

ANTONIO DAVID CATTANI
JEAN-LOUIS LAVILLE
LUIZ INÁCIO GAIGER
PEDRO HESPANHA

*Dicionário Internacional
da Outra Economia*



DICIONÁRIO INTERNACIONAL DA OUTRA ECONOMIA

AUTORES

ANTONIO DAVID CATTANI
JEAN-LOUIS LAVILLE
LUIZ INÁCIO GAIGER
PEDRO HESPANHA

EDITOR

EDIÇÕES ALMEDINA, SA
Av. Fernão Magalhães, n.º 584, 5.º Andar
3000-174 Coimbra
Tel.: 239 851 904 – Fax: 239 851 901
www.almedina.net
editora@almedina.net

ALMEDINA BRASIL, LTDA

Alameda Lorena, 670
Jardim Paulista
01424-000 São Paulo
Tel/Fax: +55 11 3885 6624 / 3562 6624
Mob: +55 11 8457 2654
brasil@almedina.com.br

PRÉ-IMPRESSÃO

G.C. – GRÁFICA DE COIMBRA, LDA.
producao@graficadecoimbra.pt

IMPRESSÃO

??????????

Janeiro, 2009

DEPÓSITO LEGAL

??????????

Os dados e as opiniões inseridos na presente publicação são da exclusiva responsabilidade do(s) seu(s) autor(es). Toda a reprodução desta obra, por fotocópia ou outro qualquer processo, sem prévia autorização escrita do Editor, é ilícita e passível de procedimento judicial contra o infractor.

Biblioteca Nacional de Portugal – Catalogação na Publicação

Dicionário internacional da outra economia / Pedro
Hespanha...[et al.]. – (CES)
ISBN 978-972-40-3722-6

I – HESPANHA, Pedro, 1946-

CDU 330
316
304
364

ÍNDICE

- | | | | |
|----|--|-----|--|
| 7 | Construindo a Outra Economia
<i>Antonio David Cattani</i> | 55 | Cidadania
<i>Paulo Henrique Martins</i> |
| 9 | Nota Acerca da Edição Portuguesa
<i>Boaventura de Sousa Santos</i>
<i>Pedro Hespanha</i> | 60 | Comércio Justo
<i>Alfonso Cotera</i>
<i>Humberto Ortiz</i> |
| 11 | Altermundialização
<i>Patrick Viveret</i> | 68 | Conselhos de Empresa
<i>Hermes Augusto Costa</i> |
| 16 | Antiutilitarismo
<i>Alain Caillé</i> | 74 | Consumo Solidário
<i>Euclides André Mance</i> |
| 21 | Associativismo
<i>Philippe Chanial</i>
<i>Jean-Louis Laville</i> | 80 | Cooperação
<i>Paulo de Jesus</i>
<i>Lia Tiriba</i> |
| 26 | Autogestão
<i>Daniel Mothé</i> | 86 | Cooperação Internacional
<i>Dipac Jaiantilal</i> |
| 31 | Bancos Comunitários
de Desenvolvimento
<i>Genauto Carvalho de França Filho</i>
<i>Jeová Torres Silva Junior</i> | 91 | Cooperativas de Trabalho
<i>Jacob Carlos Lima</i> |
| 37 | Bens Públicos Mundiais
<i>Philip Golub</i>
<i>Jean-Paul Maréchal</i> | 96 | Cooperativismo
<i>Rui Namorado</i> |
| 43 | Cadeias Produtivas
<i>Lee Pegler</i> | 103 | Dádiva
<i>Alain Caillé</i> |
| 49 | Capital Social
<i>Susana Hintze</i> | 108 | Desenvolvimento Local
<i>Rogério Roque Amaro</i> |
| | | 114 | Economia da Família
<i>Lina Coelho</i> |

