

Área Temática 2: EMPSI - Empreendedorismo, startups e inovação

Título do Artigo:

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL - UMA ANÁLISE DAS
CARACTERÍSTICAS DE POTENCIAL EMPREENDEDOR EM
COMUNIDADES TRADICIONAIS ANDINAS**

**SOCIAL ENTREPRENEURSHIP - AN ANALYSIS OF THE CHARACTERISTICS OF
POTENTIAL ENTREPRENEURS IN TRADITIONAL ANDEAN COMMUNITIES**

Resumo

Este trabalho tem por objetivo analisar as características de potencial empreendedor de comunidades tradicionais andinas. Trata-se de uma pesquisa descritiva exploratória, em forma de estudo de casos múltiplos, utilizando a abordagem qualitativa, mediante questionários e entrevistas semi-estruturadas. A pesquisa foi realizada em seis diferentes comunidades cortadas pela Cordilheira dos Andes, compreendendo Colômbia, Equador, Peru e Bolívia. Os resultados demonstraram que apesar de problemas socioambientais, econômicos, culturais e políticos, o empreendedorismo social desempenha um papel crucial para o desenvolvimento comunitário. Ainda que as comunidades tradicionais andinas careçam de sistemas de governança e de atores que as potencializam, o empreendedorismo social impacta diretamente nas decisões tomadas e nas inovações absorvidas pelas comunidades, resultando em modos de vida mais resilientes e sustentáveis.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social, Comunidades Tradicionais, Stakeholders, Perfil empreendedor, Países Andinos.

Abstract

The objective of this paper is to analyze the entrepreneurial potential of traditional Andean communities, which are also focused on the social perspective. It is an exploratory descriptive research in the form of multiple case study, which additionally uses the qualitative approach, through questionnaires and semi-structured interviews. The survey was conducted in six different communities across the Andes, comprising Colombia, Ecuador, Peru and Bolivia. The results showed that despite socio-environmental, economic, cultural and political problems, social entrepreneurship plays a crucial role in community development. Although traditional Andean communities lack governance systems and actors that empower them, the social entrepreneurship impacts the decisions made and innovations absorbed by communities, resulting in more resilient and sustainable ways of life.

Keywords: Social entrepreneurship; Development Entrepreneur; Profile; Stakeholders.

1 Introdução

Sabe-se que em qualquer sociedade civil organizada existem diversos eixos que movimentam a economia local. Um desses eixos, também um dos mais antigos, é a prática empreendedora. O empreendedorismo geralmente é associado à criação de novos negócios ou produtos; mas também pode ser caracterizado como uma prática empreendedora de todo e qualquer tipo de inovação, seja ela dentro de um setor específico, no meio de um processo produtivo ou qualquer nova forma de reinventar algo. O empreendedorismo também é associado a sustentabilidade, como uma forma de viver em sua totalidade, possibilitando melhores condições de vida, equilibrada e saudável, vivida pelas sociedades que consideram as necessidades das futuras gerações (Mishra et al., 2016).

A relação entre empreendedorismo e desenvolvimento sustentável tem sido abordada por várias correntes de pensamento e literatura, tais como: ecoempreendedorismo ou empreendedorismo orientado para a redução dos impactos ambientais; empreendedorismo social (que visa fornecer soluções inovadoras para problemas sociais não resolvidos) (OCDE, 2010); empreendedorismo institucional (que visa contribuir para a mudança das instituições regulatórias, sociais e de mercado); empreendedorismo responsável (um termo cunhado pelo programa ambiental da ONU no contexto da Agenda 21, que significa negócio saudável e empreendedor, que une fatores econômicos, tecnológicos, ambientais, minimizando impactos negativos sobre as pessoas e meio ambiente) (Mishra et al. 2016).

Dentro destes eixos do empreendedorismo, a ramificação abordada neste estudo é o empreendedorismo social, que visa criar ou manter um negócio lucrativo e simultaneamente trazer um desenvolvimento para a sociedade. O foco do empreendedorismo social é resolver problemas sociais através da prática empreendedora. Desta forma, torna-se um meio de propagar o bem-estar e a resiliência social. Além dos mais, assume um papel pioneiro na abordagem de problemas relacionados ao desenvolvimento comunitário em comunidades vulneráveis (Barki et al. 2015).

Neste contexto, este trabalho foi desenvolvido por meio de um intercâmbio social realizado em seis comunidades de países da América andina, com apoio de duas organizações com foco em experiências de voluntariado: Associação Internacional de Estudantes de Ciências Econômicas e Comerciais - AIESEC e Worldpackers. O objetivo foi analisar as características de potencial empreendedor das comunidades estudadas, bem como caracterizar o perfil empreendedor nesses locais e identificar os principais agentes envolvidos nas práticas empreendedoras. Metodologicamente utilizou-se uma análise de múltiplos casos com abordagem qualitativa. Nas sessões seguintes são apresentados os referenciais teóricos sobre o tema central, a pesquisa de campo e resultados da análise realizada e as conclusões de pesquisa.

2 Empreendedorismo

Atualmente, muito se sabe sobre o empreendedorismo, tanto em forma do seu estudo enquanto ciência quanto a sua forma prática de atuação na sociedade civil organizada. Para Dolabela (1999), “o empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, sendo utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação” (p. 43). De acordo com Barreto (1998), podemos entender o empreendedorismo como uma habilidade. Esta, por sua vez, tem por consequência conceber e estabelecer algo partindo da escassez de recursos, ou seja,

a partir de muito pouco ou quase nada. Ademais, segundo Dolabela (2006, p. 29), o empreendedorismo “existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza”.

Para Melo Neto (2002), o empreendedorismo tem quatro principais correntes. São elas: empreendedorismo com fomento tecnológico; empreendedorismo como gestão; empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento local e empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento para pequenas e médias empresas. No que tange a corrente do empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento local, tema deste artigo, podemos evidenciar que o objetivo principal é expandir as políticas de desenvolvimento integrado e sustentável, apoiando-se no estímulo ao empreendedorismo local. Outrossim, tem como foco o progresso econômico e social a nível local.

O empreendedorismo se faz presente tanto nas organizações, a fim de aprimorar e/ou inovar, quanto nas ações humanas essenciais não isoladas desde os primórdios. Desse modo, podemos observar a existência de dois tipos distintos de empreendedorismo: o empreendedorismo por oportunidade e por necessidade. Enquanto uma deriva de algum evento premeditado, consciente e observado, o outro provém em consequência de um fator episódico e inesperado, onde o ator se vê obrigado a agir distintivamente para se recompor à situação, respetivamente.

