

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
FACULDADE DE FILOSOFIA, CIÊNCIAS E LETRAS DE RIBEIRÃO PRETO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

Bianca Oliveira de Macedo

Negócios de Impacto Socioambiental: Vivências de empreendedores na construção  
de projetos de presente e de futuro.

Ribeirão Preto  
2022

BIANCA OLIVEIRA DE MACEDO

**Negócios de Impacto Socioambiental: Vivências de empreendedores na construção de projetos de presente e de futuro.**

Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da USP, como parte das exigências para a obtenção do título de Mestre em Psicologia.

Área de Concentração: Psicologia:  
Processos Culturais e Subjetivação

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Paula Soares da Silva

Ribeirão Preto  
2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Macedo, Bianca

Negócios de Impacto Socioambiental: Vivências de empreendedores na construção de projetos de presente e de futuro.

141 p. : il. ; 30 cm

Dissertação de Mestrado, apresentada à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto/USP. Área de concentração: Psicologia: Processos Culturais e Subjetivação.

Orientador: Silva, Ana Paula Soares da.

1. Negócios de Impacto Socioambiental. 2. Psicologia Ambiental. 3. Desenvolvimento Sustentável. 4. Empreendedorismo Social.

Nome: Bianca, Macedo

Título: Negócios de Impacto Socioambiental: Vivências de empreendedores na construção de projetos de presente e de futuro.

Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da USP, como parte das exigência para a obtenção do título de Mestre em Psicologia.

Aprovada em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. \_\_\_\_\_  
Instituição: \_\_\_\_\_  
Julgamento: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. \_\_\_\_\_  
Instituição: \_\_\_\_\_  
Julgamento: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. \_\_\_\_\_  
Instituição: \_\_\_\_\_  
Julgamento: \_\_\_\_\_

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

## **AGRADECIMENTOS**

Essa pesquisa aconteceu a muitas mãos, queria agradecer um conjunto de pessoas que se fizeram presentes nesta jornada, agradeço:

Aos empreendedores entrevistados, pelo tempo dedicado e por me permitirem conhecer suas histórias inspiradoras.

À minha família, por me dar apoio e incentivo em tudo que faço, principalmente na minha trajetória educacional. Obrigada Cristina, Marcelo e Gabriel por todo o carinho e compreensão durante todo esse período de estudos.

Ao Guilherme, pelo amor, torcida e por acompanhar de perto a reta final deste trabalho.

Ao LAPSAPÉ, pelas trocas, discussões acadêmicas e aprendizados conquistados ao longo de todos esses anos, em especial a Karine, Letícia e Fernanda, que acompanharam minha jornada.

Aos amigos do time Enactus FEA USP RP e da Incubadora de Base Tecnológica Supera Parque, responsáveis por me apresentarem o empreendedorismo social, e o empreendedorismo de base tecnológica, essa pesquisa surge das diferentes reflexões e vivências compartilhadas com vocês.

Ao longo do caminho também tiveram bons amigos que estiveram presentes durante as alegrias e aflições da jornada acadêmica, em especial gostaria de destacar meu muito obrigada a Flávia, Carlyne, Cristiane e Thaísa, por toda partilha, ajuda e troca de conhecimentos.

Agradeço a equipe Que Chance, Sarah, Douglas, Poliana e Thiago, que me ensinam diariamente na prática as dores e delícias de empreender um Negócio de Impacto Socioambiental.

Por fim, meus agradecimentos vão para minha querida orientadora Ana Paula Soares da Silva, que desde 2015 vem acompanhando minha jornada acadêmica e me inspirando. Obrigada pelo apoio, cuidado, confiança e ensinamentos proporcionados até aqui.

## RESUMO

Macedo, B. O. (2022). Negócios de Impacto Socioambiental: Vivências de empreendedores na construção de projetos de presente e de futuro. (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto.