- 120 Economia do Trabalho
José Luis Coraggio
- 128 Economia Feminista
Lina Coelho
- 134 Economia Moral
Noëlle M. P. Lechat
- 139 Economia para a Vida
Franz J. Hinkelammert
Henry Mora Jiménez
- 145 Economia Plural
Jean-Louis Laville
- 150 Economia Popular
Ana Mercedes Sarria Icaza
Lia Tiriba
- 156 Economia Social
Jacques Defourny
- 162 Economia Solidária
Jean-Louis Laville
Luiz Inácio Gaiger
- 169 Eficiência
Luiz Inácio Gaiger
- 175 Emancipação Social
Antonio David Cattani
- 181 Empreendimento Econômico
Solidário
Luiz Inácio Gaiger
- 188 Empresa Social
Jacques Defourny
- 193 Empresas Recuperadas
Gabriel Fajn
- 198 Estado Social
François-Xavier Merrien
- 203 Ética Econômica
Anne Salmon
Antonio David Cattani
- 208 Finanças Solidárias
Ruth Muñoz
- 213 Governança Local
Sílvia Ferreira
- 219 Identidade
Marília Veríssimo Veronese
Egeu Gómez Esteves
- 224 Incubação de Redes
de Economia Solidária
Genauto Carvalho de França Filho
Eduardo Vivian da Cunha
- 231 Justiça Cognitiva
Maria Paula Meneses
- 237 Macroeconomia e Economia Popular
Ricardo Diéguez
- 243 Microcrédito
Jean-Michel Servet
- 248 Microempreendedorismo
Pedro Hespanha
- 255 Moeda Social
Claudia Lúcia Bisaggio Soares
- 260 Movimento Social
Ana Mercedes Sarria Icaza
- 264 Patrimônio Comum da Humanidade
José Manuel Pureza

- 268 Políticas Públicas
Walmor Schiochet
- 273 Previdência Social
Claudia Danani
- 278 Redes de Colaboração
Solidária
Euclides André Mance
- 284 Redes Sociais
Breno Fontes
Sílvia Portugal
- 289 Responsabilidade Social Empresarial
Anne Salmon
Antonio David Cattani
- 293 Saberes do Trabalho Associado
Maria Clara Fischer
Lia Tiriba
- 299 Sociedade-Providência
Pedro Hespanha
Sílvia Portugal
- 305 Sociologia Econômica
Benoît Lévesque
- 310 Solidariedade
Jean-Louis Laville
- 315 Tecnologia Social
Renato Dagnino
- 322 Terceiro Sector
Sílvia Ferreira
- 328 Utopia
Antonio David Cattani
- 335 Autores
e Corpo Técnico

1. Em geral, o conceito de microempreendedorismo é considerado como sendo uma especificação do conceito de empreendedorismo reportado a situações de pequeníssima escala. Em muitos países convencionou-se mesmo, para efeito de apoios públicos, um limiar máximo de dimensão definido através do número de pessoas envolvidas ou do volume de negócios. É esse o caso dos Estados Unidos, onde uma microempresa é geralmente definida como um negócio com 10 ou menos empregados e um volume de negócios anual até 100 000 dólares. A Comissão Europeia usa o mesmo critério dos 10 trabalhadores, mas estende o volume de negócios até aos 2 milhões de Euros.

Contudo, definir a microempresa através da sua escala oculta uma diversidade de situações que desafia qualquer tentativa de encontrar traços comuns de natureza mais substantiva. Vendedores ambulantes, pequenos camponeses, artesãos tradicionais ou modernos, costureiras, operadores de máquinas, colectores de lixo, jovens criativos são apenas algumas das inúmeras situações que associamos à pequeníssima empresa. As suas motivações são as mais diversas, embora a grande maioria dessas pessoas seja pobre e tenha dificuldade de aceder a recursos. Em termos de emprego, os pequenos negócios ocupam uma parte substancial da população activa e representam uma proporção elevadíssima das empresas: por exemplo, mais de 80% na América Latina e 79% na UE (OESMEs, 2007). E, constituindo para muitas pessoas um meio de escapar ao desemprego e à pobreza, esses negócios

também contribuem para o crescimento da economia e para a estabilidade social.