Conforme pesquisas divulgadas pelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor) em 2002, observa-se que os empreendedores por necessidade são maioria nos países em desenvolvimento. Pode-se alinhar isso a história econômica desses países desde sua formação até o momento atual, onde o desenvolvimento, sobretudo o local, deve ser impulsionado constantemente. Sendo assim, há uma associação entre o empreendedor por necessidade e o empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento local, pelo qual a partir da escassez social.

2.1 Empreendedorismo social

A revisão da literatura mostra que não existe uma definição única e uniforme de Empreendedorismo Social; isto é, a justaposição de dois termos ‘Social’ e ‘Empreendedorismo’ foi discutido pela primeira vez em 1980. Mas foi durante no final da década de 1990 que sua aceitação pela sociedade começou a acelerar. Para Ghosh (2014, p. 4) empreendedorismo é "um processo de colocando novas ideias em prática". Embora o mais comum ainda seja associar o empreendedorismo a organizações inovadoras, grandes, complexas e lucrativas, ou até mesmo a um empreendedor individual com interesses puramente particulares e rentáveis, por volta dos anos 2000 iniciou-se uma ampla pesquisa a respeito de uma outra forma de se empreender: o empreendedorismo social. Para Batista (2005), “O empreendedorismo social é um misto de ciência e arte, racionalidade e intuição, ideia e visão, sensibilidade social e pragmatismo responsável, utopia e realidade, força inovadora e praticidade” (p. 03).

Podemos observar duas principais diferenças entre o empreendedorismo social e empreendedorismo propriamente dito: O primeiro não produz bens e serviços para enriquecimento, mas sim para sanar problemas sociais; e não tem direcionamento mercadológico, mas sim para segmentos de populações em situação de risco social, como por exemplo, pessoas em exclusão social, pobreza, miséria e/ou risco de vida. Com uma visão coletiva, o empreendedorismo social retrata a intenção de alinhar habilidades ou aptidões para o bem-estar comum e compartilhado, acarretando um impacto positivo no mundo. Um exemplo de empreendedorismo social de larga escala é o programa Água Pura para as Crianças, liderado pela empresa americana do ramo

de bens de consumo P&G, onde desde 2015 já forneceu gratuitamente mais de 15 (quinze) bilhões de litros de água potável para pessoas de todo mundo, à partir de um sachê capaz de transformar, quase que instantaneamente, água suja em água potável.

De maneira mais pontual, uma iniciativa sócia empreendedora pode gerar benefícios a uma pequena comunidade em específico, alterando a maneira com que esse grupo de pessoas locais vive, se relaciona entre si ou com agentes externos, e até mesmo transmutar a forma de como geram a sua renda. A criação de cooperativas locais em pequenas comunidades é um exemplo disso, onde grande parte da renda das famílias locais passa a ser proveniente de atividades como pesca ou tecelagem.

2.2 Perfil e potencial empreendedor

Para Drucker (2002), o empreendedorismo não está presente no DNA dos indivíduos, mas sim é uma ciência passível de ser estudada e aprendida, bem como qualquer outra. Assim sendo, sugere-se que, a medida em que um indivíduo estudar sobre o tema e ter práticas empreendedoras constantes, maiores seriam as chances de se obter sucesso como empreendedor. Para Dolabela (2006) “O empreendedor é fruto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, terá motivação para criar seu próprio negócio (p. 29). Para o autor, um indivíduo empreendedor é também o resultado do ambiente em que vive. Se esse ambiente vê a prática empreendedora como uma ação produtiva, mais facilmente o empreendedor se permite empreender. Podemos perceber, então, que os indivíduos em si são empreendedores em potencial, desenvolvidos ou não tanto por fatores de ordens internas quanto externas.

Para Thornton (1999), ao falarmos sobre características do perfil empreendedor, ainda que o estudo sobre o empreendedorismo reúna diversas ideias de diversos pesquisadores, não foi possível encontrar um padrão no processo de se empreender nem estabelecer um perfil padrão dos empreendedores de sucesso. A respeito disso, para Oliveira e Guimarães (2006), talvez isso se explique a razão dos empreendedores serem um grupo heterogêneo e também se originarem em meios sociais distintos. Sendo assim, os modelos apresentados não conseguem abranger todas as diferentes formas de se empreender.

Ainda que não haja uma padronização exata sobre o perfil dos empreendedores, segundo o UFCO 7852 (Perfil e Potencial Empreendedor - Diagnóstico/Desenvolvimento, 2012) podemos, observar algumas características e competências-chave. Elas podem ser divididas ainda em pessoais e técnicas. Dentre as características pessoais, ainda para o autor, podemos identificar (quadro 1):

Quadro 1. Características Pessoais do Perfil Empreendedor

Características	Descrição das Características
Autoconfiança e motivação	O empreendedor tem seu desempenho diretamente ligado às características pessoais, que por sua vez se relacionam com os fatores emocionais do indivíduo. Segundo Goleman (2000), essas competências emocionais podem ser agrupadas em três principais: Autoconsciência, Autogestão e Consciência Social.
Capacidade de decisão e de assumir riscos	Perante o cenário de mudança e incerteza em que o empreendedorismo se encontra, se faz necessário ter a habilidade de tomar decisões e com elas o risco envolvido.

Persistência e resiliência	Seguindo a linha adotada por Drucker, quanto mais o indivíduo insistir na prática empreendedora e resistir mesmo aos fracassos imediatos, maiores são as possibilidades de se obter sucesso.
Persuasão	Ser persuasivo no ambiente empreendedor não representa apenas convencimento de compra, mas sobretudo trata-se da habilidade em se relacionar com todos os envolvidos, estabelecendo assim uma relação de confiança entre o empreendedor e seus stakeholders.
Concretização	Diz respeito a agir sobretudo antecipadamente, ser proativo. Estar sempre atento às mudanças, buscando diminuir possíveis impactos negativos, identificar ameaças e potencializar as oportunidades.

Fonte: Baseado em UFCD 7852 (2012).

