



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI**  
**CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS**  
**CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**



**A Atuação da Economia de Comunhão Sobre o Empreendedorismo Brasileiro e o  
Resultado dessa Atuação Sobre Aspectos Socioeconômicos**

**The Action of the Economy of Communion on Brazilian Entrepreneurship and the  
Result of this Action on Socioeconomic Aspects**

Rafaela Sousa Lima<sup>1</sup>, Itamara Lima Matos<sup>2</sup>.

Picos - PI  
2019

---

<sup>1</sup> *Graduanda em Administração pela Universidade Federal do Piauí;*

<sup>2</sup> *Professora da Universidade Federal do Piauí, especialista, orientadora.*

FICHA CATALOGRÁFICA  
Universidade Federal do Piauí  
Campus Senador Helvídeo Nunes de Barros  
Biblioteca Setorial José Albano de Macêdo  
Serviço de Processamento Técnico

L732a Lima, Rafaela Sousa.

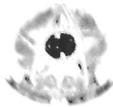
A atuação da economia de comunhão sobre o empreendedorismo brasileiro e o resultado dessa atuação sobre aspectos socioeconômicos / Rafaela Sousa Lima. – 2019.  
16 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2019.  
“Orientação: Profa. Esp. Itamara Lima Matos.”

1. Economia – aspectos sociais. 2. Economia de comunhão.  
3. Empreendedorismo - Brasil. I. Título.

CDD: 658.4





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO  
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.  
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA  
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Rafaela Sousa Lima

**Atuação da Economia de Comunhão sobre o empreendedorismo  
brasileiro e o resultado dessa atuação sobre aspectos socioeconômicos.**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

- Aprovado(a)**  
 **Aprovado(a) com restrições**

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 28 de novembro de 2019

Itamara Lima Matos  
(Orientadora – Itamara Lima Matos, Esp.)

Cleverson Vasconcelos da Nóbrega  
(Membro 1 – Cleverson Vasconcelos da Nóbrega, Dr.)

Carolina Maria Furtado Matos  
(Membro 2 – Carolina Maria Furtado Matos, Ma.)

## RESUMO

O Brasil tem sido alvo de inúmeras discussões no âmbito econômico e social, uma vez que ainda apresenta índices de pobreza avultados. Segundo dados do Cadastro Único do Ministério da Cidadania (2018 – 2019), a pobreza extrema no Brasil aumentou e já atinge 13,2 milhões de pessoas. Diante disso, essa pesquisa apresenta a Economia de Comunhão, que tem o propósito de atenuar a injustiça social e a miséria por meio da disseminação do sentido de fraternidade, reciprocidade e gratuidade entre pessoas e empresas. Somado a isso, retrata o empreendedorismo como um importante agente de transformação desse cenário. Logo, o presente artigo tem como questão problema: “De que forma a Economia de Comunhão atua sobre o empreendedorismo brasileiro e quais os resultados alcançados por intermédio dessa atuação diante de aspectos socioeconômicos?”. Como metodologia para a pesquisa, fez-se uso da abordagem qualitativa básica, com natureza exploratória-descritiva. Concluiu-se por meio desta, que apesar de números pouco expressivos, ante aos índices elevados de miséria, existe um crescimento notório nos resultados dessa atuação e efeitos valorosos na vida dos empreendedores alcançados.

**Palavras-chave:** Economia de Comunhão. Empreendedorismo. Reciprocidade.

## ABSTRACT

Brazil has been the target of countless discussions in the economic and social sphere, as it still has large poverty rates. According to data from the Single Registry of the Ministry of Citizenship (2018 - 2019), extreme poverty in Brazil has increased and already reaches 13.2 million people. Given this, this research presents the Economy of Communion, which has the purpose of alleviating social injustice and misery by spreading the sense of fraternity, reciprocity and gratuitousness between people and companies. In addition, it portrays entrepreneurship as an important transformation agent of this scenario. Thus, the present article has as a problem question: “How does the Economy of Communion act on Brazilian entrepreneurship and what are the results achieved through this action in the face of socioeconomic aspects? ” As methodology for the research, we used the basic qualitative approach, with exploratory-descriptive nature. It can be concluded from this that, despite low numbers, in view of the high levels of misery, there is a noticeable growth in the results of this performance and valuable effects on the lives of the entrepreneurs reached.

**Keywords:** Economy of Communion. Entrepreneurship. Reciprocity.

## 1. INTRODUÇÃO

Numerosos fatores impelem ou inibem o surgimento de novos negócios e a disseminação de uma cultura empreendedora no Brasil. A esse respeito, Souza *et al* (2016), compreende que ao longo do processo empreendedor o indivíduo se depara com barreiras e facilitadores, de ordem sociais, econômicos e ambientais. O indivíduo pode apresentar competências típicas de um empreendedor (por exemplo, senso de oportunidade), o que seria um facilitador do processo, no entanto, pode vir a enfrentar a ausência de suporte financeiro, fator que se comporta como uma barreira ao processo empreendedor. Desta forma, as barreiras e os facilitadores atuam concomitantemente na ação empreendedora (SOUZA *et al*, 2016).

Nada obstante, Sarfati (2013), reitera que a atividade empreendedora pode ter uma importante influência em relação a aspectos como o desenvolvimento econômico, a geração de emprego e a minimização da desigualdade social em um país, portanto, é fundamental discutir a necessidade de políticas de incentivo e fomento ao empreendedorismo.

Por efeito das diversas discussões que cercam esse tema, surgiram em todo o globo, estudos que investigam a atuação e impactos do empreendedorismo sobre a sociedade. Como o programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que corresponde a uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora. O estudo entende por empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Tal definição é a que será considerada no presente trabalho

No que tange a realidade brasileira, a pesquisa GEM de 2016 revela que a maior parte dos empreendedores iniciais no país (71%) possuem renda familiar entre um e três salários mínimos, o que demonstra uma tentativa dos indivíduos da base da pirâmide social de ter o seu próprio negócio e conseguir alçar-se da situação de pobreza a qual pertencem. Ademais, o estudo relata que cerca de metade desses empreendedores não chegou a completar sequer o ensino médio. Empreendedores nessa posição carecem de maior atenção e esclarecimentos, pois, com baixa escolaridade e sem a ajuda de especialistas ou órgãos de apoio, esses potenciais empresários podem encontrar maiores dificuldades de planejamento e gestão (GEM, 2016).