A questão que se coloca é a de saber em que medida esses pequenos empreendimentos ou negócios integram o conceito que se foi generalizando de empreendedorismo. Embora o percurso da construção do conceito tenha sido longo e enviesado, e a sua semântica duvidosa, generalizou-se, sobretudo desde a década de 1990, uma noção de empreendedorismo que identifica este com uma competência apurada de detectar e aproveitar oportunidades de negócio independentemente de dispor ou não de recursos próprios. Popularizada por Peter Drucker (1985), fortemente difundida pelas *business schools* de todo o mundo e acolhida nos relatórios das organizações internacionais e declarações solenes dos governos, essa acepção restrita do conceito deixaria à margem indubitavelmente a maior parte daqueles pequenos negócios.

Outras acepções de empreendedorismo que se consolidaram ao longo do tempo, como a de Joseph Schumpeter, limitam igualmente o universo da sua aplicação. Considerado o fundador dos estudos sobre o empreendedorismo, a partir da sua obra *The Theory of Economic Development*, publicada em 1911 (mas apenas em 1934 traduzida para língua inglesa), Schumpeter valorizou sobremaneira a inovação como atributo fundamental do empreendedorismo. Ao permitir ultrapassar as conhecidas resistências à mudança, a inovação reveste-se da maior importância para o sucesso do empreendimento. Ela manifesta-se numa diferente combinação de meios de produção e pode assumir diferentes formas: 1) introdução de um novo produto com que os consumidores

não estão familiarizados ou de uma nova variedade do produto; 2) introdução de um novo método de produção; 3) abertura de um novo mercado; 4) uso de uma nova fonte de matéria-prima ou de produtos semi-industrializados; e 5) mudanças na forma de organização da actividade, como a constituição ou o desmantelamento de um monopólio. Apesar de considerar a inovação uma predisposição que distingue o empreendedor do gestor, Schumpeter nunca produziu nenhum corpo de regras ou orientações pelas quais o empreendedor tivesse de se orientar, antes considerou a conduta reflexiva como a mais adequada a lidar com o que é novo (SWEDBERG, 2000, p. 12).

A conduta dos empreendedores apenas o interessou como um aspecto de uma nova teoria económica centrada na mudança e no desenvolvimento económico. O empreendedor estaria na origem das mais importantes mudanças da economia, alterando o sistema económico a partir de dentro, através da criação de novas funções de produção que marcariam os ciclos de negócios. Mais tarde, viria a realçar o papel da função empresarial no processo de destruição criativa que, segundo ele, caracteriza o próprio capitalismo: o novo substitui o velho. Enquanto isso, o empreendedorismo é definido pelos seus atributos de criatividade e intuição. Schumpeter analisa ainda as motivações do empreendedor, num registo mais próprio da Psicologia do que da teoria económica, para concluir que existem três motivações principais: a aspiração de poder e de autonomia, o desejo de sucesso e a satisfação de criar algo. Uma leitura apressada deste quadro motivacional descambou para a difusão de uma imagem heróica do

empreendedor que hoje é celebrada por muita literatura. O mesmo economista haveria mais tarde de corrigir a sua des-focagem admitindo, entre outras coisas, que o papel do empreendedor poderia ser desempenhado por uma organização, que ninguém seria empreendedor para toda a vida (apenas enquanto desenvolvesse actividades inovadoras) e que o que importaria seria o comportamento e não o actor.

Tal como o requisito da detecção das oportunidades, também o requisito da inovação não está presente numa grande parte dos pequenos negócios ou da pequena actividade. Se se juntarem ainda os requisitos da capacidade de assumir riscos e de gerar valor suscitados por Jean Baptiste Say (o empreendedor desloca os recursos económicos para as áreas de maior produtividade e maior retorno), e o da deservoltura na gestão e na assunção da incerteza introduzido por Frank Knight (e mais tarde reassumido por Howard Stevenson), nem por isso este tipo ideal de empreendedor ganha maior consistência empírica.

