



INVESTIMENTO SOCIAL E SEUS DESDOBRAMENTOS NO PROGRAMA SHELL INICIATIVA JOVEM

Sâmera Adães, Fabio Muller Mariano
(IUPERJ)

Resumo: Este artigo tem como objetivo apresentar a experiência de um programa de empreendedorismo e investimento social implantado na cidade do Rio de Janeiro, pelo Grupo Shell com a execução do CIEDS Brasil, mostrando o contexto dos atores envolvidos, a metodologia utilizada, os principais objetivos e os resultados alcançados. Na última parte, são apresentados o estudo e a análise das etapas do Programa e algumas tendências a que se tem tomado no decorrer dos últimos anos de existência do programa no Brasil. A partir destas análises, são apresentadas algumas conclusões sobre esta iniciativa, destacando o importante papel das instituições privadas e sua participação ativa no desenvolvimento das comunidades que são beneficiadas, consolidando um novo processo de mudança.

Palavras-chaves: empreendedorismo; investimento social; sustentabilidade; inovação

1. INTRODUÇÃO

Segundo Mariano e Mayer (2011), no início da década de 90, a abertura econômica possibilitou a entrada de novas empresas no Brasil acompanhada de um processo gradativo de transformações no que diz respeito ao modelo de gestão dos negócios. Como diferencial estratégico para as organizações emergem as práticas de responsabilidade social, que agregam valor aos produtos e serviços oferecidos pelas organizações. Vale aqui frisar que, conforme pontua Mariano que: “o movimento da Responsabilidade Social não é algo novo, entretanto ganhou novos contornos nos últimos anos, assumindo uma dimensão estratégica e de sobrevivência no mundo empresarial” (2011, p 37).

Esse fenômeno se caracteriza por uma proposta de retomada ética tanto no âmbito interno das organizações como no seu relacionamento com suas partes interessadas. Alguns fatores contribuíram para a consolidação da prática da responsabilidade social e sua vinculação à área estratégica das empresas, tais como: o avanço acelerado da globalização; o crescente poder político e econômico das grandes corporações; os avanços tecnológicos; a pressão dos stakeholders quanto às boas práticas de governança corporativa frente a uma crescente desigualdade social, elevando os conflitos de classes e trazendo à tona as mazelas da humanidade: fome, trabalho escravo, trabalho infantil, dentre outros.

É importante frisar que ainda não existe consenso em relação ao conceito de Responsabilidade Social. Para Ashley et al. (2000), responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente de modo amplo, ou a alguma comunidade de modo específico, agindo proativa e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.

Para Francisco Paulo de Melo Neto e César Froés

A responsabilidade social é vista como um compromisso da empresa com relação à sociedade e à humanidade em geral, e uma forma de prestação de contas de seu desempenho, baseado na apropriação e uso de recursos que originariamente não lhe pertencem. O raciocínio lógico é simples: se a empresa obtém recursos da sociedade, é seu dever restituí-los não apenas sob a forma de produtos e serviços comercializados, mas, principalmente, através de ações sociais voltadas para a solução dos problemas sociais que afligem esta sociedade. (1999, p. 81 – 82)

O Instituto Ethos (2013) define responsabilidade social como um conjunto de valores baseados em princípios éticos que envolvem inicialmente os produtos e serviços, que evolui para a abordagem

dos processos, até chegar ao tratamento abrangente das relações compreendidas na atividade empresarial, com os empregados, os fornecedores, os consumidores, a comunidade, a sociedade e o meio ambiente. A busca da excelência pelas empresas passa a ter como objetivo, além da qualidade nas relações e da sustentabilidade econômica, uma preocupação social e ambiental.

Diante deste cenário, diversas empresas líderes nas suas respectivas áreas de atuação, vêm descobrindo e percebendo que não basta apenas se adaptar a uma nova dinâmica do mercado e a um nível maior de concorrência, é preciso assumir uma postura ética e cidadã, tendo como principal objetivo para essa ação, a própria manutenção do seu negócio.

Importante aqui dizer que a responsabilidade social não se expressa como uma ação emergencial e pontual das empresas de ajuda social, mas, sim, como uma perspectiva, em longo prazo, de tomada de consciência das empresas no sentido de incorporarem, em sua missão, em sua cultura e na mentalidade de seus dirigentes e colaboradores, a busca do bem-estar da população, por perceberem que o próprio desenvolvimento da organização depende da sociedade à qual pertencem e que, por sua vez, também é parte de cada um (FÉLIX, 2003).

Na perspectiva apresentada, diversas organizações no mundo todo têm empreendido ações de responsabilidade social, o artigo ora apresentado versará sobre um dos projetos empreendidos pela Shell no Brasil, o programa Shell Iniciativa Jovem. Vale ressaltar que o projeto encontra-se incluído em uma estratégia mundial de investimento social da organização, o Shell Livewire “fortalece opções de carreira de jovens, permitindo-lhes passar empregados a empregadores (...) oportuniza a jovens empreendedores conhecimento essencial de gestão de negócios, oferece suporte personalizado para que esses possam transformar suas ideias empreendedoras em negócios viáveis e sustentáveis.” (<http://www.shell-livewire.com/> acesso em 21.04.2014).

2. OBJETIVO

Este artigo apresentará a estrutura metodológica do projeto Shell Iniciativa Jovem no Brasil e seus principais resultados, ao longo dos últimos quatro anos, destacando suas potencialidades e oportunidades de aperfeiçoamento de modo a permitir que outras iniciativas semelhantes, possam espelhar-se ou realizar por meio deste processo análises comparativas que permitam a revisão de suas metodologias.

3. METODOLOGIA

Conforme aponta Gil (1991) podemos “definir pesquisa como um procedimento racional e sistemática que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos” (p.17).

Demo (1996, p.34) define pesquisa como “questionamento sistemático crítico e criativo, mais a intervenção competente na realidade, ou o diálogo crítico permanente com a realidade em sentido teórico e prático”.

Sob o ponto de vista da forma de abordagem, a pesquisa será do tipo qualitativo, com base no estudo de caso único, sendo utilizados os seguintes procedimentos metodológicos: revisão bibliográfica sobre o problema de pesquisa; realização de entrevistas com gerentes e membros da alta direção; leitura e análise de relatórios informativos do projeto e registros da organização relacionados ao tema em estudo e observação participante.