Nesse contexto, encontra-se a Economia de Comunhão (EdC) que tem agido nesse cenário por meio de programas e projetos de fomento ao empreendedorismo, especialmente aqueles que tenham impacto sobre questões socioeconômicas. A EdC apresenta uma nova forma de gestão, que tem suas raízes em um movimento da Igreja Católica denominado Movimento dos Foculares (MF), esse novo campo econômico convida os adeptos a “combater as várias formas de pobreza, exclusão e miséria com uma inclusão dupla: comunitária e produtiva” (EDC, 2019).

Menegassi e Araújo (2013), complementam afirmando que o principal objetivo da EdC é diminuir a injustiça social e a miséria, por meio da disseminação do sentido de fraternidade dentro das empresas. Ademais, almeja contribuir com a formação de um novo agir econômico, onde a sociedade tenha ações e comportamentos voltados para a comunhão.

Ante o exposto, tem-se como problemática dessa pesquisa: **De que forma a Economia de Comunhão atua sobre o empreendedorismo brasileiro e quais os resultados alcançados por intermédio dessa atuação diante de aspectos socioeconômicos?** Para responder ao questionamento proposto, destacou-se como objetivos: a) apresentar os principais pontos levantados pela EdC; b) apontar as iniciativas da EdC de fomento ao empreendedorismo brasileiro; c) relacionar os principais efeitos almejados e os resultados alcançados por essa relação econômica-social.

A pesquisa se justifica pela escassa literatura acerca dessa temática. A EdC irá completar, em 2021, três décadas de existência, porém, ainda é ínfimo o número de estudos sobre o assunto (MACHADO; MACHADO; MATOS, 2017). Em razão de tantos problemas

sociais aos quais a sociedade atual está inserida, e também aos esforços da EdC de resolve-los, se faz necessário a discussão sobre o tema.

O trabalho está disposto em 6 seções, a contar desta introdução que apresenta uma breve contextualização do tema a ser tratado. A segunda seção apresenta a EdC, discorrendo sobre sua origem e desenvolvimento, a sua percepção acerca do lucro empresarial e suas linhas de gestão. Na terceira seção são expostos os projetos e programas de fomento ao empreendedorismo criados por essa corrente econômica. Na quarta seção foram evidenciados a sua finalidade e alguns dos resultados já alcançados por sua ação. A quinta seção apresenta os procedimentos metodológicos empregados. E por fim, na sexta seção foram expostas as conclusões da pesquisa.

## **2. COMPREENDENDO A ECONOMIA DE COMUNHÃO**

### **2.1 Origem e desdobramento da economia de comunhão no Brasil**

Em meio aos conflitos da Segunda Guerra Mundial nascia, em 1943, o Movimento dos Foculares (MF). Tal movimento surgiu em Trento, norte da Itália, caracterizado principalmente por seu compromisso em fazer com que seus membros vivessem de acordo com o evangelho cristão, baseando-se em uma vivência do amor, da fraternidade e na proposta de que ninguém sofresse privações (SERAFIM; FEUERSCHÜTTE, 2015).

Orientados por esse compromisso, o MF desenvolve atividades voltada para diversas esferas sociais, inclusive na economia, onde destaca-se a Economia de Comunhão (EdC) como atividade de maior relevância.

Proposta por Chiara Lubich (1920-2008), a EdC teve início no Brasil em 1991, após a visita de Chiara a cidade de São Paulo. Na ocasião, a então fundadora do MF, sensibilizou-se com o contraste entre cenas que mostravam de um lado a riqueza dos arranha-céus e do outro as favelas com imagens de extrema miséria. Dessa percepção de graves problemas sociais, a focularina lançou as bases de uma “verdadeira revolução no âmbito econômico” (MOVIMENTO, 2019), que trazia consigo características distintas do modelo clássico de economia.

Todavia, mesmo com o caráter inovador, a princípio a EdC foi idealizada para um público específico, os membros do MF (LIMA; VIDAL; SOUSA JÚNIOR, 2018). Pregava-se a criação de “novas empresas” (não somente empresas criadas agora, mas também empresas transformadas por essa nova forma de gestão.), que conservassem, em partes, o modelo capitalista tradicional (GOLD, 2010), com gestores dando continuidade à geração de lucros dentro do negócio, porém, simultaneamente, as empresas assumiriam princípios éticos e humanos para o desenvolvimento da gestão. Somado a isso, surgia também uma nova proposta de distribuição dos rendimentos da organização (GARCIA, 2017).

A resposta dada aos apelos de Chiara foi rápida. No prazo de dois anos a EdC estava presente em mais de 300 empresas de diversos países e, após cinco anos, já contava com aproximadamente 700 organizações adeptas (SANDELANDS, 2009). É possível identificar dois grandes grupos entre as empresas que aderiram a EdC, existem aquelas que nasceram enraizadas nos seus conceitos e aquelas que já possuíam seus respectivos valores e realidades e aderiram a EdC posteriormente (SISON; FONTRDONA, 2013).

Hoje, para desenvolver e tornar visível os fundamentos dessa nova corrente econômica, é crucial o papel dos Polos produtivos e industriais, visto que neles estão alocadas inúmeras empresas e indústrias que gerem seus negócios com base nos princípios dessa nova forma de gestão. Os polos têm a missão de “promover e dar visibilidade à Economia de Comunhão, acolhendo empresas que aderem a este estilo de agir econômico baseado na valorização do potencial humano” (ECONOMIA DE COMUNHÃO, 2019).