Quando deixamos de analisar as características pessoais do empreendedor e passamos para uma análise mais técnica, se observa a seguinte divisão:

Quadro 2. Características Técnicas do Perfil Empreendedor

Características	Descrição das Características
Área de negócio e orientação para o cliente	Tange não somente a escolha da área de atuação do negócio como também a sustentabilidade do negócio. Além de ter o enfoque em trabalhar nas necessidades do cliente, também diz respeito a como se relaciona com eles durante todo o processo;
Planejamento, organização e domínio de comunicação	Não somente na fase de ideação e implementação do negócio o empreendedor deve planejar, mas sim a todo o momento. Ademais, necessita-se manter o negócio organizado, com funções e ações definidas. Não obstante, em somatória a isso, a habilidade de se comunicar interna ou externamente também é um fator determinante na prática empreendedora;
Liderança e trabalho em equipe	Talvez uma das características mais importantes em um empreendedor, a liderança precisa ser exercida de dentro para fora. A forma com que o empreendedor lida com sua organização e com seus envolvidos está diretamente ligado ao desempenho do negócio. Ainda, a forma com que uma equipe trabalha diz muito sobre o perfil de liderança de uma organização.

Fonte: Baseado em UFCD 7852 (2012).

No que diz respeito ao potencial empreendedor, segundo Souza *et al.* (2017, p. 326), podemos julgar como elementos correlatos ao potencial empreendedor e que motivam um indivíduo a empreender os aspectos psicológicos, comportamentais, sociais e individuais. Segundo Kruger e Brazeal (1994) e Kruger *et al.* (2000) o potencial empreendedor vincula uma série de características comumente encontradas em empreendedores de sucesso. Para Schmidt e Bohnenberger (2009), o empreendedor de sucesso é, basicamente, alguém que: (1) é autoeficaz, (2) detecta oportunidades, (3) planeja, (4) assume riscos calculados, (5) é sociável, (6) é líder e (7) é persistente. Para Barbosa e Costa (2015): “[...] é possível ajudar os empreendedores em potencial, [...] a identificar as características que devem ser aperfeiçoadas para obterem sucesso [...]” (p. 49).

Segundo Souza (2017), em uma ótica analítica, um indivíduo pode empreender ou não mesmo tendo todas essas características. Quando tem as características, mas não empreende, pode-se dizer que apenas tem um potencial empreendedor. Para Santos (2008), o potencial empreendedor é amparado por 3 dimensões representativas do empreendedor de sucesso: Realização, Planejamento e Poder. Ainda, segundo o autor, existe uma dimensão complementar chamada de Intenção de Empreender. Em cada uma dessas dimensões existem elementos que fazem papel de características do empreendedor. Dentro da dimensão de Realização é possível

observar as características de Oportunidades, Persistência e Eficiência. Dentro de Planejamento se nota as características Metas, Informações, Planejamento Contínuo e Controle Permanente. Já na dimensão de Poder, encontramos as características de Persuasão e Rede de Relacionamento. Na dimensão complementar Intenção de Empreender, está presente o desejo de ter ou iniciar um negócio. A partir de então, Santos (2008) elaborou a Escala de Potencial Empreendedor, visto que as características estudadas eram comportamentos observáveis e latentes.

Quadro 3. Características da Escala de Potencial Empreendedor.

Elementos	Definição
Oportunidade	Mostrar que dispõe de senso de oportunidade. Estar atento ao que acontece à sua volta e a partir daí, ao identificar as necessidades das pessoas ou do mercado, ser capaz de aproveitar situações incomuns para iniciar novas atividades ou negócios.
Persistência	Capacidade de manter-se firme na busca do sucesso, demonstrando persistência para alcançar seus objetivos e metas, superando obstáculos pelo caminho. Capacidade de distinguir teimosia de persistência, admitir erros e saber redefinir metas e estratégias.
Eficiência	Capacidade de fazer as coisas de maneira correta e, caso seja necessário, promover rapidamente mudanças para se adaptar às alterações ocorridas no ambiente. Capacidade de encontrar e conseguir operacionalizar formas de fazer as coisas melhor, mais rápidas e mais baratas. Capacidade de desenvolver ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo. Capacidade de ser proativo.
Metas	Capacidade de mostrar determinação, senso de direção e de estabelecer objetivos e metas definindo de forma clara aonde pretende chegar. Capacidade de definir rumos e objetivos mensuráveis.
Informações	Disponibilidade para aprender e demonstrar sede de conhecimentos. Interesse em encontrar novas informações em sua área de atuação ou mesmo fora dela. Estar atento a todos os fatores, internos e externos, relacionados à sua organização/empresa. Interesse em saber como fabricar produtos ou fornecer serviços. Disponibilidade para buscar ajuda de especialistas em assuntos técnicos ou comerciais.
Planejamento Contínuo	Disponibilidade para planejar suas atividades definindo objetivos. Capacidade de planejar detalhando tarefas. Ser capaz de atuar com o planejamento, a execução e o controle. Acreditar na importância do planejamento.
Controle Permanente	Capacidade de acompanhar a execução dos planos elaborados, manter registros e utilizá-los no processo decisório, checar o alcance dos resultados obtidos, e de realizar mudanças e adaptações sempre que necessário.
Persuasão	Habilidade para influenciar pessoas quanto à execução de tarefas ou de ações que viabilizem o alcance de seu objetivo. Capacidade de convencer e motivar pessoas, liderar equipes e estimulá-las usando as palavras e ações adequadas para influenciar e persuadir.
Rede de Relacionamento	Capacidade do indivíduo em estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam lhe ser úteis, interessado em viabilizar o alcance de seus objetivos.
Intenção de empreender	Prenunciar a intenção de possuir, quer seja adquirindo de outrem ou partindo do zero, um negócio próprio.

Fonte: Santos (2008, p. 197-198).

2.3 Empreendedorismo e comunidades tradicionais

Para Pateo (2016), as noções sobre comunidades tradicionais se dividem em três: diversidade cultural, tradição e sustentabilidade. Refere-se a “diversidade cultural” as maneiras próprias de organização social, bem como próprias formas de se

relacionar com os recursos naturais e ter hábitos distintos da cultura local atual. A respeito de “tradição”, pode-se assimilar como a coleção de saberes que apontam as diferentes formas de relação com o ambiente. Ou seja, diz respeito à relação entre os conhecimentos tradicionais e sua manutenção ao decorrer do tempo.

Diegues (2008) e Trevizan e Leão (2014), ressaltam a importância dos conhecimentos tácitos como: elaboração de estratégias de uso e de manejo dos recursos naturais transferidos de geração em geração por via oral; noção de território; moradia e ocupação desse território por várias gerações; importância das atividades de subsistência; reduzida acumulação de capital; importância dada à unidade familiar; uso de tecnologia simples, de baixo impacto sobre o meio ambiente; reduzida divisão técnica e social do trabalho e fraco poder político e autoidentificação de pertencimento a uma cultura distinta das outras.