A apresentação dos dados e resultados apurados baseia-se no modelo metodológico de estudo de caso, que de acordo com a definição de Yin (1990) parece ser o mais adequado para o problema em questão, considerando que investiga o fenômeno dentro do seu contexto e onde diversas fontes de evidências são utilizadas.

4. RESULTADOS

O Programa Shell Iniciativa Jovem é uma estratégia de investimento social da Shell. Que segundo o GIFE¹ pode ser conceituado da seguinte forma:

“Investimento social privado é o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. Incluem-se neste universo as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou instituídos por famílias, comunidades ou indivíduos. Os elementos fundamentais - intrínsecos ao conceito de investimento social privado – que diferenciam essa prática das ações assistencialistas são: a) preocupação com planejamento, monitoramento e avaliação dos projetos; b) estratégia voltada para resultados sustentáveis de impacto e transformação social; c) envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação. O Investimento Social Privado pode ser alavancado por meio de incentivos fiscais concedidos pelo poder público e também pela alocação de recursos não-financeiros e intangíveis”.
(Disponível em:
http://site.gife.org.br/ogife_investimento_social_privado.asp Acesso em:
24 abr. 2014, não paginado).

Vemos a importância de trazer aqui a tona tal conceituação para reforçarmos a diferença entre a realização de uma doação ou uma ação pontual de ajuda social das organizações – filantropia empresarial - e, em outro lado em realizar uma ação social consistente, planejada com resultados tangíveis e avaliáveis.

Com o objetivo de incentivar o espírito empreendedor no público jovem, desenvolvendo suas condições e capacidades necessárias para a criação de negócios viáveis, sustentáveis e

¹ Grupo de Institutos Fundações e Empresas

comprometidos com um mundo melhor, o Grupo Shell resolveu implantar no Brasil o programa *Shell LiveWire*, nominado nacionalmente de Shell Iniciativa Jovem.

O programa teve sua origem na Inglaterra, em 1982, e desde então vem sendo reaplicado e desenvolvido em 14 países: Reino Unido, Holanda, Itália, Nigéria, África do Sul, Egito, Oman, Arábia Saudita, Brasil, Argentina, Brunei, Indonésia, Paquistão e Cingapura. No Brasil ele é executado desde 2001 e desde 2009, conta com o CIEDS².

Observou-se que o Brasil o programa passou por adaptações de sua metodologia com vistas à atender a pluralidade da realidade do país atendido, e desse modo, potencializar sua efetividade.

O Programa Iniciativa Jovem oferece capacitação empreendedora, suporte e estímulo a redes de relacionamentos sustentáveis por meio da formação de jovens empreendedores e empreendimentos socialmente responsáveis, ambientalmente corretos e financeiramente estáveis, colaborando para geração de trabalho e renda e incentivando a cultura empreendedora no Brasil, reforçando assim o compromisso da empresa com o desenvolvimento sustentável.

Um dos ajustes para aplicação do programa, é que o público atendido no Brasil precisa ter entre 20 e 34 anos e Ensino Médio completo, ao passo que na Inglaterra, a base nascente do programa, os jovens empreendedores precisam ter o nível superior completo. Essa flexibilização teve como objetivo oportunizar que jovens oriundos de classes mais baixas também acessem o programa.

4.1 - Apresentação do Programa:

4.1.1 - Pilares do Programa

O programa Shell Iniciativa Jovem tem dois pilares que norteiam a escolha do projeto a ser desenvolvido.

a) Empreendimento sustentável:

É um empreendimento concebido a partir da inovação. Que faz diferente. Cria algo novo (produto, serviço, processo) para melhorar seu triplo desempenho. Promove impacto sustentável e tem potencial de escala, amplificando resultados.

“Para construir uma sociedade sustentável, é essencial entender que um meio ambiente saudável é condição necessária para nosso bem-estar, o funcionamento da economia e, enfim, a sobrevivência da vida na terra. Entretanto, a vida - individual e social - não pode ser reduzida somente às funções biológicas e de produção-consumo.” (RATTNER, 1999).

² Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável – instituição social sem fins lucrativos, fundada em 1998, detentora de título de utilidade pública federal, signatária do Pacto Global da ONU e com status de consultora especial do Conselho Econômico e Social das Nações Unidas – ECOSOC, desde julho/2013. Tem como missão: “Promoção de uma sociedade sustentável tendo como base o conhecimento, a cooperação e o empoderamento das pessoas”. E como visão: “Construir redes para a prosperidade de pessoas, de comunidades e da sociedade brasileira.” Disponível em: www.cieds.org.br Acesso em: 22 abr. 2014, não paginado).

Desse modo, para o Shell Iniciativa Jovem, um empreendimento sustentável é aquele possui um tripé de orientação intrínseca:

- Orientação ao mercado: eficiência, produtividade, gestão, resultados financeiros.
- Orientação social: propósito, transformação, relevância e exemplo para a sociedade.
- Orientação ambiental: promove interações positivas com o ambiente.

b) Inovação:

A inovação deve ser compreendida como o processo que objetiva transformar as oportunidades em novas ideias e colocá-las amplamente em prática. O mesmo autor salienta ainda que a inovação é o ato ou efeito de inovar, ou seja, tornar algo novo; renovar; ou introduzir uma novidade. O termo eventualmente causa confusão, pois as pessoas tendem a entender inovação como invenção (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2005).

Um empreendimento inovador para o programa é aquele que gera novas fontes de receita, diferente das usuais, para os negócios.

4.1.2 – Missão do Programa

A missão do Programa Shell Iniciativa Jovem é fomentar a cultura empreendedora entre os jovens de forma viável a geração de trabalho e renda, através da capacitação, orientação e consultorias para jovens empreendedores, possibilitando criar empreendimentos socialmente responsáveis, que possam contribuir para o desenvolvimento social da região na qual estão inseridos.

4.1.3 – Objetivo do Programa

Estimular a cultura da sustentabilidade e o empreendedorismo de jovens visando o desenvolvimento sócio econômico e a promoção de um modo justo, ético e sustentável de fazer negócios, por meio da formação de líderes empresariais comprometidos com a construção de um Brasil melhor.