O sistema hegemônico de compra e venda de bens e serviços, na atualidade, produz diversos problemas socioambientais, como pobreza e desmatamento. Diante do desafio de buscar alternativas econômicas, surgem os chamados Negócios de Impacto Socioambiental, geridos por empreendedores movidos pela justiça socioambiental. Esses alinham a geração de valor socioambiental com a geração de renda para construir soluções em forma de negócios mais sustentáveis. Na literatura, os empreendedores são descritos, em geral, por uma concepção restrita, que privilegia traços de personalidade e motivações intrínsecas ao indivíduo. A partir de uma concepção dialética da constituição do sujeito e de seu ambiente, a pesquisa teve como objetivo investigar os elementos das trajetórias de vida e os condicionantes materiais e simbólicos que constituem as jornadas de empreendedoras de Negócios de Impacto Socioambiental. O referencial teórico-metodológico ancora-se na Psicologia Histórico-Cultural em intersecção com a Psicologia Ambiental, em especial, nos conceitos de vivência e esperança projetual. O *corpus* da pesquisa foi construído por uma abordagem qualitativa, com o uso de entrevistas individuais no formato *online* e a confecção da Linha do tempo das Trajetórias de Vida. Esses instrumentos buscaram explorar a relação dos participantes com o passado, presente e futuro, identificando quais eram os acontecimentos importantes da sua história, quais as capacidades de fazer necessárias para manter um Negócio de Impacto Socioambiental e suas capacidades projetivas, como imaginam o futuro dos negócios e da sociedade. Participaram da pesquisa 10 empreendedores de diferentes regiões do Brasil: sendo 5 homens e 5 mulheres. Os resultados apontam 7 condicionantes materiais e simbólicos comuns aos empreendedores antes de começarem a empreender, sendo eles: o pertencimento de classe, racial e territorial; o incentivo ao estudo; as experiências educacionais; as experiências anteriores com o empreendedorismo; as experiências com o voluntariado; valores associados à religiosidade/espiritualidade; e a exposição às problemáticas socioambientais. Em relação às capacidades para manter um Negócio de Impacto Socioambiental, destacam-se capacidades contextuais, capacidades pessoais e capacidades técnicas. No que tange às capacidades projetivas, as significações construídas pelos participantes indicam uma forte vinculação entre a utopia de um mundo melhor com as ações desempenhadas no dia-a-dia. Conclui-se ainda que a criação dos Negócios de Impacto Socioambiental pelos empreendedores se dá em um processo paulatino, repleto de tensões e desafios sociais e econômicos a serem enfrentados pessoal e coletivamente, ancorado em significações próprias do conjunto de acontecimentos da trajetória de vida de cada um deles.

Palavras Chaves: Negócios de Impacto Socioambiental. Psicologia Ambiental. Desenvolvimento Sustentável. Empreendedorismo Social.

## ABSTRACT

Macedo, B.O. (2022). Social and Environmental Impact Businesses: Entrepreneurial Experiences in the construction of present and future projects. (Masters dissertation). Faculty of Philosophy, Sciences and Letters of Ribeirão Preto, University of São Paulo, Ribeirão Preto.