Já sobre “desenvolvimento sustentável”, Pateo entende como o equilíbrio existente entre essas comunidades tradicionais e seus recursos naturais, sustentando-as em paralelo ao decorrer do tempo. Segundo o Decreto 6040 (2007), caracteriza-se como comunidades tradicionais: “Grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição (Decreto 6.040, art. 3º, §1º)”.

O desenvolvimento de comunidades é, em sua maioria, progressivo e compartilhado. Isso significa dizer que à medida em que as comunidades se desenvolvem, passam a compartilhar mais entre si e com o seu meio externo. Isso as torna mais suscetíveis a modificação constante de seus hábitos sociais, bem como sua cultura local de maneira geral. De outro modo, as comunidades tradicionais, ainda que também em constante desenvolvimento, dissonam quanto a modificação constante de sua cultura, de seus hábitos e a forma de repassá-los ao longo do tempo, buscando preservar ao máximo sua história e o ambiente em que vivem.

De acordo com Lyon e Driskell (2011) e Ledwith (2005), o conceito de desenvolvimento comunitário abrange facetas concretas e não concretas que oferecem mudanças antecipadas nas condições socioeconômicas e nas culturas das pessoas que vivem em comunidades. A temática de desenvolvimento de comunidades ganha forças quando somado a movimentos ou organizações que visam desenvolver ainda mais o potencial empreendedor local, através da prática de serviços voluntários.

3 Procedimentos metodológicos

Para elaboração desta pesquisa descritiva exploratória em forma de estudo de múltiplos casos foi utilizada abordagem qualitativa, pois envolve a obtenção de dados descritivos obtidos no contato direto do pesquisador com a situação estudada. O estudo de caso visou caracterizar o perfil empreendedor e analisar as características de potencial empreendedor, bem como identificar os principais *stakeholders* dessas comunidades tradicionais.

Trabalhou-se com uma amostra de múltiplos casos de empreendedores sociais da Colômbia, Equador, Peru e Bolívia, durante o período de junho de 2019 a outubro de 2019, em seis comunidades tradicionais andinas¹ (Quebrada Seca – Tienda del

¹ Entende-se por América Andina a região localizada a oeste do Continente Sul Americano, no decorrer de toda extensão da Cordilheira dos Andes. A América Andina soma aproximadamente 5,3 milhões de metros quadrados, ocupados por cerca de 144 milhões de habitantes.

Davi; Los Coco, Finca Sin Fronteras; Duanamake, Tribo Kogi; Peguche, Artesania el Gran Condor; Cusco, Asociación de Artesanos Productores Inti Killa; e Copacabana, Comunidade de Mujeres Aimarás) a partir de uma experiência de intercâmbio voluntário - em duas organizações: Associação Internacional de Estudantes de Ciências Econômicas e Comerciais - AIESEC² e Worldpackers³. Como instrumento para coleta de dados foram utilizadas fontes de dados primários, especificamente seis entrevistas semi-estruturadas, observação e questionários, a fim de analisar de maneira particular cada comunidade tradicional e obter respostas periódicos, livros e dissertações.

4 Descrição e análise dos dados coletados

O trabalho desenvolvido em 6 (seis) comunidades tradicionais da América andina apresentam características peculiares e distintas nas comunidades estudadas, bem como seus contextos particulares (quadro 4). Para analisar as características do perfil empreendedor, foi utilizado como coleta de dados entrevistas semi-estruturadas e um formulário de múltipla escolha, com o intuito de mensurar a presença de características do perfil empreendedor. Em uma escala definida de 01 até 05, onde quanto mais perto do 01 menos presente essa característica estava e quanto mais próximo de 05 mais havia presença dessa característica. Optou-se por essa forma de coleta para tratar de forma particular cada comunidade estudada.

Quadro 4: Descrição e Caracterização das Comunidades

Comunidade	Caracterização da Comunidade
Comunidade Quebrada Seca - Tienda del Davi	Localizada na província do Norte de Santander, Colômbia. Surgiu há cerca de 20 anos após a doação da área por um empresário local. Hoje a comunidade é composta por aproximadamente 45 famílias distribuídas no entorno de uma área de quebrada (córrego). O estabelecimento "Tienda del Davi" foi criado para proporcionar renda financeira para a família e facilitar o acesso de pessoas da comunidade a produtos alimentícios utilizados no dia a dia, devido a localização afastada do grande centro.
Comunidade Los Cocos - Finca Sin Fronteras	Localizada na Comunidade Los Cocos, Nordeste da Colômbia, a Finca Sin Fronteras é uma fazenda de permacultura em meio a uma comunidade tradicional local, criada há praticamente 5 anos por um inglês e uma colombiana em uma área de aproximadamente 10 hectares. O projeto consiste em ajudar nos afazeres diários da construção da fazenda de permacultura, bem como participação de seminários de temas diversos para obtenção ou aprimoramento de conhecimentos específicos em construção sustentável.
Comunidade Duanamake - Tribo Kogi	Os indígenas da etnia Kogi da comunidade Duanamake, localizada em Los Cocos, Nordeste Colombiano, tiveram contato com o homem branco há aproximadamente 20 anos. Antes desse período, eram uma tribo isolada e sem nenhum contato com a civilização, tendo, portanto, um dialeto específico. O contato com a civilização veio através de um pedido de seus deuses para que os Kogi fossem ao mundo dizer que a natureza está sendo prejudicada pela degradação humana, e precisam trabalhar juntos para restabelecer o equilíbrio entre a manutenção da vida humana com a proteção do meio ambiente.

² A AIESEC é uma organização sem fins lucrativos que tem como objetivo principal o desenvolvimento de liderança jovem, através de experiências práticas em ambientes desafiadores, e intercâmbios voluntários.

³ É uma plataforma colaborativa criada em 2011 que conecta pessoas por meio de uma rede de Hostels, Projetos Sociais e Projetos Ecológicos, possibilitando que os viajantes voluntários troquem trabalho por acomodação e outros benefícios como alimentação, passeios e certificados.