Atualmente, existem ao todo 8 polos produtivos e 11 associações espalhadas pelo mundo. No Brasil, existem dois polos: Polo Ginetta e o Polo Spartaco, localizados, respectivamente, em Pernambuco e São Paulo. Além disso, a EdC no país é representada e articulada pela Associação Nacional Por uma Economia de Comunhão (ANPECOM), que se apoia na mesma missão de colaborar com a redução da pobreza e atenuação das injustiças sociais, para isso reúne pessoas e organizações que objetivam, de alguma forma, seja individual ou coletivamente, transformar a cultura econômica, construindo um sentido de fraternidade, comunhão e reciprocidade entre as pessoas (ANPECOM, 2019).

A seguir, um quadro apresenta todas as associações e polos empresariais pelo mundo.

**Quadro 1 – Associações e Polos empresariais da EdC no mundo**

PAÍS	NOME	TIPO	WEBSITE
Internacional	AIEC	Associação EdC	<a href="http://www.edc-online.org">www.edc-online.org</a>
Argentina	AEAEC	Associação EdC	<a href="http://www.aedec.org.ar">www.aedec.org.ar</a>
	UNIDESA	Polo Solidaridad	<a href="http://www.mariapolis.org.ar/polo-solidaridad">www.mariapolis.org.ar/polo-solidaridad</a>
África Central	AECAC	Associação EdC	<a href="http://apecac.bridge-structure.com/">apecac.bridge-structure.com/</a>
Bélgica	SOLIDAR	Polo Solidar	<a href="http://www.solidar.be">www.solidar.be</a>
Brasil	ANPECOM	Associação EdC	<a href="http://www.anpecom.com.br">www.anpecom.com.br</a>
	ESPRI	Polo Spartaco	<a href="http://www.espri.com.br">www.espri.com.br</a>
	EDC NORDESTE	Polo Ginetta	<a href="http://www.pologinetta.com.br">www.pologinetta.com.br</a>
Congo	AECOM	Associação EdC	
Croácia	UEZ	Polo Faro	
Itália	EDIC Spa	Polo Lionello bonfanti	<a href="http://www.pololionellobonfanti.it">www.pololionellobonfanti.it</a>
	LIONELLO BONFANTI	Associação EdC	<a href="http://www.associazionelionellobonfanti.it">www.associazionelionellobonfanti.it</a>
	AIPEC	Associação EdC	<a href="http://www.aipec.it">www.aipec.it</a>
França	AUORE EdeC	Associação EdC	<a href="http://Economie-de-communion.fr/">Economie-de-communion.fr/</a>
	ARNY	Polo EdC multimediale	
América do Norte	EOCASSOC	Associação EdC	<a href="https://eocnoam.org/">https://eocnoam.org/</a>
Portugal	ECNAL	Polo Giosi Guella	

	AEDC	Associação EdC	www.aedc-portugal.org
Espanha	AEDC	Associação EdC	www.economiadecomunion.org

Fonte: www.anpecom.com.br

Os polos produtivos são concebidos como laboratórios visíveis, e funcionam como ponto de referência para outras empresas de EdC. Contudo, não se faz necessário a associação nos polos para se tornar uma Empresa de EdC, qualquer empresário pode afiliar-se, em qualquer ramo de atividade e seja qual for a região em que seu estabelecimento esteja situado. (GARCIA, 2017)

## 2.2 A perspectiva de Lucro na Economia de Comunhão

Os apoiadores da Economia de Comunhão (EdC), buscam promover uma prática e cultura econômica voltada para a comunhão, gratuidade e a reciprocidade. O filósofo John Stuart Mill (1806-1873), afirma que a reciprocidade e cooperação entre as pessoas dentro do contexto econômico é o que leva ao crescimento do mercado. Relativo a isso, Amaral (2014), destaca que na EdC a reciprocidade ocupa um espaço primordial dentro do mercado, e acrescenta que é através desse comportamento que a economia consegue chegar ao bem comum, sendo esse o objetivo maior dessa vertente econômica.

A reciprocidade diz respeito a um sentimento de solidariedade, de mutualidade. Já a gratuidade refere-se à condição do que é espontâneo, é oferecer sem esperar troca. Chiara Lubich, alicerçada nesses sentimentos e por intermédio da EdC, convida as pessoas a viver e difundir uma nova cultura econômica e civil, a qual ela quis chamar de “cultura do dar” ou de “comunhão de bens”. Segundo Chiara, os indivíduos são todos iguais e tudo que existe a todos pertence, não sendo justo dessa forma a concentração de riqueza nas mãos de poucos.

[...] somos todos iguais no mundo. Eu acho que temos que ser como as flores, que absorvem da terra somente aquela gota de água necessária. Se ela está plantada no lago não precisa absorver toda a água. Temos que conservar apenas o que serve, o resto deve ser colocado em comum. (LUBICH, 2004 *apud* BINENCASA; TEIXEIRA, 2011)

Garcia (2017), reitera que a questão imprescindível desse novo jeito de pensar a economia é a cooperação e a ajuda mútua, é doar e doar-se. Essa visão é posta na EdC, sobretudo na percepção da distribuição dos rendimentos de suas empresas. Machado, Machado e Matos (2017), complementam afirmando que a EdC desafia o mercado e altera as organizações em um novo modelo de capital. Essa nova forma de gerir contraria os preceitos da economia clássica, onde a corrida por lucros maiores e acúmulo de riquezas prevalecem.

A EdC propõe que as empresas aderentes dividam os lucros obtidos em três partes, em outros termos, o lucro deve ser colocado em comum. Cada fração do lucro é destinado a uma finalidade específica:

- **Desenvolvimento da própria empresa** – Essa fração é destinada para a manutenção e investimentos no crescimento e aumento da capacidade produtiva da empresa levando em consideração uma gestão sustentável, contribuindo também para garantir e ampliar os postos de trabalho.
- **Doação para os pobres** – Essa fração é empregada em projetos da EdC que destinam esse valor para alcance dos necessitados. Em geral, essa parcela do lucro é aplicada em projetos de superação da miséria, esses auxílios acontecem na forma de bolsas de estudo

e ajudas com necessidades de alimentação, habitação e de saúde. Além disso, essa fração também é aplicada em programas de incentivo a atividade empreendedora. O auxílio permanece até que os beneficiados encontrem um trabalho que os retire da situação de miséria ou mesmo quando eles iniciam seus próprios negócios (GOLD, 2010).