1.4 – Objetivos Específicos

- Inspirar relações de negócios éticas e sustentáveis;
- Fornecer subsídios de gerenciamento de negócios que permitam a jovens empreendedores organizar suas ideias, objetivos e estratégias em um Plano de Negócios.
- Fomentar nos empreendedores jovens uma cultura de ética, transparência e sustentabilidade e estimular os processos de cooperação em redes.
- Promover o empreendedorismo como opção efetiva para inserção e permanência do jovem no mercado.
- Impactar as relações de negócio a partir do fomento a empreendimentos sustentáveis.

- Contribuir para o desenvolvimento social e econômico de jovens por meio do fomento ao empreendedorismo sustentável e, se possível, inovador.

4.1.5 - Atividades propostas

O programa tem caráter contínuo e presencial, tendo a duração total de 12 meses. A figura ilustrativa mostra as atividades de cada etapa que compõe a estrutura do projeto, ajudando a entender seu processo de maneira macro.

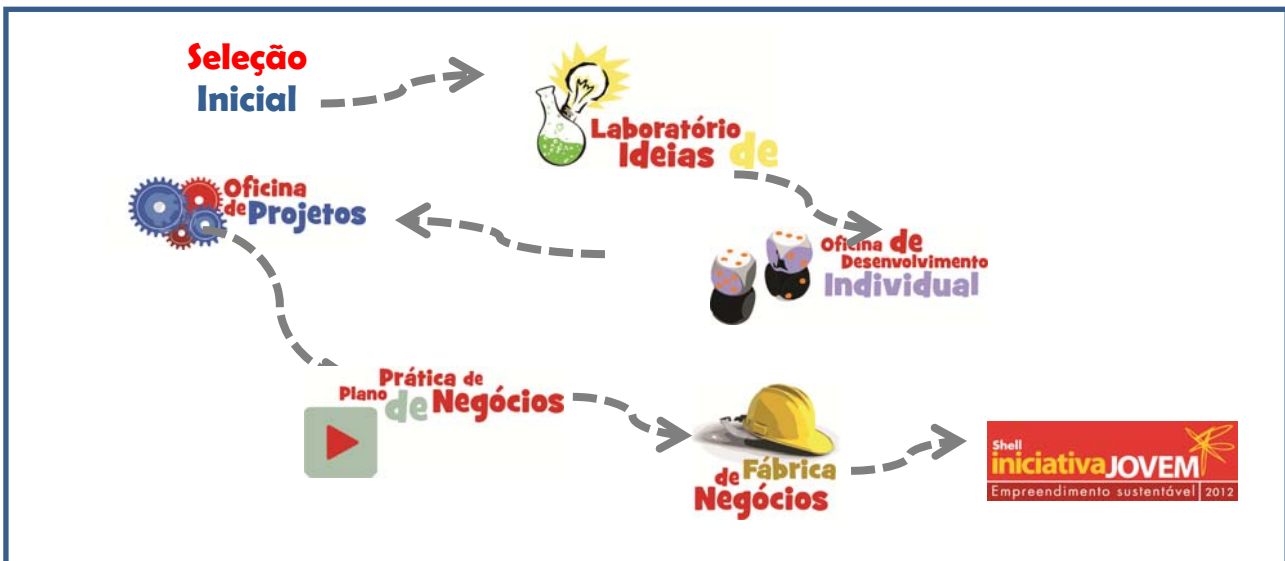


Figura1: Disponível em Plano de Implementação: Shell Iniciativa Jovem - 2014

A tabela 1 nos mostra de forma macro a estrutura do programa, a seguir veremos de forma mais minuciosa as etapas que o programa para contribuir no entendimento do processo utilizado.

Tabela 1: Etapas do programa – Ciclo de 12 meses

Etapa	Duração	Meta para 2014	Objetivo
Inscrição	05 meses	1.500 jovens inscritos	Criar base de dados de jovens interessados em participar do programa.
Seleção Inicial	03 semanas	300 jovens entrevistados	Recrutar jovens com perfil adequado ao programa, dando destaque a jovens que possuam negócios que já estejam em funcionamento e aspectos de inovação e sustentabilidade.
Laboratório de Ideias	02 semanas	180 jovens tendo participado da etapa	Realizar etapa de formação introdutória visando identificar dentre os 180 jovens selecionados as ideias que estejam mais alinhadas ao perfil do Programa Shell Iniciativa Jovem.
Oficina de Desenvolvimento Individual	01 semanas	80 jovens tendo participado da etapa	Alinhamento das expectativas pessoais de vida de cada participante com as ações necessárias para a inserção do empreendimento no mercado, a construção de planos de desenvolvimento individual, desenho de

Etapa	Duração	Meta para 2014	Objetivo
			mapas de competências e habilidades, firmar acordo de resultados e realizar análise SWOT individual.
Oficina de Projetos	04 meses – 96 horas de atividades	80 jovens admitidos na etapa	Capacitar os jovens em disciplinas da área de gestão de negócios e criar ambientes de simulação empresarial.
Prática de Plano de Negócios	05 meses	60 jovens admitidos na etapa	Instrumentalizar os jovens participantes para a elaboração de planos de negócios e realizar bancas simuladas e oficiais de análise / avaliação dos planos de negócios.
Fábrica de Negócios	05 meses	Realização de 300 horas totais de consultorias	Realização de sessões de consultoria e de mentoria para desenvolvimento e potencialização dos empreendimentos.
Selo	02 semanas	12 negócios selados	Realização de auditorias e evento de selagem.

Fonte: CIEDS/Iniciativa Jovem - 2014

4.2 - Descrição de Etapas e seus desdobramentos

4.2.1 - Seleção Inicial dos Participantes

A inscrição dos jovens se dá por meio de sistema de inscrições online no site do próprio programa dentro de prazo estipulado em cronogramas anuais (www.iniciativajovem.org.br).

Para inscrição no programa os participantes devem atender aos seguintes pré-requisitos: a) possuir entre 20 e 34 anos; b) possuir ensino médio completo; c) não possuir cursos de pós-graduação.

A inscrição no site consiste em apresentação de dados cadastrais e preenchimento de questionário criado pela área de desenvolvimento pedagógico do programa, visando aferir o perfil e potencial empreendedor do candidato.