A realidade mostra que muitos dos negócios criados por indivíduos isolados ou por pequenos colectivos não obedecem a todos estes requisitos: ou não manifestam uma disposição para assumir riscos, nem envolvem uma operação de elevado retorno; ou não representam nenhuma inovação em termos da gestão e do produto; ou não resultam de uma capacidade de detectar oportunidades, antes de uma opção induzida ou tomada como alternativa a uma outra menos viável, como ter um emprego por conta de outrem; ou, finalmente, não evidenciam qualquer deservoltura por parte do empreendedor que se mostra muito apegado a uma

forma de gestão rotineira e cautelosa. O mesmo poderá acontecer com empreendimentos de maior dimensão, embora a evidência empírica permita defender que a probabilidade de faltarem os atributos de uma noção estrita de empreendedorismo varia no sentido inverso da escala do empreendimento.

A questão é particularmente pertinente em sociedades onde proliferem formas de pequena produção pouco ligadas ao mercado, movidas por uma racionalidade económica não-lucrativa e desenvolvidas por pessoas com recursos limitados, como é o caso das sociedades da periferia e da semiperiferia do sistema mundial. De uma forma sintética, existem aí, pelo menos, quatro *padrões analiticamente marginais* aos do empreendedorismo típico: 1. o das actividades com reduzida criação de valor em sectores económicos tradicionais; 2. o das actividades com reduzida inovação na gestão ou no produto; 3. o das iniciativas movidas pela necessidade e não pelo aproveitamento das oportunidades; e 4. o das actividades que minimizam a assunção do risco.

A existência de padrões de microempreendedorismo analiticamente marginais não significa que se tenha de analisar separadamente essas realidades das tipicamente empresariais. Mais importante do que a pureza classificatória das situações parece ser, por um lado, o tratamento delas como estágios num processo de transformação que conduz ou não às formas típicas de empresarialidade e, por outro, a capacidade de medir e compreender o afastamento entre umas e outras.

As situações reais podem combinar – e na realidade frequentemente combinam – mais de um destes padrões. Refi-

ram-se alguns exemplos: a) jovens recém-graduados ou com níveis elevados de escolaridade que, não encontrando facilmente um emprego por conta de outrem, decidem eles próprios criar o seu próprio emprego, sobretudo no sector dos serviços (económicos, culturais, de turismo, ambientais ou relacionados com as TIC) e muitas vezes estimulados pelas próprias escolas onde se formaram; b) pessoas com experiência profissional em domínios especializados que decidem montar um negócio por conta própria usando a sua experiência e rede de clientela (situação mais frequente entre pessoas que perdem o emprego em idades mais avançadas); c) pessoas que procuram um emprego sem êxito, ou seja, pessoas dificilmente empregáveis, que são levadas a montar um negócio, frequentemente estimuladas pelos conselhos e pelas ajudas dos serviços de emprego; d) pessoas pobres ou sem recursos suficientes que recorrem ao microcrédito para montar um pequeno negócio; e e) pessoas que desejam ter uma actividade independente e investem nisso todo o seu capital material e relacional, muitas das vezes sem ajudas institucionais.

2. É possível distinguir diferentes situações quanto à inovação, ao sentido de oportunidade e à assunção do risco. A decisão de criar uma empresa – escolha do auto-emprego em detrimento do emprego por conta de outrem – por parte de um indivíduo resulta de dois tipos de impulsos de carácter económico: a oportunidade e a necessidade.

O empreendedorismo de oportunidade, no sentido proposto por Schumpeter (1934), engloba os indivíduos com capacidades empreendedoras que detectam

uma oportunidade de negócio potencialmente lucrativo, traduzido por um maior conhecimento das tecnologias ou mercados, maiores capacidades de gestão, menor aversão ao risco ou outra característica pessoal que o torne mais atreito ao auto-emprego. Este tipo de iniciativa em que o indivíduo é atraído para o auto-emprego designa-se *empreendedorismo de oportunidade*.