Comunidade Peguche- Artesania El Gran Condor	Localizada ao norte da região interandina do Equador, Peguche é um distrito da cidade de Otavalo, conhecida como a capital intercultural do Equador. Nesta região se concentra grande parte da produção dos artesanatos indígenas distribuídos no Equador, fazendo com que a cidade seja um importante pólo de turismo cultural da região. No distrito de Peguche é possível encontrar vários estúdios de produção de artesanatos, manuais e industriais. A Casa de Artesanatos El Gran Condor, tem por objetivo manter o negócio familiar gerando renda para o sustento de sua família e preservar e desenvolver a cultura de produção de artesanatos da região.
Cusco- Asociacion De Artesanos Productores Inti Killa	A cidade de Cusco está localizada no sudeste do Vale Sagrado dos Incas, na região dos Andes peruanos. Considerada como a Capital do Império Inca, com data de fundação indefinida, desde os anos de 1532 se tornou uma cidade chave para a cultura peruana. Em grande maioria sua economia se baseia em turismo, agricultura e seu artesanato local. A Associação de Produtores Artesãos Inti Killa, cujo principal missão está no desenvolvimento do comércio de artesanatos feito por pequenos produtores locais, criada em 2012 com o fim de ajudar no sustento de pequenos produtores artesãos da região e também manter viva a cultura local, bem como as formas de produção.
Copacabana - Comunidade De Mujeres Aimaras	Copacabana é a principal cidade da região do Lago Titicaca, na Bolívia. Surgida desde a era Inca, a base econômica da cidade se limita ao turismo das Ilhas Sagradas e artesanatos locais. O Lago Titicaca e o manutenção das tradições Aimara e Inca são as principais atrações turísticas do local, através de festas, passeios e artesanatos. A comunidade trabalha com produção de artesanatos, desenvolvendo espaços e feiras de artesanato. Para os locais, a valorização do patrimônio cultural indígena na região do Lago Titicaca é tão importante quanto o desenvolvimento da região.

Fonte: Construção dos autores.

Para o perfil dos entrevistados, foram disponibilizados 2 campos para se responder o nome e grau de instrução. Do total de 6 pessoas que responderam a pesquisa, todos se identificaram, 50% são do sexo feminino e 50% do sexo masculino. Quanto ao grau de escolaridade, apenas 1 entrevistado informou que havia ensino superior, o que corresponde a aproximadamente 17% da pesquisa. O número de entrevistados que estão cursando o nível superior também foi de 1, ou aproximadamente 17%. Ainda sobre os entrevistados, 50% concluiu o ensino básico de educação, total de 3, e 1 dos entrevistados nunca frequentou nenhuma instituição formal de ensino. A fim de facilitar o entendimento do presente estudo, bem como evidenciar os objetivos específicos levantados anteriormente, a análise dos dados se dará em 3 (três) eixos diferentes: (1) Identificação de Stakeholders; (2) Análise do Perfil Empreendedor; (3) Análise do Potencial Empreendedor.

4.1 Identificação de stakeholders

Uma das questões da entrevista aplicada busca compreender se a comunidade em si estudada tem alguma ligação governamental, filantrópica ou até mesmo privada: Alguma organização como o governo, empresa ou qualquer que ajude a melhorar o negócio. Dos entrevistados 66,6% não têm relação com algum tipo de organização que lhe forneça ajuda para desenvolvimento de seu trabalho. Os entrevistados que responderam ter parcerias foram: “Tenda do Davi” e “Finca Sin Fronteras”.

Na comunidade Quebrada Seca, a entrevistada responsável pela “Tenda do Davi” destacou que, por serem uma área de extensão urbana e de baixa renda, dificilmente conseguem ajuda de organizações. Relatou que tem parceria com 2 (duas) organizações, uma delas a AIESEC, que ajudam o negócio e a comunidade de maneira geral com execução dos projetos sociais. Já na comunidade de Los Cocos, a responsável pela “Finca Sin Fronteras” relatou que no momento a única parceria

que impacta diretamente no desenvolvimento da comunidade é o Worldpackers, mas que está buscando participar de editais governamentais ou privados para melhorar no desenvolvimento do local. Sendo esse o meio principal de obtenção de mão de obra no presente momento, destacou grande importância da utilização da plataforma.

Dentre os entrevistados que responderam não possuir nenhum tipo de parceria estabelecida, o responsável pela “Artesania Casa el Gran Condor” relatou que há 25 anos atrás teve uma parceria com uma empresa pública, na qual os ajuda em capacitações, promoção de espaços facilitadores e divulgação. Com a extinção desta empresa perdeu-se a parceria com o governo, e desde então não fizeram novas alianças, mas vê com pesar o fato de não haver mais uma parceria que os potencialize. Conforme os dados apresentados, percebe-se a falta de alianças com essas comunidades, principalmente de cunho governamental. Ausência esta que pode influenciar diretamente no desenvolvimento empreendedor de uma comunidade, evidenciando sua importância.

Outra pergunta aplicada teve por objetivo mensurar o quão abertos a aprendizados e inovações os entrevistados estavam: “Sempre está buscando coisas novas para melhorar seu negócio/comunidade?”. Dos entrevistados, 100% disseram estar dispostos sempre a buscar novas oportunidades para melhorar seu negócio ou sua comunidade. Na comunidade Duanamake, o entrevistado respondeu que sempre buscam melhorar algumas técnicas trocando aprendizados e até mesmo ferramentas com a comunidade vizinha de Los Cocos. O único ponto evidenciado por ele foi de que buscam mudanças até certo ponto, pois a cultura local e os ritos sagrados de trabalho não podem ser mudados. Citou o exemplo de que prefere fazer uma construção pausadamente conversando com os deuses a fazer algo mais rápido e sem sentido.

Em paralelo a isso, o entrevistado responsável pela “Artesania Casa el Gran Condor” também esclareceu que existem algumas coisas que não pretendem mudar ou inovar, devido a decisão em conservar sua cultura e tradição. Citou um exemplo de que muitos artesãos da comunidade já substituíram suas máquinas de tear manual por elétricas que produzem vezes 10 (dez) vezes mais. Alegou dar mais importância a manutenção da cultura da forma de trabalho de sua família e na criação de um item único para seus clientes, da mesma forma com que era feito por seus antepassados.

Esses dados evidenciam que as comunidades tradicionais estão em grande parte dispostas a trazer melhorias para seus negócios e comunidades, por sua vez respeitando a o patrimônio da cultura local. Analisando o cruzamento deste dado com o gráfico 1, pode-se observar que o fato de a maior parte dos entrevistados não possuírem stakeholders mas estarem abertos a influências externas para melhorar seu meio. Isso reforça ainda mais a tese de que a falta de alianças pode influenciar no desenvolvimento empreendedor de uma comunidade.