Considerando o número de inscritos é estabelecida uma nota de corte, de tal modo que, 300 participantes sejam convocados para entrevistas individuais, onde os candidatos apresentam suas ideias de negócio a especialistas na área que avaliam a adequação da proposta de negócio aos pilares do programa.

4.2.2 - Laboratório de Ideias

Dos jovens entrevistados, 180 são aprovados e convocados para a próxima fase que é o Laboratório de Ideias, módulo introdutório e obrigatório, com duração de 8 horas, distribuídas em 2 encontros semanais de 4 horas cada. Tem por objetivo identificar e selecionar os jovens com

maior potencial empreendedor e maturidade para construir um Plano de Negócio e colocá-lo em prática, para tanto são utilizados dinâmicas de grupo, jogos de negócios, debates, entre outros. A avaliação é realizada por psicólogos que buscam avaliar o perfil empreendedor, ético e resiliente do participante. Nessa etapa 80 jovens são selecionados para continuar no programa.

4.2.3 - Oficinas de Desenvolvimento Individual

Consiste em uma etapa para proporcionar ao jovem, elementos norteadores e de fortalecimento da sua trajetória educacional e profissional, que contribuirá para que este planeje estratégias e metas que permitam atingir seus objetivos. Nesta etapa os participantes tem a oportunidade de traçar planos de desenvolvimento e de planejamento profissional e pessoal, por meio de dinâmicas e da construção do PDI – Plano de Desenvolvimento Individual. O objetivo dessa etapa é alinhar as expectativas pessoais de vida de cada participante com as ações necessárias para a inserção do empreendimento no mercado, a construção de planos de desenvolvimento individual, desenho de mapas de competências e habilidades, formalização de acordo de resultados e realização análise SWOT³ da idéia proposta.

4.2.4 - Oficina de Projetos

Pode-se afirmar que esta etapa se constitui como a essência do programa Shell Iniciativa Jovem, pois o produto gerado será a principal ferramenta do empreendedor: o Plano de Negócio.

Por meio dos módulos de conhecimento como Modelagem de Negócios, Empreendedorismo e Inovação, Formação de Redes, Ética, Estudos de Mercado, Gestão Estratégica, Marketing, Gestão Organizacional, Legislação para Pequenos Negócios, Gestão Financeira, Sustentabilidade Empresarial, Prática de Plano de Negócios e Rodada de Jogos de Negócios, é oportunizado aos participantes desenvolver as competências necessárias à formação da cultura empreendedora imprescindível para o sucesso dos empreendedores formados pelo programa.

As aulas são realizadas por facilitadores, especializados na temática, e se dão por meio de metodologia participativa e da análise das propostas dos empreendedores, tendo como objetivo maior a elaboração de um plano de negócios, conforme ressaltado anteriormente.

Os participantes são distribuídos em duas turmas de 40 alunos e a etapa tem carga horária total de 129 horas, distribuídos em dois encontros semanais de três horas ao longo de seis meses. A ementa desta etapa é composta pelos módulos apresentados na tabela 2.

³ A palavra Swot é uma sigla em inglês originária das palavras Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats) nome a uma matriz que facilita a visualização destas quatro características, que são inerentes aos mais variados tipos de empresas.

Tabela 2 – Módulos do Programa

Módulos	Ementa	Carga Horária
Modelagem de Negócios	Canvas (Bussiness Model)	6
Empreendedorismo e Inovação	Mentalidade Empreendedora Criatividade e Inovação	6
Formação de Redes	Networking Cooperatividade Sistêmica Redes de Negócios como alavancadoras de oportunidades	6
Ética	Conceitos de ética Elaboração de código de valores	6
Estudos de Mercado	Análise de Mercado Tipos de Pesquisa de Mercado Tendências de Mercado	12
Gestão Estratégica	Longo Prazo - Porter Tomada de Decisão - Swot Botar Para fazer - PDCA	15
Marketing	Definição do Público-alvo Posicionamento de Mercado A Importância da Marca Definição das Estratégias - Composto de Marketing	15
Gestão Organizacional	Processos Operacionais do negócio Definição de Equipe Processos de Recrutamento e Seleção Definição da Capacidade Operacional	9
Legislação para Pequenos Negócios	Trâmite Legal para constituição de um empreendimento Direito Empresarial Direito Trabalhista Direitos e deveres do empregado e do empregador	9
Gestão Financeira	Fluxo de Caixa DRE Definição de Capital de Giro Indicadores de Viabilidade Captação de recursos	18
Sustentabilidade Empresarial	Conceitos de Sustentabilidade Triplo resultado Oportunidades para o negócio	9
Aula Final Prática de Plano de Negócios	No final de cada módulo os empreendedores exercitam a escrita do Plano de Negócio com o tema abordado	6
Rodada de Jogos de Negócios	Os empreendedores se empoderam de um case de sucesso e precisam criar estratégias e ações para dar continuidade ao negócio de forma real, porém em um jogo.	12

Fonte: CIEDS/Iniciativa Jovem – 2014

4.2.5 - Prática de Plano de Negócios

Estruturada como uma etapa complementar, fundamentada na assessoria e orientação de mentores e consultores visa aprofundar os conhecimentos adquiridos ao longo da Oficina de Projetos, de forma a ser uma etapa de orientação voltada para a finalização e aprimoramento do Plano de Negócio.

Esta etapa totaliza 24 horas, distribuídas em oito encontros de três horas, que são realizadas paralelamente à Oficina de Projetos. Incluídas nesta carga horária são realizadas palestras nas seguintes temáticas: Processos Inovadores; Redes Sociais; Gestão Empresarial e Captação de Recursos/Investimentos.

Nesta etapa também são realizadas bancas simuladas visando preparar os jovens empreendedores para as Bancas Oficiais. E ao final desta etapa, os jovens entregam seus Planos de Negócio e são submetidos a bancas oficiais de avaliação.

4.2.6 - Bancas Oficiais

As bancas oficiais contam com a presença de especialistas na área de negócios que visam aferir a consistência do Plano de Negócios, potencial de sucesso, inovação, sustentabilidade, viabilidade técnica e econômica da proposta.

Cada jovem empreendedor possui 20 minutos para realizar sua apresentação, que tem roteiro previamente definido e recebe, ao final, devolutiva por escrito com parecer dos especialistas participantes da banca.