The current hegemonic system of buying and selling goods and services produces several socio-environmental problems, for instance poverty and deforestation. The challenges that prevails in regards to seeking alternatives for the ongoing system has allowed for the entitled Social Environmental and Impact Businesses to appear, managed by entrepreneurs driven by socio-environmental justices. These businesses align the generation of socio-environmental value with the generation of income to build solutions shaped by sustainable businesses. In the literature, entrepreneurs are often described as having a restricted conception that privileges personality traits and intrinsic individual motivations. However, from a dialectical conception of the subjects' constitution and their environment, the research aims to investigate the elements that constitutes the material and symbolic constraints of the entrepreneurs in Social and Environmental Impact Businesses as well as their life journey. The theoretical-methodological framework is anchored in Historical-Cultural Psychology in intersection with Environmental Psychology, especially in the concepts of experience and projectual hope. The research corpus was built using a qualitative approach, using individual interviews in an online format and creating a Timeline for the Life Trajectories. These instruments sought to explore the participants' relationship with the past, present and future, identifying the important events in their story and what skills were needed to maintain a Social and Environmental Impact Business as well as their ability to project ahead as they imagine the future of businesses and society. Ten entrepreneurs from different regions of Brazil participated in the research: 5 men and 5 women. The results point to 7 material and symbolic constraints common to entrepreneurs before starting a business, namely: class, racial and territorial belonging; the incentive to study; educational experiences; previous experiences with entrepreneurship; experiences with volunteering; values associated with religiosity/spirituality; and exposure to socio-environmental issues. Regarding the capabilities to maintain a Social and Environmental Impact Business, contextual capabilities, personal capabilities and technical capabilities stand out. Furthermore, in regards to the ability to project the future, what was constructed by the participants indicate a strong connection between utopic vision of a better world and the actions performed on a daily basis. It has also been concluded that the creation of Social and Environmental Impact Businesses by entrepreneurs is a gradual process, full of social and economic tensions as well as challenges faced both individually and collectively, anchored in meanings specific to the set of events in the life trajectory of each individual.

Keywords: Social and Environmental Impact Businesses. Environmental Psychology. Sustainable development. Social Entrepreneurship.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 - Contato com os participantes.....  | 44 |
| Figura 2 - Exemplo de Linha do Tempo na plataforma <i>Padlet</i> para ser preenchida, compartilhada pela pesquisadora com o participante..... | 55 |
| Figura 3 - Exemplo de Linha do Tempo na plataforma <i>Padlet</i> , preenchida pelo Participante 3.....  | 56 |
| Figura 4 - Esquema de análise das entrevistas organizadas em 3 eixos (passado, presente e futuro).....  | 57 |
| Figura 5 - Passos seguidos durante a análise.....   | 58 |

## LISTA DE TABELAS

|   |    |
|---|----|
| Tabela 1 - Nomeação dos participantes a partir da data de entrevista.....                       | 45 |
| Tabela 2 - Informações sobre os participantes entrevistados.....                                | 45 |
| Tabela 3 - Apresentação dos nomes atribuídos aos negócios dos participantes da<br>pesquisa..... | 46 |
| Tabela 4 - Descrição da caracterização dos negócios dos participantes do<br>estudo.....         | 47 |
| Tabela 5 - Apresentação dos subtemas da Capacidade de fazer: Capacidades<br>Pessoais.....       | 95 |

## SUMÁRIO

|  |            |
|--|------------|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b>   | <b>12</b>  |
| <b>2. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, PSICOLOGIA AMBIENTAL E OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL</b>  | <b>14</b>  |
| 2.1 Projetos de presente e de futuro para o Desenvolvimento Sustentável  | 20         |
| 2.2 Desenvolvimento sustentável: do Empreendedorismo Social aos Negócios de Impacto Socioambiental   | 24         |
| 2.3 Contribuições da Psicologia Ambiental para o debate  | 30         |
| <b>3. EMPREENDEDORES SOCIAIS E A PSICOLOGIA HISTÓRICO-CULTURAL</b>   | <b>34</b>  |
| 3.1 O processo de tornar-se empreendedor   | 35         |
| 3.2 O processo de tornar-se empreendedor à luz da teoria Histórico-Cultural  | 38         |
| <b>4. MÉTODO</b>   | <b>41</b>  |
| 4.1 Delineamento teórico-metodológico  | 41         |
| 4.2 Participantes  | 42         |
| 4.2.1 O contato com os participantes   | 42         |
| 4.2.2 Caracterização dos Participantes   | 45         |
| 4.2.3 Caracterização dos Negócios de Impacto Socioambiental  | 47         |
| 4.3 Procedimentos e Materiais  | 53         |
| 4.4 Análise de Dados   | 56         |
| 4.5 Cuidados Éticos  | 59         |
| <b>5. RESULTADOS</b>   | <b>60</b>  |
| 5.1 Singularidades e eventos dramáticos na jornada empreendedora de cada participante  | 60         |
| 5.2 Particularidades: O comum das jornadas em empreender um negócio de impacto socioambiental  | 77         |
| 5.2.1 Passado: os condicionantes materiais e simbólicos anteriores à fundação de um negócio de impacto socioambiental                      | 77         |
| 5.2.2 Presente: as capacidades de fazer, os condicionantes materiais e os tensionamentos para manter um Negócio de Impacto Socioambiental. | 92         |
| 5.2.3 Futuro: A capacidade projetiva para imaginar novos cenários socioambientais  | 109        |
| <b>6. DISCUSSÃO</b>  | <b>114</b> |
| <b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>   | <b>120</b> |
| <b>REFERÊNCIAS</b>   | <b>122</b> |
| <b>APÊNDICES</b>   | <b>130</b> |
| APÊNDICE A   | 130        |
| APÊNDICE B   | 132        |
| APÊNDICE C   | 135        |
| APÊNDICE D   | 139        |