4.2 Análise do perfil empreendedor

A respeito do perfil empreendedor dos entrevistados, foi feito um questionário visando elencar o quão próximo o entrevistado estava das características mais presentes em uma pessoa com o perfil empreendedor, segundo características apontados no referencial teórico pelo UFCD 7852 (Perfil e Potencial Empreendedor - Diagnóstico/Desenvolvimento, 2012). Para a análise desses dados é importante destacar que, ainda segundo o UFCD 7852, as características do perfil empreendedor são divididas em Pessoais e Técnicas. As características “Orientação para o Cliente”, “Organização” e “Liderança” compõem o grupo das Características Técnicas. Já as demais características “Autoconfiança”, “Decisão”, “Resiliência”, “Persuasão” e “Concretização” compreendem ao grupo das Características Pessoais (figura 1).

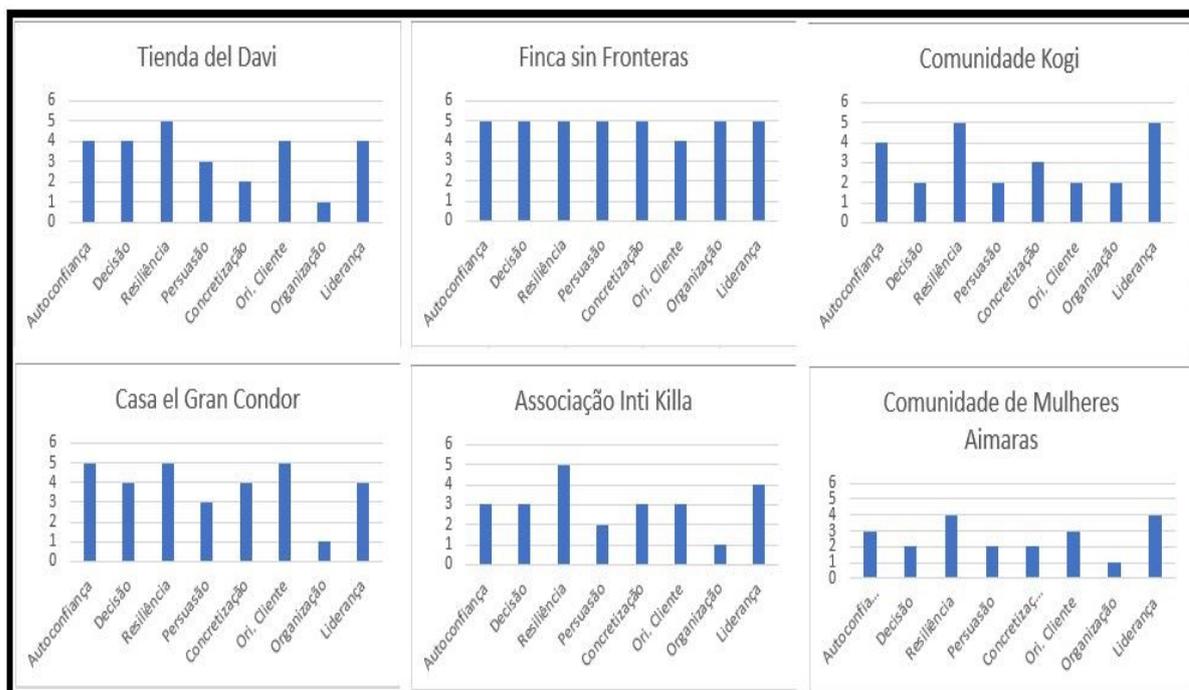


Figura 1 - Análise de Características de Perfil Empreendedor
 Fonte: Construção dos autores

A partir desta análise, pode-se tirar algumas conclusões a respeito da presença das características de perfil empreendedor dos entrevistados. Nos resultados da comunidade Quebrada Seca, pode-se observar que a média obtida para as Características Pessoais e Técnicas foram 4 e 3, respetivamente. A característica Resiliência foi a que obteve a maior nota e ficou acima da média dentre as Pessoais, enquanto a característica Concretização recebeu a menor nota de seu grupo. Já dentre as Características Técnicas a que obteve menor nota foi a característica Organização, ficando abaixo da média. Já as demais características do grupo ficaram acima da média.

Na comunidade de Los Cocos os resultados obtidos mostram uma média 5, tanto para as Características Pessoais quanto para as Técnicas. A única característica abaixo da média foi Orientação para o Cliente. Quando analisamos os resultados da comunidade Duanamake nota-se que a média tanto para as Características Pessoais quanto para as Técnicas foi 3. Acima da média observa-se Autoconfiança, Resiliência e Liderança. Já abaixo da média observamos Decisão, Persuasão, Orientação para o Cliente e Organização.

Com base nos resultados da comunidade de Peguche, percebe-se que a média para as Características Pessoais e Técnicas foram, respetivamente, 4 e 3. Se

destacam como acima da média Autoconfiança, Resiliência e Orientação para o Cliente. Já abaixo da média observa-se Persuasão e Organização. Já na associação Inti Killa observa-se que a média tanto para as Características Pessoais quanto para as Técnicas foi 3. Destacam-se como acima da média Resiliência e Liderança, e como abaixo da média Persuasão e Organização. A partir da análise da comunidade Mulheres Aimaras nota-se que a média para as Características Pessoais e Técnicas foi 3, tendo destaque como acima da média Resiliência e Liderança. A característica que obteve menor nota foi Organização.

Em uma análise geral, pode-se observar que as Características Pessoais obtiveram média 4, enquanto as Técnicas média 3. A Finca Sin Fronteras localizada na comunidade de Los Cocos foi a que obteve maior média geral, com o valor de 5. Vale evidenciar que dentre os entrevistados, a responsável pela Finca Sin Fronteras foi a única e ter concluído o ensino superior. Com isso, nota-se que o nível de formação não é fator limitante para o empreendedorismo em si. Pode-se caracterizar o perfil das comunidades tradicionais estudadas como resilientes, autoconfiantes e que desenvolvem lideranças.

Na comunidade empreendedora Mulheres Aimaras, na Bolívia, a entrevistada pontuou que uma das motivações de trabalho é a manutenção da cultura local. Além disso, a Associação Inti Killa e a Casa El Gran Condor também explicitaram que sua motivação de trabalho está diretamente ligada a manter viva a cultura local. Por se tratar de comunidades tradicionais, observa-se que as questões culturais não só influenciaram para dar início a esses empreendimentos sociais, mas também influenciam diretamente em sua manutenção. É possível também associar a motivação baseada na cultura com a resiliência em que esses empreendedores sociais demonstram. Quanto mais motivados e confiantes a manter sua cultura, mais resilientes serão para que o empreendimento social prospere. Certo de que todas as características de perfil empreendedor são fundamentais para o desenvolvimento do negócio, evidencia-se ainda mais a necessidade dessas comunidades manter um sistema de governança, elos com o poder público, privado, terceiro setor, a fim de desenvolver cada vez mais o empreendedorismo social em comunidades.