Considerando os resultados do processo, os jovens aprovados elaboram um plano de metas e de desenvolvimento para os próximos quatro meses.

4.2.7 - Feira e Premiação

Os empreendimentos aprovados participam de Feira de Negócios para expor seus empreendimentos e concorrem a uma Premiação, sendo nove os empreendimentos contemplados, cujos prêmios variam conforme suas colocações:

- 1º lugar – R\$ 8.000,00
- 2º lugar – R\$ 6.000,00
- 3º lugar – R\$ 4.000,00
- 5 prêmios de R\$ 2.500,00 (estes últimos destinados exclusivamente a processos de legalização).
- Prêmio Pop – R\$ 2.000,00 (Empreendimento mais votado pelo público na Feira de

Premiação).

O total de investimento financeiro para contribuir na abertura e andamento do negócio dos jovens é de R\$ 32.500,00.

4.2.8 - Fábrica de Negócios

A Fábrica de Negócios representa o último módulo de formação do Programa Iniciativa Jovem. Nesta fase, os projetos já se encontram elaborados e é a fase de transformá-los em empreendimentos efetivamente. Para auxiliá-los neste processo, o Programa oferece mentorias e consultorias, além de fazer um acompanhamento periódico com o grupo. A carga horária total do módulo é de 300 horas distribuídas ao longo de cinco meses de forma a atender as demandas específicas de cada empreendimento. As oficinas nesta fase assumem o formato de consultorias personalizadas em temas que atenderão às necessidades de consolidação dos empreendimentos.

4.2.9 - Selo Shell Iniciativa Jovem de Empreendimento Sustentável

Ao final da Fábrica, que dura cinco meses, o empreendedor poderá submeter seu negócio ao processo de auditoria e respectiva selagem.

Esta é a última atividade da Fábrica de Negócios e nela os jovens devem conseguir demonstrar por meio de evidências objetivas que seus empreendimentos estão operando sustentavelmente. Para essa tarefa, os avaliadores integrantes das bancas de avaliação medem os avanços dos jovens em relação aos planos de metas que eles mesmos estabeleceram no início da etapa e as documentações apresentadas por cada empreendimento.

Os empreendimentos fomentados são ainda avaliados segundo critérios de inovação e sustentabilidade, visando concedê-los a chancela do Programa e visto de entrada para ingresso à RESIJ: o Selo Shell Iniciativa Jovem de Empreendimento Sustentável.

Esta avaliação se dá por meio da realização de auditorias que verificam a documentação jurídica de abertura e funcionamento do negócio, bem como os modelos de gestão e operação. Aqueles que atingem os níveis necessários para comprovar sua sustentabilidade serão certificadas.

O Selo é a identificação que pode ser utilizada pelas empresas da Rede em seus respectivos materiais de divulgação, dando maior credibilidade e aos negócios envolvidos, representando um resultado concreto de suas atividades. Sua função principal é certificar que o jovem e seu empreendimento passou por todas as etapas do programa, tendo sido aprovado em todas elas e desse modo, potencializar sua entrada no mundo dos negócios.

4.3 - Rede de Empreendimentos Sustentáveis Iniciativa Jovem - RESIJ

A Rede de Empreendimento Sustentáveis (RESIJ), criada em 2006, é um espaço colaborativo para jovens que tenham participado do programa, a equipe do programa aqui exerce a função de facilitar as relações, estimulando sinergias, relações institucionais e comerciais entre os empreendimentos e também com o mercado.

Vale frisar que a participação na rede é voluntária, sendo a opção de participar de inteira responsabilidade dos sócios da empresa certificada. As empresas coligadas neste grupo empresarial que tem como maiores desafios: o entendimento de suas necessidades, a organização de seus processos, a orientação de suas metas, a aproximação entre seus empreendedores e a compreensão de seu potencial. A Rede busca transpor estes desafios e conta com o apoio da equipe do Programa Iniciativa Jovem para se estabelecer de forma mais estruturada.

Para fomentar esse dinamismo são realizados encontros periódicos pré-agendados e outros que são marcados conforme a demanda dos empreendedores. Desta forma, cria-se um ciclo virtuoso de geração de valor para as empresas, que tende a crescer exponencialmente a partir da evolução da maturidade das empresas e da entrada frequente de novos empreendimentos.

Por concretizar-se em um polo diversificado de jovens empresários e seus respectivos empreendimentos que se apresenta como um solo fértil para a consolidação e crescimento das operações das partes ali reunidas.

Na tabela abaixo podemos verificar a expressão em números dos participantes da Rede de Empreendimento Sustentável Iniciativa Jovem dentro dos seguimentos e o faturamento.

Tabela 3: Faturamento dos empreendimentos na rede

Ano	Quantidade	Funcionários	Tempo Médio de Funcionamento	Faturamento	Faturamento Médio
2012	9	16	5	R\$ 836.738,96	R\$ 92.971,00
2013	18	152	5	R\$ 5.858.075,50	R\$ 325.448,64
2014	35	178	5	R\$ 7.879.572,80	R\$ 291.836,03

Fonte: CIEDS/Iniciativa Jovem – 2014

Tabela 4: Seguimento por gênero

Por Gênero	2014
Homens	21
Mulheres	14

Fonte: CIEDS/Iniciativa

Jovem – 2014

Tabela 5: Seguimento de mercado

Segmento de Mercado	2014
Comunicação	2
Alimentação	4
Eventos	1
Consultoria	5
Jóias e Moda	3
ONG	3
Produção Cultural	7
Saúde	1
Serviços	5
TI	3
Turismo	1

Fonte: CIEDS/Iniciativa Jovem – 2014

4.4 - Palestras

Ao longo dos doze meses são realizadas palestras de temas que sejam atrativos aos empreendedores participantes do projeto e a outros jovens empreendedores. Para estas palestras são convidados empreendedores de sucesso que compartilham suas estratégias e histórias. Prevemos a realização de doze palestras durante o ano, ressalve-se que cinco destas são realizadas em janeiro, durante a Semana de Verão Iniciativa Jovem.

4.5. Alguns resultados de período

As experiências desenvolvidas no programa nesses últimos 03 anos, possibilitou um grande aprendizado e alcançou resultados promissores. Por exemplo, na etapa de Inscrições no site, mais de 6.300 jovens realizaram sua inscrição, um número bastante expressivo considerando que os canais de comunicação de massa, como televisão, jornais e rádio, não foram utilizados em larga escala. Além disso, o seu banco de dados possui mais de 180 voluntários no programa.