O *empreendedorismo de necessidade* refere-se aos indivíduos que, na ausência de oportunidades de emprego por conta de outrem ou, pelo menos, de postos de trabalho com características adequadas às suas competências específicas, optam pelo auto-emprego não por via da detecção de uma oportunidade de negócio, mas antes pela ausência de alternativas mais favoráveis para a sua sobrevivência. O indivíduo é empurrado na direcção do auto-emprego vendo este como um refúgio das condições desfavoráveis do mercado de trabalho.

Estas situações de criação do próprio emprego por pessoas com difícil inserção no mercado regular de trabalho estão a ser promovidas e apoiadas, nos países desenvolvidos, por políticas activas de emprego, aparentemente sem atender à presença dos requisitos do empreendedorismo e apenas porque contribuem para uma redução do desemprego e, conseqüentemente, para um alívio financeiro dos sistemas de protecção social pública. Paralelamente, os governos promovem e apoiam a criação de PME pelas mudanças que estas podem introduzir na reestruturação dos mercados por via da inovação e da concorrência. Sendo complementares, estas duas perspectivas das novas políticas públicas – “activação” (*from welfare to work*)

e “crescer e inovar” – nem sempre são coerentes entre si e, por isso, têm conduzido frequentemente ora a uma orientação *workfare* da activação, ora à promoção do aparecimento de pequenas empresas reduzidamente inovadoras, como se verá adiante.

3. Pode questionar-se em que medida o microempreendedorismo é um conceito mais adequado a definir estas práticas negociais (em sentido etimológico) movidas pela necessidade do que outros conceitos tradicionalmente usados, tais como economia popular, economia de sobrevivência, economia moral. Ou, então, em que medida é que, usando o conceito de microempreendedorismo, estamos a desconsiderar dimensões dessas práticas que são verdadeiramente explicativas da sua existência, como o *ethos* de subsistência, a racionalidade de segurança ou a condição de modo de vida.

As perspectivas sociológica e antropológica sobre o empreendedorismo têm gerado alguns tópicos que podem ajudar a dar uma resposta a essas questões.

Um primeiro tópico critica o pretensão universalismo do espírito empreendedor. O espírito empreendedor não é uma característica inata dos indivíduos, antes resulta de uma socialização em ambientes de forte cultura empresarial e implica uma predisposição para correr risco. Por isso é mais fácil a alguns do que a outros tornarem-se empresários ou montarem um negócio por conta própria. De um modo muito esquemático, existem, em todas as sociedades, grupos sociais ou meios sociais mais distantes deste ambiente, de que são exemplos as comunidades pobres, em que o risco de empreender é muito

elevado e a prioridade vai para a segurança básica das famílias, as comunidades com uma cultura operária fortemente enraizada, os grupos étnicos que dispõem de um mercado natural para certos produtos entre os seus membros mas que não pode crescer para além de uma certa dimensão (WALDINGER et al., 1980) e os agentes do sector da burocracia pública ou privada com uma enraizada cultura de serviço.

Um segundo tópico critica o pretenso individualismo dos empreendedores traduzido em qualidades pessoais e numa elevada capacidade de decisão autónoma. Na realidade, o empreendedorismo de sucesso envolve, em geral, a contribuição de mais actores sociais para além do empreendedor, e o activismo deste último resulta muito do apoio que eles lhe dão. Nos microempreendimentos, quase nunca o empreendedor está sozinho a iniciar uma actividade, ainda que frequentemente as pessoas que o apoiam fiquem na sombra da formalização burocrática do negócio (SWEDBERG, 2000; PORTELA et al., 2008).

Um terceiro tópico diz respeito ao empreendedorismo informal. A economia informal constitui um contexto muito favorável ao desenvolvimento de pequenos negócios e, mais do que isso, ocorre frequentemente num período de consolidação desses negócios, constituindo um estágio para a aquisição de experiência e angariação de clientela, desembocando mais tarde no aparecimento de novas actividades no sector formal da economia.