## 1. INTRODUÇÃO

Sabemos que atualmente o planeta vivencia inúmeros problemas sociais e ambientais (pobreza, desemprego, mudanças climáticas, etc), os quais nos fazem questionar a forma com que nos relacionamos com ele. Todo esse contexto e essas relações constituem-se em uma crise humana-ambiental que se dá a partir da relação do homem com o meio em que vive.

Diante desse cenário, é necessário uma análise crítica da realidade para criar alternativas que repensem o nosso modo insustentável de estar no mundo. Essas alternativas ocorrem, por exemplo, por meio das pessoas que se unem para desenvolver diversas soluções, que vão desde romper com um sistema existente via ações disruptivas (morar em comunidades alternativas, por exemplo), até adotar ações incrementais como fazer parte de movimentos, rever padrões de consumo, pressionar governos, entre outras formas (coletivos de educação ambiental, agroecologia, veganismo, por exemplo).

Mesmo que se questione qual o poder e qual a força de transformação social que essas pessoas e coletivos que estão espalhados pelo planeta possuem, é inegável que assumem um importante papel no tensionamento dos modos de vida atuais e na criação de repertórios para a utopia da transformação da sociedade. Elas se constituem em grupos que se implicam e se responsabilizam por buscar alternativas eficientes ao sistema vigente social, político e econômico.

Esse estudo, busca investigar as vivências dessas tais pessoas, com enfoque naquelas que estão construindo projetos de transformação, a partir de modelos de negócios alternativos. Essa delimitação se deu por considerar que não é possível pensar em sustentabilidade sem considerar sua vertente econômica.

O sistema econômico hegemônico é apontado por várias correntes teóricas, por movimentos sociais e ambientais como o responsável pela degradação da natureza e pela produção da desigualdade social. Assim, partindo de uma perspectiva de que é necessário uma transição para um novo modelo econômico, e que uma das formas dessa transição se daria pela construção incremental e paulatina de uma forte cultura de transformação nos modos de produzir, vender,

consumir e fazer negócios, torna-se estratégico e necessário investigar as iniciativas de proposições nessa direção.

Dentre as várias alternativas que se apresentam nesse sentido, os Negócios de Impacto Socioambiental propõem um novo modelo de realizar negócios pautado na preocupação em gerar impacto positivo para as pessoas e o meio ambiente. Eles possuem como objetivo fim a resolução de um problema socioambiental. Com isso, pode-se buscar compreender como os sujeitos promotores desses negócios sonham e buscam criar novas possibilidades de relacionamento com o planeta e com as pessoas.

Olhar para esses sujeitos com a perspectiva de investigar suas vivências e as significações que atribuem para as suas trajetórias de vida e os desafios enfrentados em empreender, assim como para os suportes necessários, tende a ser um caminho para propiciar reflexões e auxiliar distintos atores a pensar na formação de empreendedores, fomentando o surgimento de iniciativas de produção econômica que buscam transformar nossa sociedade.