Escolas públicas e particulares, bem como as principais faculdades da região são trabalhadas e envolvidas, e o uso de redes sociais contribui bastante para o desdobramento e visibilidade do programa, Cabe ressaltar que atualmente o Iniciativa Jovem possui 12 importantes parceiros

como: IUPERJ/ Universidade Cândido Mendes, Sebrae RJ, FIRJAN, Junior Achievement, ONG Argilando, Editora FGV, Centros Federais de Educação Tecnológica – CEFET/RJ, A RioJunior - Federação das Empresas Juniores do Estado do Rio de Janeiro, Anjos do Brasil, Inovadores, Instituto IAJ, Fábrica de Cursos, parcerias estabelecidas para contribuir efetivamente no andamento do programa.

Na fase de Oficina de Desenvolvimento Individual, na média anual de 1600 jovens inscritos, 180 jovens/ano são convocados, de acordo com os critérios de seleção, e os indicadores quanto à idade e instrução ficaram acima do esperado, sendo que mais de 80% dos jovens aprovados faziam parte da classe de renda que ganha até 10 salários mínimos.

Nas Oficinas de Projetos passaram pela etapa 340 jovens e com 104 aprovação do plano de negócio junto a Banca Oficial, que segundo os jovens ajudaram muito na compreensão da estrutura de um Plano de Negócios. Observa-se ainda que durante esses três anos 35 empreendimentos foram selados com o Selo Empreendedor Sustentável com um bom nível de diversidade quanto ao tipo de negócio como mostrado nas tabelas 3 e 4 anteriormente.

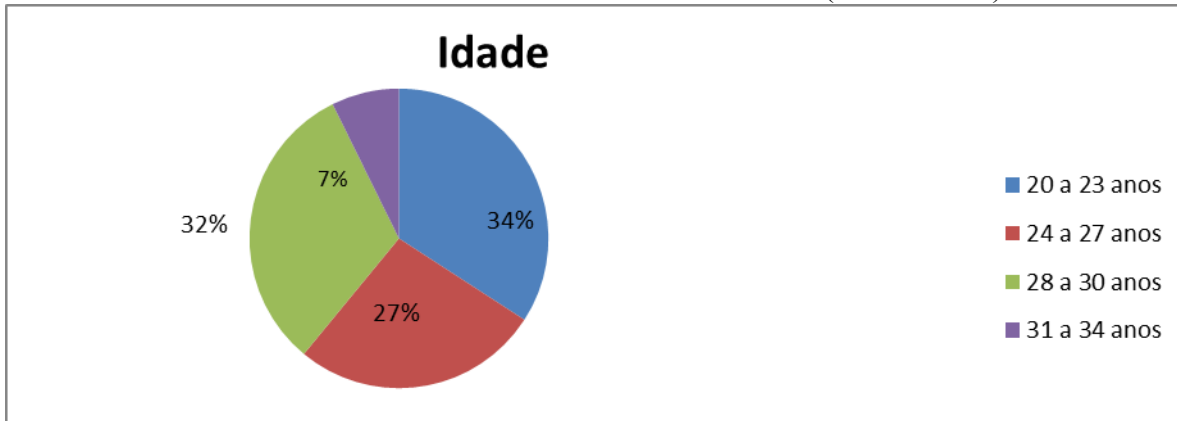
Nas Atividades Complementares, como palestras, orientação de voluntários especialistas em finanças e marketing para Plano de Negócios, também se observa que é um fator tangível para o progresso dos empreendimentos do programa.

4.5.1 - Base de Perfil dos Empreendedores

Num universo de 160 jovens⁴, que se capacitaram na Oficina de Projetos de 2012 e 2013 temos um cenário comparativo por: Idade, Gênero, Cor, Escolaridade, Vínculo Trabalhista, Tempo de empresa e se Possui Empreendimento. Através dessa análise podemos verificar o perfil de empreendedores que ingressam no programa e que passam do desejo para a abertura do seu próprio negócio.

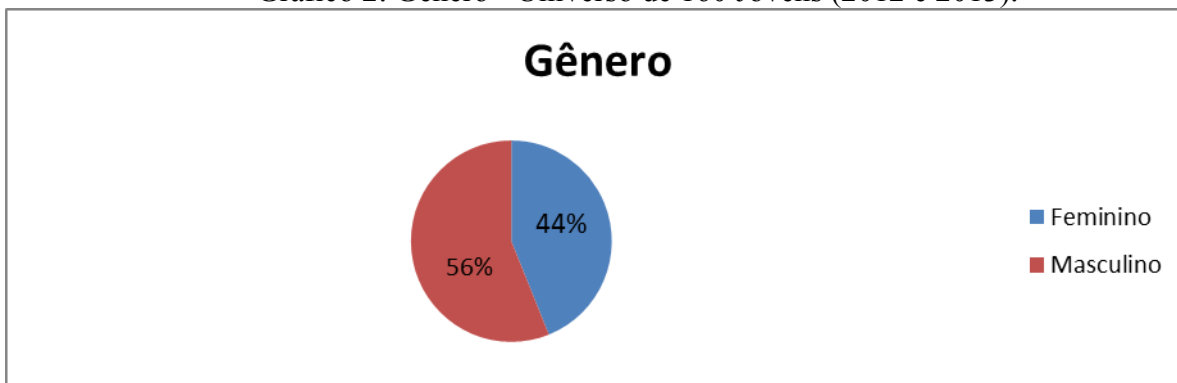
⁴ Não foi possível acessar a base de dados dos participantes referente aos anos de 2010 e 2011 por indisponibilidade da informação. Desse modo, para tal análise foram considerados apenas os dados referentes aos anos de 2012 e 2013.