A OIT define estas pequenas actividades no sector informal como “unidades de produção de bens e serviços com o intuito primordial de gerar emprego e rendimento para as pessoas nelas envolvidas.

Caracterizam-se pelo baixo nível de organização e a pequena escala, pela pouca ou nenhuma divisão entre trabalho e capital como factores de produção, e pelo facto de as relações de trabalho, quando existentes, serem baseadas na maior parte das vezes em empregos ocasionais, relações de parentesco ou em relações pessoais ou sociais, em lugar de arranjos contratuais com garantias formais” (OIT, 2006).

Os aspectos negativos desses empreendimentos informais são bem conhecidos, por constituírem quase sempre o lado mais divulgado do fenómeno: o seu carácter ilegal (não conformidade com leis e regulamentos); o seu carácter fraudulento (não contribuírem para as receitas governamentais devido à evasão de impostos); o seu carácter de concorrência desleal (competem em desigualdade com empresas formais ao evitarem custos a que estas estão sujeitas); e o seu carácter eventualmente delituoso (algumas actividades informais são ilegais ou, mesmo, criminosas).

No entanto, as actividades informais e, sobretudo, as de pequena escala são, na maior parte dos casos, a alternativa possível para muita gente, uma oportunidade de obtenção de rendimento para aqueles que, de outra forma, estariam sem meios de subsistência. Em vez de existir nessas pessoas uma espécie de preferência pelo informal, o que se verifica é ser o informal é a sua escolha mais racional. Para quem tem falta de recursos (não só monetários, mas também educacionais ou sociais) a solução formal pode ser inviável. A incerteza acerca do êxito do negócio torna proibitivo e muito arriscado o investimento na formalização (autorizações, licenças, impostos) desse negócio. O sistema fiscal

e o de segurança social, e as leis laborais são excessivamente restritivos ou complexos para um empreendimento de pequena dimensão. Além disso, não estando assegurada a clientela e sendo o ambiente comercial muitas vezes hostil para o início, crescimento e desenvolvimento de negócios, a passagem transitória por um período de informalidade é vista como a melhor forma de reduzir o risco de não ter clientela e de não dominar o mercado. Finalmente, a falta de recursos materiais e de bens de propriedade limitam a responsabilidade e impede o acesso ao crédito institucional, abrindo a porta ao crédito fiduciário das redes sociais primárias (mas também ao crédito usurário, como observou Muhammad Yunus no Bangladesh). Apenas razões deste tipo explicam a insegurança e o risco suportados pelos empreendedores informais: multas fiscais, confisco, punição por delito económico, condenação por ilicitude, etc.

Um argumento bastaria para incluir as iniciativas no sector informal da economia neste conjunto de modalidades atípicas de negócio que mantêm uma relação processual com o empreendedorismo: o seu potencial para desenvolver a capacidade de empreendimento, inovação e criatividade. De facto, as actividades informais habilitam os seus promotores a operar com alto grau de flexibilidade, familiarizam-nos com o negócio nas suas vertentes de organização e de mercados (gestão de recursos e comercialização dos produtos), e ajudam a consolidar uma relação estável com o mercado.

A reestruturação das economias e dos mercados de trabalho tem favorecido o recrudescimento das actividades informais mesmo nos países mais desenvolvi-

dos. Existe hoje, por parte dos governos, a consciência de que essas actividades desempenham um importante papel de adaptação às situações de crise e, por essa razão, é feita acerca delas uma avaliação menos negativa. Em alguns países, procura-se mesmo conferir alguma protecção ao sector informal sem o promover e, designadamente, proporcionar mais incentivos às empresas informais, através da redução de custos e do aumento dos benefícios para se tornarem e permanecerem legais. Quem quer montar um pequeno negócio em geral não tem acesso a serviços de *marketing*, de formação em competências básicas ou de transferência de tecnologias. Uma orientação recente vai no sentido de tornar mais fácil o acesso a esses serviços e de ajudar à formalização das empresas.