Nesse contexto, o estudo busca responder algumas das seguintes inquietações: Quem são as pessoas que estão produzindo um novo modelo de fazer negócios? O que as faz empreender um negócio de impacto socioambiental?

Assim, o objetivo do estudo foi: Identificar elementos da trajetória de vida significados por empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental como condicionantes materiais e simbólicos na constituição de suas jornadas empreendedoras.

Os objetivos específicos foram:

1. Descrever momentos nas trajetórias de vida e condicionantes materiais e simbólicos que os sujeitos identificam como determinantes para abertura e a manutenção dos seus negócios e para torná-los empreendedores;
2. Descrever, a partir da vivência dos sujeitos, os sentidos sobre as capacidades de fazer e projetar necessárias para desenvolver e manter seus negócios de impacto socioambiental.

## **2. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, PSICOLOGIA AMBIENTAL E OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL**

Atualmente, o planeta enfrenta diversos desafios. Milhões de pessoas estão em situação de pobreza, sem acesso a saneamento básico, educação, emprego e qualidade de vida. Esses indivíduos estão inseridos em um sistema que se constitui a partir de enormes desigualdades entre países e pessoas, nas oportunidades, na distribuição das riquezas e no poder. A população mundial depara-se com desastres naturais mais frequentes, conflitos armados, violência e crises humanitárias; esses, juntamente com o esgotamento dos recursos naturais e a degradação da natureza, ameaçam reverter o que se teve de conquistas na história da nossa sociedade, em termos de condições de qualidade de vida (AGENDA 2030). Assim, a mudança climática, a degradação dos solos, a escassez da água doce, o aumento do nível do mar e a perda da biodiversidade estão entre os desafios que a humanidade enfrenta, o que coloca em risco a sobrevivência da espécie humana, das sociedades e também dos sistemas biológicos da Terra.

Esse contexto de degradação ecológica pode ser denominado como uma profunda crise mundial, nomeada por Capra (1982) de crise humana-ambiental. Ela é de ordem complexa e multidimensional e afeta diversas instâncias da vida humana como a saúde individual e coletiva, o bem estar, a economia, as relações sociais, a política, a qualidade do meio ambiente e a tecnologia, modificando as dimensões intelectuais e morais da sociedade atual.

Diante desse cenário, que se constitui em um desafio global, surgem discussões relacionadas à saúde e à economia das nossas sociedades, impactadas também na atualidade pela ocorrência da pandemia COVID-19. Nunca estiveram tão em destaque discussões relacionadas à insustentabilidade do modelo econômico que vivemos e à necessidade de se adotar novas estratégias de negócios para lidar com a crise econômica e as consequências sociais que essa ocasiona, como por exemplo, o desemprego e a falência de pequenas empresas.

A crítica ao modelo de relação pessoa-ambiente hegemônico, desde a década de 1970, mobiliza organismos internacionais na construção de iniciativas e acordos em nível mundial como a Conferência de Estocolmo sobre Ambiente

Humano (Os limites do Crescimento, 1972), a criação da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Relatório Brundtland-Nosso Futuro Comum, 1987), a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente e Desenvolvimento (Cimeira da Terra, 1992), a 3ª Conferência das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas (Protocolo de Quioto, 1997), a Conferência Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável (Rio + 10, 2002). Essas mobilizações discutem medidas e alternativas para a preservação do planeta e para a garantia da qualidade de vida da população em geral, sinalizando que os modos do ser humano se relacionar com o planeta (ambientalmente, socialmente e economicamente) não se sustentam a médio e longo prazos.