- **Difusão da cultura de comunhão** – Essa fração é destinada para a formação de “Homens Novos”, ou seja, para fomentar iniciativas que difundam a cultura da partilha entre as pessoas, de modo a fortalecer as bases que sustentam esse projeto. É crucial que as pessoas entendam que a cultura do “dar” é mais importante que a cultura do “ter” (baseada no individualismo e no acúmulo sem limites) para que haja uma convergência nos propósitos, visando o bem comum (BINENCASA; TEIXEIRA, 2011).

Chiara concordava que os negócios são bem-sucedidos quando sustentados na competência profissional e na racionalidade econômica, nada obstante, alguns outros juízos, que não estão atrelados a economia, também interferem na sua concepção de sucesso. Nesse sentido é relevante lembrar que a EdC está arraigada em valores da fé cristã, e a bíblia, por sua vez, fala com afeição da pobreza e da caridade para com os necessitados:

Como pode o amor de Deus permanecer em quem possui os bens desse mundo, se esse tal vê seu irmão passando necessidade e lhe fecha o coração? Filhinhos, não amemos com palavras nem com a língua, mas com obras e na verdade. (BÍBLIA, 1João 3, 17-18)

Bruni (2005), coloca que na EdC a abnegação de parte do lucro se justifica pelo que o Movimento dos Foculares (MF) denomina de “pobreza escolhida”, acredita-se que o empreendedor não deve reter seus bens só para si, ele deve escolher ser pobre, ou seja, adotar livremente um estilo de vida pautado no entendimento de que as coisas e os bens devem estar em circulação, devem ser colocados em comum para todos. A ambição e o acúmulo de riquezas materiais são desencorajados pela EdC, pois não estimulam a cultura do dar.

Outrossim, é pertinente sublinhar o aspecto de exequibilidade dessas práticas dentro das empresas. Para Amaral (2014), a gestão de uma empresa de EdC deve conseguir aliar dois conceitos muito opostos: a rentabilidade da empresa e a sua missão social. Portanto, é elementar, nessas circunstâncias, considerar aquilo que Elkington (2004) denominou de *Triple Bottom Line*, ou tripé da sustentabilidade (pessoas, planeta e lucro). De acordo com ele, para que um negócio ou empresa seja sustentável deve ser financeiramente viável, socialmente justo e ambientalmente consciente.

Sobre isso, Binencasa e Teixeira (2011), alertam que uma vez que a empresa adere ao Projeto de EdC, é necessário que antes de tudo cumpra o papel para o qual foi criada, pagando suas obrigações, cumprindo as leis, e mantendo o compromisso com seus clientes, fornecedores e colaboradores. Nem sempre as empresas conseguem resultados suficientes para cumprir a partilha do lucro, visto que, é priorizado o cumprimento das obrigações da empresa. No entanto, a comunhão dos lucros não é uma obrigação e sim uma condição a ser cumprida de forma voluntária (BINENCASA; TEIXEIRA, 2011).

Nesse contexto, mesmo sem a partilha do lucro o empreendedor tem a liberdade de agir em comunhão e realizar outros projetos que não afetem a saúde da empresa, mas que, de alguma forma, tragam algum benefício aos seus colaboradores (BINENCASA; TEIXEIRA, 2011).

Diante do exposto, ressalta-se que a expressão comunhão de bens não se refere exclusivamente a ação prática e material, mas também a doar-se, doar o próprio tempo, talentos, hospitalidade, por fim, espera-se uma comunhão de pessoas dentro de um novo modelo cultural, econômico e social (GARCIA, 2017).

### 2.3 A gestão de uma empresa de Economia de Comunhão

A estruturação da Economia de Comunhão (EdC) não está restrita a partilha do lucro como visto anteriormente. O comportamento que a empresa de EdC adota internamente e perante o mercado é que representa o fator verdadeiramente diferenciador da sua gestão. De acordo com Machado, Machado e Matos (2017), a gestão das empresas baseadas nesse modelo apresenta fundamentos, características e estruturas diferentes das demais.

Binencasa e Teixeira (2011), caracteriza as empresas de EdC dizendo que o seu organograma não funciona de forma rígida, a estrutura hierárquica é flexível e funcional. Além disso, cita atributos que devem pertencer a personalidade do gestor dessas empresas, como: a honestidade, competência, talento e um estilo de liderança que esteja baseado mais no incentivo do que no controle. Ressalta-se ainda que na EdC não é suficiente pensar somente no lucro, mas em todo o sistema produtivo, incluindo as condições de trabalho dos funcionários, a preservação ambiental, o pagamento integral dos impostos, o relacionamento com fornecedores e clientes, entre outros aspectos (GARCIA, 2017).

Dessa forma, com o propósito de alinhar as condutas das empresas e manter os valores empresariais de acordo com a proposta de EdC foram elaboradas, com a participação de empresários, estudantes e pesquisadores, as linhas de gestão de uma empresa de Economia de Comunhão. As linhas de gestão são baseadas nas sete cores do arco-íris, onde cada cor determina características que a organização deve apresentar, tornando-se valores empresariais.

O quadro seguinte descreve todas essas diretrizes e valores que formam as linhas de gestão:

**Quadro 2 – Linhas de gestão da EdC e sua representação por cores**

Vermelho	Empresário, trabalhadores e empresa.	As empresas que aderem à Economia de Comunhão definem a própria “missão empresarial” adotando a comunhão como valor fundamental da própria organização, em todos os níveis.
Alaranjado	O relacionamento com os clientes, os fornecedores, os concorrentes e a sociedade civil.	A empresa se relaciona de forma leal e civil com os concorrentes, fornecedores, clientes, a sociedade civil e a administração pública
Amarelo	Espiritualidade e ética.	O trabalho da EdC é visto como uma oportunidade de crescimento não só profissional, mas também espiritual e ético.
Verde	Qualidade de vida, felicidade e relações.	Um dos objetivos fundamentais de uma empresa de EdC é tornar-se uma verdadeira comunidade. A empresa sempre está objetivando o bem comum.
Azul	Harmonia no ambiente de trabalho.	A beleza e a harmonia dos lugares de trabalho são o primeiro cartão de visita da empresa de EdC, já que a comunhão é também beleza, sem a necessidade do luxo, e com discrição.
Anil	Formação, instrução e sabedoria.	A empresa favorece entre os seus membros a instauração de um clima de confiança recíproco, no qual seja natural colocar livremente à disposição os próprios talentos, ideias e competências em favor do crescimento profissional dos colegas e para o progresso da empresa.
Violeta	Comunicação	Os empresários que aderem à EdC trabalham constantemente para criar um clima de comunicação aberto e sincero, que ajude na troca de ideias e de informações em todos os níveis de responsabilidade.