Um quarto tópico refere-se ao empreendedorismo económico solidário. Nesta categoria, integram-se todas as formas de associação produtiva entre trabalhadores como alternativa ao desemprego, falta de rendimento e marginalização pelo mercado de trabalho. Situadas no domínio do que convencionalmente tem sido designado de autogestão e cooperação, estas formas caracterizam-se por um conjunto de princípios que as permite distinguir de outras modalidades de empreendedorismo. De entre esses princípios, destacam-se: a autogestão e cooperação no trabalho, a participação, o igualitarismo, a auto-sustentação, o desenvolvimento humano e a responsabilidade social. A sua filosofia é a da solidariedade e não a do dinheiro ou a do poder administrativo.

A relação entre o lado solidário e o lado empreendedor destas iniciativas explica-se pela necessidade de novas modalidades de associativismo num período

mercado pela globalização económica, o sistema das cadeias produtivas e a crise do sistema de trabalho assalariado, e pela preocupação de escapar ao desemprego maciço e à exclusão social dos trabalhadores a que estes factores têm conduzido, sobretudo na periferia do sistema mundial. A saída empreendedorista representa uma valorização simultânea das vantagens da cooperação em torno de objectivos de melhoria das condições de vida e da eficiência económica para um uso mais adequado e flexível dos recursos, incluindo o trabalho.

A economia solidária tem vindo a desenvolver-se muito à escala mundial, mesmo em países desenvolvidos da União Europeia, como a França, a Itália, a Bélgica e a Espanha. A característica mais marcante é a pluralidade e novidade de formas: antigas e novas formas cooperativas e mutualistas, organizações socio-caritativas, empresas sociais e solidárias, empresas autogeridas e alternativas, iniciativas colectivas de alojamento, sistemas de trocas locais, comércio justo, instituições financeiras solidárias, produção-consumo e outras iniciativas rurais, empresas de inserção e outras formas de iniciativas de economia solidária dirigidas ou conduzidas por desempregados, mulheres, minorias étnicas e outras pessoas desfavorecidas social ou economicamente.

Em regra, essas iniciativas mobilizam uma grande diversidade de recursos e, não

raro, beneficiam de apoios importantes da parte das entidades públicas e, designadamente, das autarquias locais, precisamente pela capacidade que têm de encontrar uma saída para problemas que as políticas públicas convencionais não resolvem. A sua relação com a sociedade civil e com o Estado é, portanto, muito próxima, mas pautada por princípios de solidariedade e de reconhecimento mútuo.

BIBLIOGRAFIA

- DRUCKER, P. (1985), *Innovation and entrepreneurship*, New York: Harper Collins.
- GRANOVETTER, M.; SWEDBERG, R. (2001), *The Sociology of Economic Life*, Boulder, Colorado: Westview Press.
- HÉBERT, R.; LINK, A. (1982), *The Entrepreneur: mainstream views and radical critiques*, New York: Praeger.
- OESMES (2007), *Analysis of Competitiveness*, Brussels: European Commission, Enterprise and Industry DG, Communication and Information Unit.
- OIT (2006), *A OIT e a Economia Informal*, Lisboa: OIT.
- PORTELA, J.; HESPAÑA, P.; NOGUEIRA, C.; TEIXEIRA, M.; BAPTISTA, A. (2008), *Microempreendedorismo em Portugal*, Lisboa: INSCOOP.
- SAY, J. B. (1963), *A Treatise on Political Economy*, New Jersey: Augustus M. Kelly Pubs. (1.ª ed. 1821).
- SCHUMPETER, J. (1934), *Theory of Economic Development*, New York: Oxford University Press.
- SWEDBERG, R. (Ed.) (2000), *Entrepreneurship: the social science view*, Oxford: Oxford University Press.
- WALDINGER, R.; ALDRICH, H.; WARD, R. (1980), *Ethnic Entrepreneurs*, London: Sage.