No Relatório Brundtland-Nosso Futuro (1987), marco nesse debate, surge uma proposta para a crise humana-ambiental, que se constitui a partir de ações fundamentadas no conceito denominado como desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento sustentável é definido como aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer as necessidades e capacidades das gerações futuras (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1987). Esse conceito se baseia em duas premissas: deve-se considerar as necessidades, principalmente das populações mais empobrecidas, as quais devem receber máxima atenção pela condição de serem mais afetadas pelos problemas socioambientais; deve-se considerar as limitações que os estágios da tecnologia e da organização social impõem ao meio ambiente, atentando-se a garantir que essas limitações não impeçam as necessidades presentes e futuras da população global. Dessa forma, o desenvolvimento sustentável propõe uma transformação progressiva da economia e da sociedade, que considera a possibilidade de mudanças quanto ao acesso aos recursos e à distribuição de custos e benefícios, preocupando-se com a equidade social intra e entre gerações (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1987; Agenda 2030).

O conceito de desenvolvimento sustentável consiste em um processo de transformação em que a exploração dos recursos, a direção dos investimentos e o desenvolvimento tecnológico se organizam considerando as necessidades e o potencial dos humanos do presente e do futuro. Para isso é preciso considerar que desenvolvimento é mais que crescimento econômico, exigindo mudar o enfoque do esforço desenvolvimentista para o enfoque que também considera o desenvolvimento social e cultural, englobando as variáveis não econômicas:

educação, saúde, água, ar puro, proteção da natureza e o direito de todos satisfazerem as necessidades básicas de sobrevivência (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1987).

Para a implantação do desenvolvimento sustentável, surgem a lógica e os objetivos daquilo que veio a ser conhecido como “Agenda 21” e, posteriormente, “Agenda 2030”. Essas foram criadas em nível global a partir de Conferências Internacionais e constam de: base de ação, objetivos, atividades e meios de implantação para garantir que sejam cumpridos nos níveis nacional, regional e local os objetivos da sustentabilidade. A ideia é que cidadãos, juntamente com outros atores (governos, empresas, organizações), contribuam localmente para soluções de problemáticas ambientais globais. Na Agenda 2030 (2015), foram criados 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 169 metas. Eles são resultado do legado de metas construídas anteriormente na Agenda 21 e buscam concretizar os direitos humanos, sendo dessa maneira integrados e indivisíveis, e equilibram as três dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, a social e a ambiental.

Entre os 17 objetivos de desenvolvimento sustentável alguns são: acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares; acabar com a fome; alcançar a segurança alimentar, a melhoria da nutrição e o desenvolvimento da agricultura sustentável; promover o crescimento econômico inclusivo, emprego pleno e trabalho decente para todos; assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis; tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos, proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e a perda de biodiversidade.

Passaram-se mais de 30 anos desde a primeira vez que o conceito de desenvolvimento sustentável foi incorporado nas discussões sobre a preservação do meio ambiente e da sociedade humana. Desde lá, muitas tentativas de intervenção foram implantadas, entre elas as supracitadas acima, porém, a crise humana-ambiental continua em nível e ritmo avançados. Atualmente, o debate sobre a utilização do conceito de desenvolvimento sustentável como solução ganhou maior notoriedade, uma vez que esse se tornou uma promessa para sair dessa crise humana-ambiental que foi intensificada no ano de 2020 com a pandemia.

Para Lélé (1991), o termo desenvolvimento sustentável apresenta uma contradição nas suas premissas básicas como: Se a essência do desenvolvimento sustentável é eliminar a pobreza para, posteriormente, conservar e elevar os recursos de forma permanente, como a sociedade atual e a futura conseguirão garantir que a pobreza será eliminada com abundância de recursos garantindo a sustentabilidade, sendo que a mesma não foi eliminada no passado quando existia muito mais abundância de recursos do que agora? Essa pergunta questiona fundamentalmente não só a produção da riqueza, mas a sua distribuição e acesso. Essa é uma discussão levantada na década de 1990, que se torna mais atual ainda, no momento que se vivencia uma crise histórica, na qual os recursos econômicos dos países e da sociedade estão ainda mais reduzidos.