Fonte: (MACHADO; MACHADO; MATOS, 2017, p. 104)

Embora existam separadamente e tenham sua importância intrínseca, todas as características supracitadas convergem para unidade, de modo que todas possuem o mesmo grau de importância. (GARCIA, 2017). As cores relacionadas a cada valor fazem referência ao disco das sete cores de Newton, que quando é girado reflete a cor branca que é a junção de todas as outras em intensidades iguais. Esse é um conceito utilizado pelos membros do Movimento

dos Foculares (MF), para simbolizar cada setor de suas vidas, com o mesmo sentido de harmonia e equilíbrio, e Chiara estendeu seu uso a EdC (GARCIA,2017).

### 3. O EMPREENDEDORISMO NA ECONOMIA DE COMUNHÃO

Segundo Schumpeter (1961), o empreendedor é, tipicamente, o agente que, ao promover novas combinações dos fatores de produção, promove desenvolvimento econômico. Nessa acepção, consta na tipologia do termo conceituado acima, o empreendedor social que é descrito como um agente gerador de inovação e que busca identificar diferentes maneiras para modificar as condições de vida daqueles que vivem em situação de vulnerabilidade (DA SILVA ETELVINO, 2018)

Considerando a valia dada pela Economia de Comunhão (EdC) ao empreendedorismo, sobretudo o social, tem-se que a Associação Nacional Por Uma Economia de Comunhão (ANPECOM), realiza seu propósito por meio de três atividades principais: a) projetos produtivos e de incentivo ao empreendedorismo; b) programas de superação da vulnerabilidade econômica; c) disseminação da cultura de comunhão por meio de eventos, projetos locais e diversas iniciativas criativas.

Esse tópico tratará, especialmente, da primeira atividade citada acima, ou seja, objetiva explicar sobre a atuação da EdC em programas e projetos que fomentam o empreendedorismo capaz de promover a inovação social. No que tange essa atuação, são desenvolvidas diversas práticas que visam esse fim, como programas, eventos nacionais e internacionais, *workshops*, fóruns e parcerias da ANPECOM com outras organizações que trabalham com a mesma finalidade. Porém, aqui serão discorridos os dois projetos de maior relevância: o Programa de Fortalecimento de Negócios Inclusivos de Comunhão – PROFOR, a EOC-*International Incubating Network*.

#### 3.1 Programa de Fortalecimento de Negócios Inclusivos de Comunhão – PROFOR

O PROFOR nasceu em 2015 e a princípio foi apresentado como um programa de apoio a iniciativas empreendedoras que promovessem inclusão, e apenas em 2016, ano de sua primeira edição, o programa foi concebido como a primeira incubadora de empreendimentos de impacto socioambiental de EdC no Brasil

O programa é uma iniciativa da ANPECOM que busca incluir indivíduos em situação de vulnerabilidade na lógica produtiva do mercado por meio do empreendedorismo, e faz isso com o intuito de contribuir com a redução dos efeitos da pobreza. Qualquer empreendedor pode candidatar-se a incubação, porém, visto as especificidades do programa, existem três critérios para que um empreendimento possa ser incubado, dessa forma, é necessário atender a pelo menos um deles. Os critérios são:

- O empreendedor deve pertencer a base da pirâmide social;
- O empreendimento deve atender diretamente a população de baixa renda ou buscar solução para graves problemas sociais e/ou
- O empreendimento deve ser desenvolvido com a parceria de pessoas oriundas das classes D e E.

De acordo com dados da ANPECOM, na primeira edição desse projeto (2016-2017), oito iniciativas empreendedoras foram classificadas e beneficiadas. Dois dos projetos foram selecionados para receber uma consultoria empresarial voltada para o aperfeiçoamento de seus planos de negócio e linhas de atuação, e seis deles receberam recursos financeiros (capital semente) para iniciar ou aprimorar seus negócios.

Esse investimento aplicado é restituído em forma de reembolso a incubadora, e isso acontece graças a um acordo firmado entre as partes desde o início. O dinheiro ressarcido é destinado a um “Fundo de reciprocidade” onde o dinheiro fica guardado com a finalidade de apoiar futuramente novas iniciativas inclusivas.

Esse proceder é baseado na convicção de que na EdC a reciprocidade tem um papel fundamental nas relações de mercado. Nesse sentido Lucas (2007) explana sobre o tema adotando um conceito de “reciprocidade-comunhão”, onde a ação/bem recebido não retorna, direta ou necessariamente, para quem o fez, mas para um terceiro, por isso é caracterizada ou entendida como comunhão. O conceito aplica-se no desempenho do projeto em questão, visto que, nesse caso o capital investido não retorna exatamente para o PROFOR mas para um fundo que será direcionado para terceiros.

### **3.2 *Economy of Communion International Incubating Network – EOC-INN***

A EOC-INN (Rede Internacional de Incubação da Economia de Comunhão) é uma rede internacional dedicada à incubação de novas empresas de comunhão e de impacto social positivo. Essa iniciativa nasceu em 2016, baseada no princípio da EdC de que todos fazem parte de uma única família global capaz de desenvolver uma economia que pode contribuir com o desenvolvimento humano integral (ECONOMIA DE COMUNHÃO, 2019)

Esse projeto engloba empresários, profissionais e voluntários que oferecem os próprios talentos e experiências, para favorecer o crescimento de uma nova geração de pessoas e empresas. Isso acontece por meio das diferentes atividades e serviços desenvolvidos pela incubadora, como: *workshops* e *bootcamps* de empreendedorismo de Comunhão, com formações presencial e à distância; tutorias durante a construção dos projetos empresariais selecionados para incubação; e encontros locais e internacionais de pessoas e empresas que compartilham a visão dessa nova economia. Somado a isso, existe a plataforma EOC-INN que é uma comunidade *online* com recursos e instrumentos disponíveis a essas empresas.