4.2 Análise do potencial empreendedor

Analisou-se se os empreendedores sociais possuíam os mesmos comportamentos/características de empreendedores comuns, que Santos (2008) caracteriza como elementos definidores. Uma das questões perguntadas aos entrevistados foi: “Você é consciente do que acontece no seu negócio e ao entorno dele e toma ações a respeito?”. Analisando as respostas obtidas, 100% dos entrevistados responderam que sim. Segundo a responsável pela Finca Sin Fronteras, sempre estão atentos no que acontece ao entorno do negócio e com o meio ambiente ao redor. Reitera que seu modelo de negócio depende grande parte da observação do seu entorno para somente depois tomar ações. O entrevistado responsável pela Casa El Gran Condor afirmou dizendo que sempre busca olhar os comércios locais para estar a frente e melhorar mais que eles.

Outra questão aplicada foi ligada ao tema eficiência e se os entrevistados estariam dispostos a mudar algo em seu negócio para ser mais eficiente. Dos entrevistados, 100% responderam que sim, estariam dispostos a inovar algo em seu negócio. Para o entrevistado da comunidade Duanamake, sempre há o que se aprender e melhorar, mas algumas coisas não podem ser mudadas pois faz parte da cultura determinado processo. Paralelo a esse pensamento, o responsável pela Casa El Gran Condor evidenciou a importância da inovação, mas também ressaltou que

algumas coisas não podem ser mudadas por fazerem parte da cultura. Nota-se com essas respostas que existe um certo limite para inovação voltada a eficiência do negócio. Fica evidente que a cultura e o conhecimento tradicional se sobressaem perante a necessidade de maior eficiência.

A seguinte questão também foi aplicada: “Você trabalha com metas e objetivos específicos a serem alcançados”. Do total de entrevistados, apenas a Finca Sin Fronteras diz trabalhar com metas a curto, médio e longo prazo. Isso corresponde a apenas 17% do total. A responsável objetivou que ter metas todos os dias, semanas e meses é importante, fazer parte do processo de desenvolvimento. Para os demais entrevistados a resposta foi negativa e mais voltada para o atendimento da demanda e o fluir do negócio ao decorrer do tempo. Nota-se que a maior parte dos entrevistados não trabalham com metas e objetivos, o que prejudica a escalabilidade do negócio social dificulta assim um crescimento de impacto.

Analisando as características da escala de potencial empreendedor, nota-se que os entrevistados de maneira geral possuem senso de oportunidade aflorado, são persistentes em relação a continuidade e desenvolvimento de seu negócio, demonstram persuasão para com a motivação social intrínseca e também há intenção em empreender. É possível observar que os entrevistados demonstram disponibilidade para aprender e obter mais informações específicas para aumentar seu impacto. Entretanto é possível notar a ausência de características técnicas à prática empreendedora, como por exemplo a inexistência de metas definidos e atingíveis, ausência de um controle permanente do trabalho desenvolvido e que possuem uma rede menor de relacionamento do que julgam necessário para o desenvolvimento da prática empreendedor. Quanto à característica de eficiência, observou-se nos entrevistados a presença explícita de um processo de luta (de)colonial⁴, como protagonizado por Walsh (2009; 2013).

5 Considerações finais

Neste estudo, focou-se em uma das vertentes do empreendedorismo, que tem como objetivo criar ou manter um negócio lucrativo, mas tem uma vertente de desenvolvimentista voltada a uma comunidade ou um grupo de pessoas, com uma vertente mais social. Após a elaboração do trabalho, conclui-se que o objetivo geral do trabalho em analisar as características de potencial empreendedor em comunidades tradicionais andinas, a partir de uma experiência de voluntariado por duas organizações diferentes, sendo elas a AIESEC e Worldpackers foi alcançado, visto que foi possível identificar e caracterizar as principais atributos dos potenciais empreendedores em comunidades tradicionais.

Sobre o perfil empreendedor das comunidades, percebeu-se a presença principalmente das características Resiliência, Autoconfiança e Liderança. Nota-se, também, que o nível de ensino dos entrevistados não é um fator determinante para o desenvolvimento do negócio. No quesito Stakeholders, foi possível observar que há uma ausência de atores que podem potencializar um negócio social, seja de iniciativa pública ou privada. Além disso, evidenciou-se que os únicos atores chave das comunidades estudadas no estudo são a AIESEC e Worldpackers. Assim, podemos concluir que o fomento a práticas de intercâmbios por essas plataformas são fatores importantes para o desenvolvimento de empreendedorismo social. Mas mais do que

⁴ Metodologias produzidas em contextos de luta, marginalização, resistência ou '(re)existência' “[...] práticas insurgentes que fraturam a modernidade/colonialidade e tornam possível outras maneiras de ser, estar, pensar, saber, sentir, existir e viver-com (Walsh, 2013, p. 19).

isso é a aprendizagem que fica aos voluntários sobre interculturalidade, diálogo de saberes, respeito e equidade. Acima de tudo, o exemplo de modos de vida mais resilientes e sustentáveis.

Para Ngatse-Ipangio e Dassah (2019) o impacto dos empreendedores sociais é importante para enfrentar os desafios sociais e fornecer soluções inovadoras, sustentáveis e eficazes. Nota-se também que os pontos pouco desenvolvidos nas comunidades estão relacionadas sobretudo as características técnicas, como por exemplo a falta de orientação para metas e ausência de organização administrativa. Ou seja, os empreendedores sociais apesar de se posicionarem para enfrentar os problemas socioeconômicos, nem sempre aliviam estas demandas na totalidade, destacando-se deficiências importantes como o não envolvimento da população local nos processos de desenvolvimento comunitário, insustentabilidade dos resultados de suas atividades, falta de planejamento, má implementação das atividades e fraco monitoramento dos resultados. Apesar destes desafios, concluiu-se que o empreendedorismo social é um importante agente de mudanças para as comunidades tradicionais, desempenhando um notável papel econômico, cultural e social na América Latina. Estas comunidades na maioria das vezes invisibilizadas, exteriorizadas e subalternizadas pela colonialidade⁵ do poder (Mignolo, 2000, Quijano, 2005), enfrentam as dificuldades por meio de iniciativas de empreendedorismo social como processos de resistência ao capitalismo vigente.

