ineficazes, os empreendedores sociais realizam ações para garantir que estejam criando valor. Isso significa que eles buscam um entendimento real do seu trabalho por parte de todos aqueles públicos a quem sua missão serve. Eles se fazem ter certeza que conhecem corretamente as necessidades e os valores do seu público alvo e das comunidades onde estes estão situados. Em alguns casos isso requer uma conexão muito próxima com tais comunidades. Eles compreendem suas expectativas e os valores de quem neles "apostam", incluindo qualquer um que invista dinheiro, tempo, e/ou conhecimento para ajudá-los. Eles buscam promover reais melhorias para seus beneficiários e suas comunidades, bom como atrair retornos (sociais e/ou financeiros) para aqueles que apostam nas suas missões. Criar uma harmonia entre os valores dos investidores/apostadores e as necessidades da comunidade é um importante pedaço do desafio. Quando possível, os empreendedores sociais criam mecanismos de feedback semelhante aos do mercado, para reforçar sua transparência. Eles avaliam seu progresso em termos de resultados sociais, financeiros e de gestão, e não simplesmente em termos do seu tamanho, produtos gerados ou processos. Eles também usam essas informações para fazer correções de curso de acordo com o necessário.

Empreendedores Sociais: Uma Rara Espécie

Os empreendedores sociais descrevem um conjunto de comportamentos que são excepcionais. Estes comportamentos devem ser encorajados e recompensados naqueles que têm a capacidade e o temperamento para este tipo de trabalho. Poderíamos usar muito mais deles. Todos deveriam aspirar ser um empreendedor social? Não. Nem todo líder do setor social cabe bem como empreendedor. O mesmo é verdadeiro nos negócios. Nem todo líder empresarial é um empreendedor no sentido que Say, Schumpeter, Drucker e Stevenson tinham em mente. Enquanto nós deveríamos desejar por mais comportamentos empreendedores em ambos setores, a sociedade tem uma necessidade por diferentes tipos e estilos de liderança. Empreendedores sociais são uma rara espécie de líderes, e eles devem ser reconhecidos como tal. Essa definição preserva sua distinta condição e garante que o empreendedorismo social não é tratado em segundo plano. Precisamos de empreendedores sociais para nos ajudar a encontrar novos caminhos em direção a melhorias sociais neste novo século.

Profissão: fazer o bem

O crescimento do terceiro setor trouxe na carona o empreendedorismo social. É um trabalho que exige suar a camiseta, mas pode garantir uma bela carreira

Por Rodrigo Vieira da Cunha

Mestre em psicologia da educação, **Sílvia Maria Pereira de Carvalho**, 51 anos, nasceu numa família de classe média de Itajubá, no sul do Estado de Minas Gerais. Por sete anos, ganhou um salário razoável como professora de escola particular. Mas nunca se sentiu confortável sabendo que os alunos da periferia não recebiam a mesma educação que ela teve e proporcionou aos seus três filhos. "Tive uma crise interior e resolvi me dedicar ao serviço social", diz Sílvia. Foi a senha para conhecer de perto aquilo que até hoje ela vem trabalhando para mudar: o precário atendimento das creches da rede pública. Em 1986, sensibilizada com o que viu, Sílvia convenceu algumas pessoas a ajudá-la e fundou a Crecheplan, uma organização não-governamental. Hoje, a Crecheplan oferece uma educação de maior qualidade às crianças de baixa renda. Sílvia atua onde os braços do governo não conseguem chegar. Ela é uma empreendedora social.

Empreendedores sociais são as pessoas físicas que trazem inovações para o terceiro setor, mais conhecido pela atuação das ONGs. "Assim como um empreendedor de negócios, os empreendedores sociais são visionários, criativos, determinados e, principalmente, inovadores", diz William Drayton, fundador da Ashoka, uma entidade formadora de empreendedores sociais. "A diferença é que usam essas qualidades para apresentar novas soluções para problemas sociais." É um trabalho de formiguinha: silencioso, cotidiano e, na grande maioria das vezes, que nada exige em troca, além de garantir melhores condições de vida às pessoas de baixa renda ou abandonadas pelo Estado. Sílvia faz exatamente isso, por meio da Crecheplan. Até hoje, com a ajuda financeira de institutos sociais, a ONG já atendeu 8 183 crianças e formou 857 profissionais em mais de 100 creches e centros de juventude. Nas creches em que se usa a metodologia de ensino desenvolvida por Sílvia e sua equipe, algumas crianças conseguem ler com apenas 5 anos de idade, algo impensável na rede pública de ensino.

No início, Sílvia precisou usar o escritório do marido, um arquiteto, para colocar sua idéia em prática. Agora, quase 15 anos depois, ela aplica nas creches 600 000 reais, obtidos com doações. Graças à sua metodologia inovadora de ensino desenvolvida nas creches da rede pública, ela se tornou consultora do referencial de ensino do Ministério da Educação e Cultura.