A rede se comunica e desenvolve suas atividades através de *hubs* presentes em todos os continentes. *Hub* ou concentrador é o processo pelo qual se transmite ou difunde determinada informação, tendo, como principal característica, que a mesma informação esteja sendo enviada para muitos receptores ao mesmo tempo. A EOC-INN conta com *hubs* no Brasil (Polo Spartaco, Polo Gineta e ANPECOM), Itália, Portugal, Uganda, México, Cuba, Argentina, Togo, Espanha, USA, República dos Camarões, Croácia e República Tcheca e Eslováquia. Cada um deles tem o papel de acompanhar os empreendedores na primeira fase do seu percurso, e são uma ponte com a comunidade internacional de empresas da Economia de Comunhão.

Em alguns países, são proporcionados espaços de trabalho compartilhados para as empresas incubadas. A exemplo tem-se o Polo Spartaco, que desde 2017 disponibiliza um de seus edifícios para a incubação de micro e pequenas empresas.

É pertinente evidenciar que a participação não é exclusiva para empreendedores que vivem nos países citados, é possível participar das atividades desenvolvidas mesmo estando em outros países, usando os recursos *online*, recebendo tutoriais à distância e ainda ser assistido por um mentor da rede EOC-INN. Outro ponto relevante é o fato de que esse projeto, diferentemente do PROFOR, não oferece capital semente aos incubados, no entanto, acompanha o amadurecimento do negócio e o aconselha quando e quais os financiamentos mais adequados para cada situação. Em alguns países o EOC-INN tem parceria com instituições de crédito e investimento.

#### 4. OBJETIVOS E RESULTADOS ALCANÇADOS

O cenário político e econômico do Brasil tem sido pauta de numerosas discussões, sobretudo, quando se trata da oferta de bens e serviços públicos. O Estado é incapaz de acudir a todas as necessidades sociais que se apresentam aos indivíduos (CAEIRO, 2008), em tal grau que segundo dados do Cadastro Único do Ministério da Cidadania (2018 – 2019), a pobreza extrema no Brasil aumentou e já atinge 13,2 milhões de pessoas. Por conseguinte, ainda é grande o número de pessoas que vivem sob condições de vulnerabilidade no país. Diante disso, tornou-se frequente os debates acerca de estratégias que buscam contribuir com respostas a esse desafio.

Nessa lógica, Garcia (2017), afirma que a Economia de Comunhão (EdC) advém de uma necessidade anterior ao seu surgimento. Amaral (2014), integraliza indicando que essa abordagem econômica se ergueu no sentido de contemplar a insuficiência desses bens e serviços referidos. E completa atestando que tais elementos são capazes de promover um ambiente mais justo social e economicamente.

Em contrapartida, Serafim (2008), expõe que a EdC objetiva não apenas agir isoladamente sobre o contexto dos problemas sociais, mais também transformar a cultura econômica atuante. Nesse segmento é pertinente recordar que apesar do seu caráter social, essa proposta se referiu, essencialmente, às organizações privadas e não a fundações ou instituições assistenciais (MACHADO; MACHADO; MATOS, 2017), mesmo que esse aspecto não impossibilite que outras organizações sem fins lucrativos adiram a esse modelo de gestão. Tem-se dessa forma, que a EdC não tem o propósito assistencialista, mas de transformação da mentalidade econômica.

Destarte, a comunhão dos bens sugerida por essa vertente da economia, não está baseada na formação de seres humanos que apenas se beneficiam de doações, mas de “Homens Novos” que sejam integrantes de uma nova forma de pensar e agir e que se sintam incentivados a lutar por uma sociedade melhor (GIACOMINI, 2007; LIMA; VIDAL; SOUSA JÚNIOR, 2018). Tal conceito também faz jus a condição das empresas, que devem entender que apenas a redistribuição de riquezas não é suficiente para a EdC, sendo necessário que elas se tornem responsáveis socialmente em suas atividades econômica. (GARCIA, 2017)

O propósito desse modelo de economia é fazer com que a teoria econômica tradicional seja sensível à organização social e siga o princípio maior desta ciência: proporcionar a melhoria do bem-estar na vida de todos (BRUNI; ZAMAGNI, 2004 *apud* GARCIA, 2017).

Rememora-se que a atuação da Associação Nacional Por Uma Economia de Comunhão (ANPECOM), acontece segundo três pilares, sendo um deles o incentivo a atividade empreendedora. O papel do empreendedorismo nesse contexto dar-se segundo a convicção, por parte dos simpatizantes da EdC, de que uma empresa concebida a partir desta perspectiva é um instrumento potente para a superação da vulnerabilidade econômica e social.

Tratando a realidade brasileira, o Programa de Fortalecimento de Negócios Inclusivos e de Comunhão (PROFOR), na sua primeira edição conseguiu alcançar oito empreendimentos e entre eles realizou uma pesquisa de autoavaliação, revelou-se a partir dessa que 83,3% dos participantes acreditam ter obtido crescimento pessoal e profissional com o acompanhamento do programa. Ademais, 100% deles responderam que entendem como possível buscar produtividade e lucratividade, e ao mesmo tempo ser feliz no ambiente de trabalho. Essas respostas demonstram sinais de bem-estar na vida dos envolvidos.

Outros resultados obtidos revelam também o aumento de renda dos proponentes e parceiros e, conseqüentemente sua qualidade de acesso a bens e serviços; o aumento da capacidade do empreendedor em promover a sustentabilidade do negócio; o desenvolvimento de práticas de gestão inspiradas na EdC e o fortalecimento de características necessárias ao

empreendedor, como por exemplo, autoconfiança, proatividade, habilidade de comunicação, estudo e comunhão.