Gráfico 1: Idade - Universo de 160 Jovens (2012 e 2013)



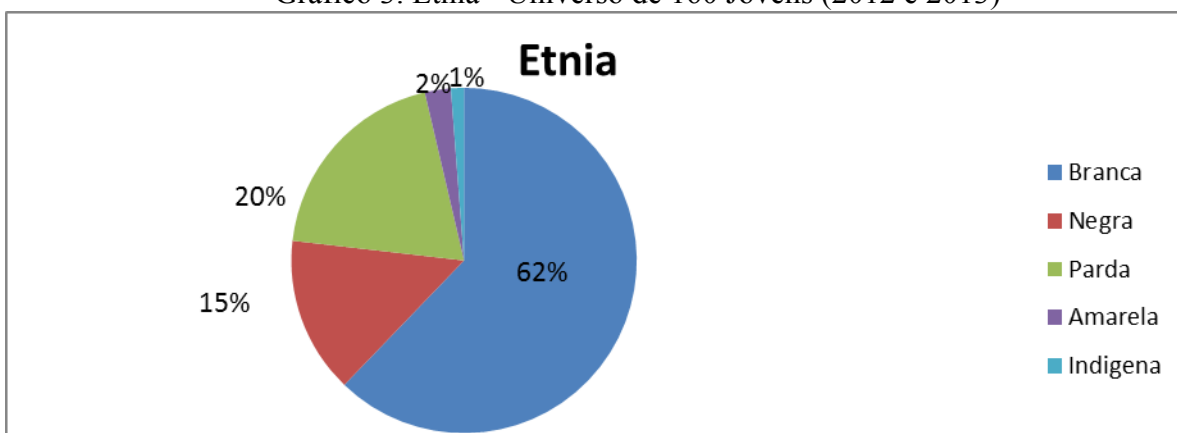
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 2: Gênero - Universo de 160 Jovens (2012 e 2013).



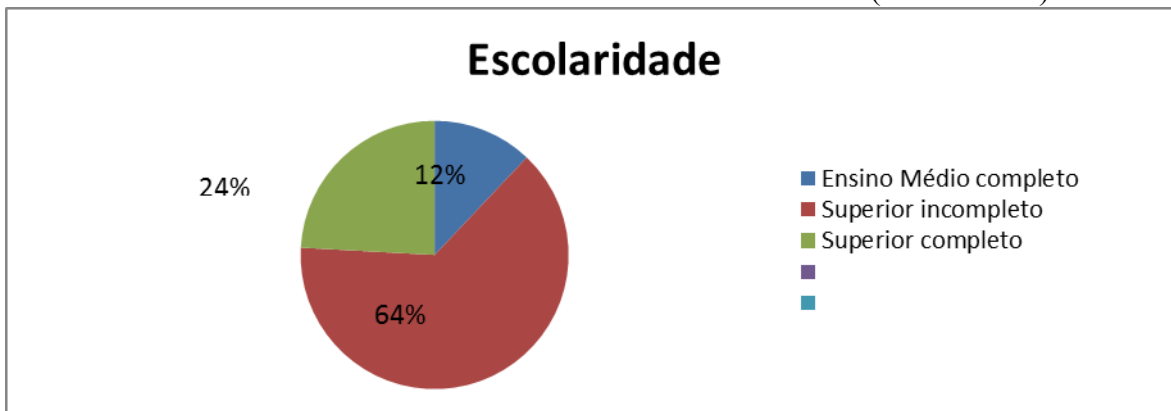
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 3. Etnia - Universo de 160 Jovens (2012 e 2013)



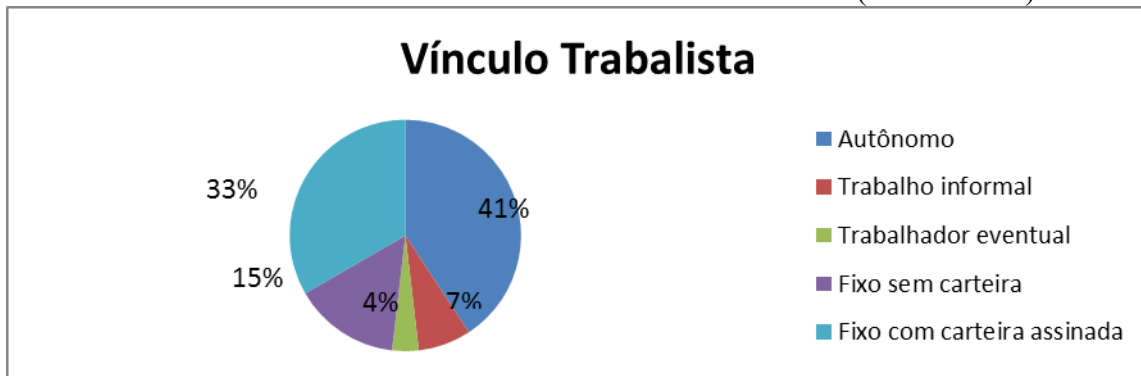
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 4. Escolaridade - Universo de 160 Jovens (2012 e 2013)



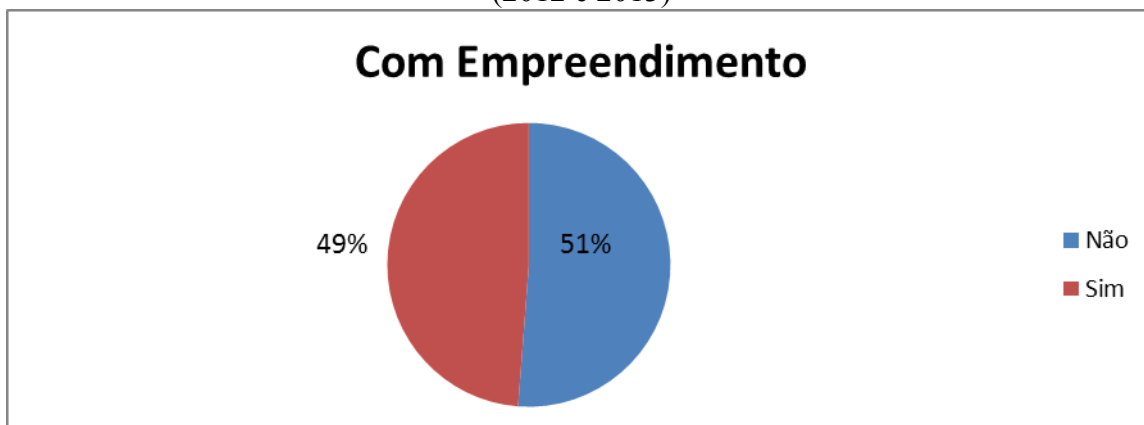
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 5. Vínculo Trabalhista - Universo de 160 Jovens (2012 e 2013)