Referências

AIESEC Basics. Hub AIESEC in Brazil. Disponível em:

<<https://hub.aiesec.org.br/aiesec-basics>>. Acesso em: 10 abr. 2019.

Almeida, S. *Amir Klink. Gestão de Sonhos: riscos e oportunidades*. Salvador. Casa da Qualidade. 2000.

América Andina. Brasil Escola. Disponível em:

<<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/america-andina.htm>>. Acesso em: 28 jul. 2019.

Barbosa, L. O. *Perfil Empreendedor: Um estudo sobre as características do perfil empreendedor*. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal Fluminense, Volta Redonda, Rio de Janeiro, 2015.

Barkl, E.; Comini, G.; Cunliffe, A. L.; Hart, S.; Rai, S. Social Entrepreneurship and Social Business: Retrospective and Prospective Research. *Rae*. São Paulo. V. 55. N. 4 jul-ago 2015. P 380-384.

Barreto, L. P. (1998). Educação para o empreendedorismo. *Educação Brasileira*, 20(41), pp. 189-197.

⁵ Para Mignolo (2000) “O colonialismo faz referência a um momento histórico já superado; enquanto na colonialidade, há um proceso de dominação que não foi concluído, senão que tem sido encoberto por um fenômeno intrínseco à mesma colonialidade: a modernidade [...]” (p. 4-5).

Batista, M. *Tipos de Empreendedorismo: semelhanças e diferenças*. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/tipos-de-empreendedorismo-semelhancas-e-diferencas>. Acesso em 22 de julho de 2019.

Como funciona o intercâmbio de trabalho. *worldpackers*. Disponível em: <<https://www.worldpackers.com/pt-BR/articles/o-que-e-e-como-funciona-intercambio-de-trabalho>>. Acesso em: 08 jul. 2019.

Comunidade Andina das Nações. FGV EESP. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/9650/TD%20309%20-%20Ser%20gio%20Goldbaum.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

Decreto N. 6.040, de 07 de fevereiro de 2007. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6040.htm>. Acesso em: 28 ago. 2019.

Diegues, A. C. S. *O mito moderno da natureza intocada*. São Paulo: Hucitec; Nupaub - USP/CEC, 2008

Dolabela, F. *O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. 14. ed. São Paulo: Cultura, 2006. 312p.

Dolabela, F. *Pedagogia Empreendedora*. São Paulo: Cultura, 2003b.

Drucker, P. F. *Inovação e espírito empreendedor*. Tradução de Carlos Malferrari. 6a ed. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.

Economia Mundial - Blocos Econômicos. Disponível em: <<https://blocoeconomicos.wordpress.com/2017/06/03/economia-mundial-blocos-economicos/>>. Acesso em: 08 ago. 2019.

Ghosh, M. Social entrepreneurship: innovating nonprofits and developing communities. *Conference Paper*. March 2014.

Hudson, M. *Administrando Organizações do Terceiro Setor*. São Paulo. Makron Books, 1999.

Kisnerman, N. *Introdução ao trabalho social*. São Paulo. Editora Moraes, 1983.

Lakatos, E. M. *Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos*. 6. Ed. São Paulo. Atlas. 2001.

Ledwith, M. Community development: A critical approach, *The Policy Press*, Bristol: 2005.

Lyon, L.; Driskell, R. The community in urban society, 2nd edn. *Waveland Press*, Prospect Height, IL. 2011.

Mignolo W. Diferencia colonial y razón postoccidental. En: Castro-Go- Mez Santiago, edit. *La reestructuración de las ciencias sociales en América Latina*. Instituto Pensar, Bogotá, 2000.

Mishra, S.; Tolia, M.; Ambati, N. R. Social entrepreneurship: ideas, innovation and enhancement; contribution towards a sustainable development. In: Bagnoli, C. (org.). *Journal of Strategic and International Studies*. Volume XI Number 4, 2016.

Ngatse-Ipangio, R.; Dassah, M. O. Impact of social entrepreneurs on community development in the Cape Town Metropolitan Municipality area, South Africa. January 2019. *The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa*. 15(1). DOI: 10.4102/td.v15i1.474.

Perfil e potencial do empreendedor - diagnóstico/desenvolvimento. Catálogo Nacional de Qualificações. Disponível em: <https://formacaodmmv.files.wordpress.com/2015/01/manual_-perfil-e-potencial-do-empreendedor.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2019.

Proteção, promoção e reparação dos direitos das comunidades tradicionais. Escola de Formação em Direitos Humanos de Minas Gerais. Disponível em: <http://www.direitoshumanos.mg.gov.br/sites/default/files/documentos/geral/livro_13_comunidades_tradicionais.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2019

Quijano, A. *Colonialidad del poder, globalización y democracia*. Material seminario: Conocimiento y globalización neoliberal. Doctorado en Estudios Culturales Latinoamericanos. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, 2005.

Santos, P. C. F. *Uma escala para identificar o potencial empreendedor*. 2008. Dissertação de Doutorado – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

Souza, G. H. S. S.; Santos, P. C. F.; Lima, N. C.; Cruz, N. J. T.; Lezana, Á. G. R. ; Coelho, J. A. P. M. Escala de Potencial Empreendedor: evidências de validade fatorial confirmatória, estrutura dimensional e eficácia preditiva. *Gest. Prod.*, São Carlos, v. 24, n. 2, p. 324-337, 2017 <http://dx.doi.org/10.1590/0104-530X3038-16>.

Trevizan, S. Pozzo.; Leão, B. M. Pluralidade jurídica: sua importância para a sustentabilidade ambiental em comunidades tradicionais. *Soc. estado*. vol. 29. no.2. Brasília May/Aug.2014. doi.org/10.1590/S0102-69922014000200011.

Thornton, P. H. The sociology of entrepreneurship. *Annual Review Sociology*, 21 Palo Alto, v. 25, p. 19-46, 1999.

Walsh, C. Interculturalidad, Estado, Sociedad - Luchas (de)Colonias de *Nuestra Época*. 228. Ed. Abya Yala . 2009.

Walsh, C. (Ed.). *Pedagogías decoloniales: prácticas insurgentes de resistir, (re)existir y (re)vivir*. Tomo I. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala, 2013. 553 p. Doi:10.5212/PraxEduc.v.10i2.0015.