Mais um ponto pertinente e que contribui para que os fins da EdC sejam alcançados, é a fração dos lucros compartilhados e direcionados aos projetos de superação da miséria, concebidos também pela ANPECOM. A exemplo tem-se o Programa de Superação da Vulnerabilidade Econômica (SUPERA), que em 2018, entre as doações das empresas e de pessoas físicas, atingiu uma arrecadação de R\$ 331.163,45 que foram aplicadas em eixos como: saúde, necessidades básicas, habitação e educação. Evidencia-se um aumento de 38% das doações comparadas ao ano passado, o que demonstra um exponencial crescimento do alcance da EdC nesse sentido.

Para além desses programas, as empresas cooperam com EdC à medida que oferecem postos de trabalho as pessoas ligadas de alguma forma ao movimento. Ainda segundo o relatório anual da EdC (2018), foram criados ou consolidados 237 postos de trabalho; 108 microempresas e 338 pessoas formadas profissionalmente.

Maria Helena Faller, presidente da ANPECOM, relatou em entrevista ao *site* da associação predita que os números se mostram pequenos, mas são uma grande conquista:

“ Sim, sabemos que nossos números são pequenos quando comparados com os índices de violência, pobreza e miséria. Contudo, aprendemos que por trás de cada número e de cada índice existem vidas de pessoas e para nós o que importa é viver junto com cada pessoa o processo de superação e de conquista da própria dignidade. Portanto, nossos números são uma grande conquista”.

De acordo com Serafim e Feuerschütte (2015), tal perspectiva tem em sua finalidade uma conotação transcendente. Quando tratada a construção de uma nova cultura (cultura do dar), tem-se na verdade um propósito de contribuir para a construção de uma espécie de “paraíso terrestre”. Esse éden se materializa na ajuda aos pobres e no estabelecimento de um amor mútuo entre as pessoas. Sobre este último, o “amar a todos” é considerado o meio e o fim da ação empresarial na EdC (SERAFIM; FEUERSCHÜTTE, 2015).

## 5. METODOLOGIA

Buscando sondar a atuação da Economia de Comunhão (EdC) no empreendedorismo brasileiro e analisar os resultados alcançados por essa atuação perante aspectos socioeconômicos, empregou-se nessa pesquisa uma abordagem qualitativa, que segundo Flick (2009) é um tipo de abordagem que envolve um caráter mais interpretativo e não se baseia em um conceito teórico e metodológico unificado. Ademais, a pesquisa é classificada como básica, pois tem como objetivo gerar conhecimento que seja útil para a ciência e tecnologia, sem necessariamente haver uma aplicação prática.

Quanto à natureza, o estudo é tido como exploratório-descritivo. A pesquisa exploratória é considerada como uma pesquisa preliminar que visa proporcionar maior familiaridade com um fato ou problema (RODRIGUES, 2006). Já a pesquisa descritiva trata da descrição das características de um determinado fenômeno ou busca estabelecer relações entre variáveis que se manifestam espontaneamente (SANTOS, 2007).

Acerca dos procedimentos do trabalho, foi utilizado a pesquisa bibliográfica e documental. Conforme Gil (2002), o processo da pesquisa bibliográfica se define mediante os seguintes passos: a) determinar os objetivos; b) elaborar um plano de trabalho; c) identificar as fontes; localizar as fontes e obter o material; d) ler o material; fazer apontamentos; e) confeccionar fichas; e f) redigir o trabalho. A pesquisa é também documental visto que, além de livros, revistas e artigos científicos, contou-se com outros objetos para a coleta dos dados, como: vídeos documentários, relatórios, estatuto e tabelas estatísticas.

## 6. CONCLUSÃO

A maior parte das empresas, livremente ou forçadas pela demanda, vem adotando um caráter sociais. Logo, com base na questão de partida dessa pesquisa, “De que forma a Economia de Comunhão atua sobre o empreendedorismo brasileiro e quais os resultados alcançados por intermédio dessa atuação diante de aspectos socioeconômicos?”, conclui-se que a ideia da Economia de Comunhão (EdC), além de recente, tende a ser complexa devido à diferença com a economia capitalista tradicional, ela propõe-se a fazer uma mudança excepcional na cultura empresarial e econômica. Porém, com uma maior familiarização com suas propostas é possível notar que a cultura do dar não é uma utopia, mas sim uma realidade exequível e que apesar dos números pouco expressivos, consegue atingir de forma legítima a vida dos abrangidos.

A EdC contribui para que os empreendedores tenham atitudes e valores éticos e responsabilidade social, mesmo atuando em um mercado competitivo. Além disso, busca que ninguém seja excluído da lógica produtiva ou social, mas pelo contrário, prega valores humanos solidários, de amizade e reciprocidade entre as pessoas, provocando um constante e mútuo crescimento de todos os que nela estão envolvidos.

Sendo este um fenômeno ainda pouco investigado nas ciências administrativas, o estudo apresentou limitações, principalmente, por se tratar de uma pesquisa bibliográfica, que por sua vez contou com pouca literatura disponível sobre a temática. Pode-se inferir, dessa forma, que é válido um aprofundamento na investigação sobre os empreendimentos da EdC, especialmente, quanto aos efeitos sociais e econômicos advindos da atuação dessa linha econômica. Ou ainda uma pesquisa voltada a pessoa do empreendedor da EdC, afim de verificar também os efeitos reais dessa atuação.

Por fim, é possível apontar diversos caminhos para pesquisas futuras que queiram versar sobre esse tema. Assim, acredita-se que, como o presente artigo, outros estudos podem ampliar o conjunto de conhecimentos já construído sobre empresas de Economia de Comunhão, difundindo essa filosofia empresarial e proporcionando ainda a criação de políticas públicas que favoreçam seu desenvolvimento e possibilitem o crescimento de seus benefícios à sociedade. Visto que, apesar do projeto ser, ao mesmo tempo, recente e complexo, muito ainda precisa ser feito para que a EdC se torne, de fato, impactante para um grande número de empresas e pessoas.