Fonte: Elaboração própria

Gráfico 6. Empreendimento Aberto o início do programa - Universo de 160 Jovens (2012 e 2013)



Fonte: Elaboração própria

Tabela 6 – Quadro de resultados alcançados

Etapas	2010	2011	2012	2013
--------	------	------	------	------

Nº de jovens inscritos	887	2802	973	1640
Nº de dias abertos para inscrição	44 dias	72 dias	126 dias	127 dias
	3/fev a 20/mar	3/dez a 13/fev	20/out a 23/fev	9/nov a 17/mar
Nº de jovens selecionados	70	66	59	84
Nº de planos de negócios entregues	31 entregues/27 aprovados	31 entregues/25 aprovados	29 entregues/24 aprovados	37 entregues/34 aprovados
% de evasão de jovens	37,14%	30,30%	35,59%	32,14%
Nº de negócios selados	6	8	7	16
Nº de voluntários	40	167	98	180
Nº de horas de formação – Oficina de Projetos/ Prática de Plano de Negócios	128	128	120	120
Nº de palestras e eventos realizadas	-	6	14	12
% médio de satisfação geral do projeto	94%	95,26%	80%	88,81%
Nº de seguidores no facebook	-	198	997	6.806
Média de <i>page views</i> mensal do site do IJ	3.787	4.388	3.950	12.274
Nº de negócios ativos na rede	-	-	20	25

Fonte: CIEDS/Iniciativa Jovem – 2014

5. CONCLUSÃO

A atividade empreendedora é geradora de riquezas na forma de empregos, lucro e tributos, que acabam revertidos para a sociedade, contribuindo para o crescimento e fortalecimento econômico de um país (Mariano e Mayer, 2011).

Desse modo, podemos inferir, que o programa Shell Iniciativa Jovem tem contribuído diretamente para o fortalecimento econômico de nosso país, considerando o número de novos negócios entrantes no mercado a cada ano, a partir do programa.

Destacam-se como principais aspectos positivos encontrados durante a pesquisa: a) os dados relativos ao faturamento médio das organizações da rede; b) o número de empregos gerados; c) os

indicadores de satisfação do projeto; d) o número de interessados no programa, observados através do número de inscritos, seguidores no facebook e page views médios mensais; e) o compromisso expresso no objetivo do programa de formação de líderes comprometidos com um Brasil melhor; f) interação de atores dos diversos setores da economia (governo, empresas privadas e terceiro setor); g) a adaptabilidade da metodologia a realidade local; h) a realização de um investimento continuado e longo prazo por parte da Shell.

Ainda vale destacar que os resultados apresentados na tabela 06 nos permitem inferir que os resultados do programa vêm sendo positivos, entretanto existem oportunidades de melhoria que aqui destacamos, tais quais:

- buscar entender as causas que levam a apenas 40% dos participantes entrantes nas oficinas de projeto, tenham seus planos de negócios aprovados, e estabelecer estratégias de modo a potencializar a efetividade do investimento;
- estabelecimento de estratégias para redução da evasão durante as etapas do projeto;
- estabelecimento de indicadores de impacto do projeto;
- análise do custo-efetividade do investimento;
- manter e ampliar a relação intensa com os centros de pesquisa de modo a favorecer e estimular a inovação contínua;
- estabelecimento de métricas comparativas com experiências do projeto em outros países.

Enfim observa-se que o programa possui uma grande oportunidade para realização de estudos futuros que objetivem realizar análises comparativas entre os resultados alcançados e metodologias utilizadas com outros programas similares no país.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHLEY, P. A.; COUTINHO, R. B. G.; TOMEI, P. A. *Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa*. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 24., 2000, Florianópolis. Anais... Florianópolis: ANPAD, 2000. 1 CD-ROM.

CHÉR, Rogério. *Empreendedorismo na Veia – Um aprendizado constante* – Editora Campus, 2008.

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa. São Paulo, Editora Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro, Editora Campus, 2001.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO – FIESP, Estudos sobre mortalidade precoce de micro e pequenas empresas. Ed. Estado de São Paulo, São Paulo, 2002.

FÉLIX, L. F. F. O ciclo virtuoso do desenvolvimento responsável. Em Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. (Vol. 2, pp. 13-42). São Paulo/Petrópolis: Instituto Ethos. 2003.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Executive Report, 2000.

GIFE - http://site.gife.org.br/ogife_investimento_social_privado.asp 2014

HORAN, Jim. One Page Business Plan: start vision and build a company. Rebeca Shaw Ed., Califórnia, USA, 1998.

IBGE. www.ibge.gov.br, 2014.

IBGE. Pesquisa de Cadastro Central de Empresas, Brasília, 2013.

INICIATIVAJOVEM: <http://www.iniciativajovem.org.Br>. 16.04.2014.

INSTITUTO ETHOS: <http://www.ethos.com.br>, 2013.

MARIANO, Sandra e MAYER, Verônica Feder. Empreendedorismo – Fundamentos e Técnicas para Criatividade. Editora Nacional Gen, 2011.

MARIANO, Fabio Antonio Muller Mariano. A intercessão de tendências de práticas de avaliação de projetos sociais nos três setores da economia. Dez. 2011. 161p. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal Fluminense. Niteroi. Dez.2011

MELO NETO, Francisco Paulo de & FROES, César. Responsabilidade Social & Cidadania Corporativa – A Administração do Terceiro Setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

NETO, Antônio André; ALMEIDA, Alvinio; Souza, Cristóvão Pereira de; Andreassi, Tales. Empreendedorismo e desenvolvimento de novos negócios, Editora FGV.

OSTERWALDER, Alexandre e PIGNEUR, Yves. Business Model Generation, Editora Altas Book, 2011.

RATTNER, Henrique. Sustentabilidade - uma visão humanista. Ambient. soc., Campinas, n. 5, Dec. 1999 . Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-753X1999000200020&lng=en&nrm=iso Acesso em 11 Abril de 2010. doi: 10.1590/S1414-753X1999000200020

SROUR, R. H. Poder, cultura e ética nas organizações. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1998

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. West Sussex, UK: John Wiley & Sons, 2005