Hoje, cada vez menos o poder público consegue oferecer saúde, alimentação, educação e boas condições de vida para a população. O Estado deixa a desejar quando se trata de aplicar com igualdade os impostos que arrecada. Nesse vácuo é que o terceiro setor se torna importante cada vez mais visível. Embora não se tenham estatísticas confiáveis, estima-se que exista ali entre 6 000 e 30.000 ONGs nacionais espalhadas pelos países em desenvolvimento (no Brasil, estimativa varia entre 250 000 e 400 000!). De 1970 a 1985, o total de ajuda distribuída por essas organizações aumentou dez vezes. Em 1992, ONGs do mundo inteiro disponibilizaram 7,6 bilhão de dólares para programas sociais.

O trabalho de alguns empreendedores sociais começa a ganhar a mídia como o caso do carioca **Rodrigo Baggio**, 30 anos, que coordena o Comitê de Democratização da Informática (CDI), uma rede de escolas de computação espalhadas por favelas do Rio de Janeiro e em mais de uma dezena de estados brasileiros. Pop star do meio, Baggio já foi escolhido como provável líder latino-americano do século 21 pela revista americana Time. Em abril passado, o CDI recebeu 945 000 reais do Fundo Social, criado com base nos lucros do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social. Nos últimos três anos, o BNDES financiou 128 milhões de reais para 81 projetos de apoio a crianças e adolescentes de instituições públicas e privadas.

O gaúcho **Fábio Rosa** é um dos 220 fellows brasileiros da Ashoka, é um caso de alguém financiado com pequeno capital de risco que está gerando impacto mundial. A idéia de Fábio é uma daquelas que evocam a típica pergunta: por que ninguém pensou nisso antes? O que ele faz é prover fontes de energia para comunidades afastadas, dos grotões do Brasil aonde nem energia elétrica chega. São cerca de 25 milhões de brasileiros que vivem hoje como se estivessem no século 19. Seus dias produtivos são mais curtos (acabam com o pôr-do-sol), e seu cotidiano, sem confortos básicos como geladeira ou até mesmo rádio, em plena era da Internet. Isso porque custa muito caro - algo entre 3 000 e 4 000 reais - puxar uma linha de transmissão de energia para apenas uma propriedade. Fábio já iluminou a vida de 800 000 pessoas com energia solar. Ele rateia o custo de painéis solares entre as comunidades afastadas, substituindo o custo de energias alternativas e poluentes, como baterias de carros, querosene, velas ou pilhas comuns. O dinheiro pago pelos beneficiados vai para um fundo do Instituto para o Desenvolvimento de Energias Alternativas e Auto-Sustentabilidade (IDEAAS). Em cinco anos, o investimento já deve gerar lucros. O dinheiro que segue entrando financia a instalação de mais painéis solares.

Fábio identificou um problema em 1983, quando chegou à cidade de **Palmares do Sul**, a cerca de 70 quilômetros de **Porto Alegre**, no Rio Grande do Sul, para trabalhar como engenheiro agrônomo. Ele percebeu que a economia estava debilitada e que as pessoas não viam perspectiva alguma para trabalhar sem luz no campo. Pelo contrário, saíam em direção à capital gaúcha para inchar ainda mais as favelas. Então, resolveu arregaçar as mangas para ajudar a mudar a situação. Fábio criou modelos de instalação de energia que otimizaram o uso dos geradores, com menos potência e que evitam desperdícios. E também teve a idéia de instalar os painéis solares. Em quatro anos, os resultados são visíveis. De cada três famílias atendidas, uma já havia voltado ao campo graças às novas perspectivas. Com energia na propriedade rural, podiam colocar cercas elétricas (mais baratas do que cercas convencionais, já que consomem menos arame e madeira) e manejar a produção de leite, por exemplo. Podiam ter geladeiras para conservar o leite e depois negociá-lo. Surgiu também a possibilidade de novos trabalhos, como preparação de doces em conserva, já que o dia fica mais longo graças à luz artificial. "Se muitas pessoas resolvem voltar ao campo e trabalhar, o resultado é um aumento até na cadeia de produção de eletrodomésticos", diz Fábio. "Cerca de 80% dos beneficiados com a instalação de energia compram televisores em até um ano." Seu trabalho serve hoje de modelo para projetos de financiamento do Banco Mundial. No ano passado, ele deu uma palestra no seminário **Divisão Digital**, promovido pela Fundação Bill Gates. É uma amostra de como os empreendedores sociais podem colher os louros do pioneirismo e da inovação.

O benefício social dos projetos é inquestionável, mas é impossível não perguntar do que os empreendedores sociais vivem. Não imagine que pela relevância e nobreza do ofício eles ganhem remuneração estratosférica. Seus vencimentos são bem inferiores aos pagos pelas empresas. Nos Estados Unidos, trocar um cargo do mundo dos negócios pela área social significa ganhar 10% a menos. Trabalhar no terceiro setor é algo que toca mais ao coração do que ao bolso.