## REFERENCIAS

AMARAL, F. J. O. do. **Algumas considerações sobre a Economia de Comunhão**. Semanário Ecclesia, v. 1447, p. 94-100, 2014

ASSOCIAÇÃO Nacional por uma Economia de Comunhão - ANPECOM. Disponível em: <http://www.anpecom.com.br/>. Acesso em: 22 maio 2019.

Miséria extrema no país cresce e atinge 13,2 milhões de brasileiros. **Correio Brasiliense**. Brasília, 14 agosto 2019. Disponível em: <https://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/brasil/2019/08/14/interna-brasil,777032/miseria-extrema-no-pais-cresce-e-atinge-13-2-milhoes-de-brasileiros.shtml>. Acessado em: 13 nov 2019.

BÍBLIA, A. Nova Bíblia Pastoral. **A prática do amor não é opcional**. 10º ed – Brasília, 2013. Paulus. Antigo e Novo Testamento.

BINENCASA, C. R. J; TEIXEIRA, M. C. S. **O surgimento da economia de comunhão de chiara lubich e do microcrédito de yunus muhammad**. 2011. Monografia (Graduação) - Curso de Administração de empresas, |Faculdade Estácio Cotia, Cotias, 2011.

BRUNI, L. **Comunhão e as novas palavras em economia**. Vargem Grande Paulista, SP: Editora Cidade Nova, 2005.

CAEIRO, J. M. C. Economia social: conceitos, fundamentos e tipologia. **Revista katálysis**, v. 11, n. 1, p. 61-72, 2008.

DA SILVA ITELVINO, L. *et al.* **Formação Empreendedora Para Geração De Inovações Sociais**. Gestão & Regionalidade, 2018, v.34. n.101.

ECONOMIA de Comunhão. Disponível em: < <http://edc-online.org/br/>>. Acesso em: 25 maio 2019.

ELKINGTON, J. Enter the triple bottom line. The triple bottom line: Does it all add up, v. 11, n. 12, p. 1-16, 2004.

FLICK, U. Métodos de Pesquisa: **introdução à pesquisa qualitativa**. 3ª Ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GARCIA, N. N. **A gestão da economia de comunhão e sua aplicação na tríade da sustentabilidade em um contexto de crise: entrevistas com gestores de empresas brasileiras**. 2017. Dissertação – Programa de pós-graduação em engenharia de produção da Universidade Estadual Paulista – UNESP, Bauru, 2017.

GIACOMINI, A. de M. **Economia de Comunhão: uma forma socialmente responsável de distribuição do lucro**. 2007. Monografia (Graduação) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOLD, L. **New financial horizons: The emergence of an economy of communion**. New City Press, 2010

LIMA, N. C. O.; VIDAL, I. L.; SOUZA JÚNIOR, C. L. de. **A gestão de empresas no modelo de economia de comunhão: estudo em empresas de Caruaru**. 2018. Monografia (Graduação) – Curso de Engenharia de Produção, Centro Universitário Tabosa De Almeida. Caruaru, 2018.

LUCAS, A. D. P. **A difusão de empresas de economia de comunhão no mercado sob a ótica da teoria dos jogos**. 2007. Dissertação - Programa de pós-graduação em engenharia de produção da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007.

MACHADO, C. O.; MACHADO, D. Q.; MATOS, F. R. N. Relações entre linhas de gestão e espiritualidade em empresas de economia de comunhão: estudo de caso no Polo Ginetta/PE. **Revista Uniabeu**, v. 10, n. 25, p. 100-116, 2017.

MENEGASSI, C. H. M.; ARAUJO, E. J. da C. Economia de comunhão e economia solidária: uma distinção de conceitos. **Revista de Economia de Comunhão**, Rio de Janeiro, n 3, 2013

MONITOR, Global Entrepreneurship. **Empreendedorismo no Brasil**: 2016. Relatório Nacional. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, 2016. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>. Acesso em: 22 maio 2019.

MOVIMENTO dos Foculares. Disponível em: <http://www.focolares.org.br/movimento-dos-foculares/quem-somos/historia-dos-foculares-no-brasil/>. Acesso em: 22 maio 2019.

RODRIGUES, R. C. Alexandre, “o Grande” e a informação para o planejamento estratégico. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.17, n.2, p. 63-71, mai./ago., 2006.

SANDELANDS, L. The business of business is the human person: Lessons from the Catholic social tradition. **Journal of Business Ethics**, v. 85, n. 1, p. 93-101, 2009.

SANTOS, R. A. dos. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2007.

SARFATI, G. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Revista de Administração Pública-RAP**, v. 47, n. 1, p. 25-48, 2013.

SERAFIM, M. C.; FEUERSCHÜTTE, S. G. Movido pelo transcendente: a religiosidade como estímulo ao “espírito empreendedor”. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 13, n. 1, p. 165–182, 2015.

SERAFIM, M. C. **Sobre esta igreja edificarei minha empresa: organizações religiosas e empreendedorismo**. Tese (Doutorado em Administração) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2008.

SISON, A. J.G.; FONTRONDA, J. Participating in the common good of the firm. **Journal of Business Ethics**, v. 113, n. 4, p. 611-625, 2013

SOUZA, G. H. S. de *et al.* Inventário de barreiras e facilitadores ao empreendedorismo: construção e validação de um instrumento. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 22, n. 3, p. 381-412, 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/read/v22n3/1413-2311-read-22-3-0381.pdf>. Acesso em: 23 setembro 2019.



TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA  
"JOSÉ ALBANO DE MACEDO"

Identificação do Tipo de Documento

- ( ) Tese  
( ) Dissertação  
( ) Monografia  
(X) Artigo

Eu, Rafaela Sousa Lima,  
autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de  
02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar,  
gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação  
A atuação da Economia de Comunhão sobre o empreendedorismo  
brasileiro e o resultado dessa atuação sobre aspectos socioeconômicos  
de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título  
de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 29 de Janeiro de 2020.

Rafaela Sousa Lima

Assinatura

Assinatura