Dessa forma, é necessário reconhecer os avanços e as fraquezas do conceito de desenvolvimento sustentável proposto no Relatório de Brundtland (1987) a fim de consolidar o que esse trouxe de resultados bem sucedidos e corrigir as intervenções mal sucedidas. Entre as críticas cruciais ao conceito, está o reconhecimento de que estamos inseridos em um sistema capitalista globalizado, que tem uma economia mundial que gira em torno de um processo destrutivo dos recursos naturais do planeta e no qual o ser humano estabelece uma relação com os ambientes naturais marcada pela degradação e pela crença na infinitude dos bens naturais. Diante desse cenário, como modificar essa relação de séculos já estabelecida? (Pinheiro & Pinheiro, 2017).

Autores da área também alertam que é necessário rejeitar a ideia de que o crescimento econômico é o único meio de remoção da pobreza, promoção da saúde e da garantia da sustentabilidade ecológica. Neste sentido, é importante, ampliar a discussão sobre a distribuição de recursos e sobre a temática ambiental; considerar que existem causas estruturais, tecnológicas e culturais para a pobreza que não envolvem necessariamente renda; aceitar que a sustentabilidade tem múltiplas dimensões, sendo um conceito multidimensional e que o caminho para alcançá-la implica em soluções complexas e criativas que perpassam ligações intersetoriais interdependentes, de múltiplas áreas do conhecimento como economia, saúde, ecologia, sociologia, psicologia e educação (Lélé, 1991; Rattner, 1998; Moser, 2005).

Considerando que essas soluções para o desenvolvimento sustentável envolvem a necessidade da contribuição de diferentes áreas do conhecimento, a

Psicologia deve fazer parte desse esforço. Além de contribuir promovendo estudos que investiguem a saúde do ser humano e sua relação com o planeta, a área também tem a oportunidade de desenvolver cientificamente conhecimentos sobre a forma de agir das pessoas frente aos problemas ambientais e econômicos, e auxiliar nos caminhos da nossa sociedade em um de seus aspectos mais fundamentais: garantir a qualidade de vida dos humanos e das suas próximas gerações (Pinheiro, 1997).

Segundo Pol (1993), Pinheiro (1997) e Wiesenfeld (2005), a Psicologia recebe muitas perguntas sobre a crise humana-ambiental, principalmente de outras áreas de conhecimento, mas ainda não consegue respondê-las de modo conclusivo e aplicável para promover intervenções socioambientais específicas a fim de auxiliar no desenvolvimento sustentável. Dessa forma, essa pesquisa se insere nessa discussão desde a Psicologia, juntamente com outras áreas do conhecimento, especificamente a Economia, a fim de promover avanços na busca por soluções para um mundo pós pandemia, propondo uma investigação do comportamento humano e sua relação com o meio do qual está inserido.

Um possível consenso na discussão do desenvolvimento sustentável está em considerar que a busca dos objetivos tradicionais do desenvolvimento pautada no crescimento econômico não garantiu, até o presente momento, a sustentabilidade ecológica do planeta. Para diferentes autores, são necessárias alternativas e uma análise crítica da realidade presente para que, no futuro, seja possível uma sociedade mais sustentável que consiga sair da crise já discutida anteriormente denominada humana-ambiental (Lélé, 1991; Pinheiro & Pinheiro, 2017).

Paradoxalmente, a insustentabilidade do nosso modo de vida revela e provoca a capacidade humana de modificar os sistemas naturais. Segundo Capra (1982), desafios estão sempre ocasionando o desenvolvimento de novas respostas criativas das minorias. Essas se constituem em uma poderosa força de transformação social e são responsáveis por criar uma cultura nascente que, progressivamente, transforma aspectos da sociedade na qual estão inseridas. Essas minorias se constituem em grupos de pessoas que se implicam e se responsabilizam pela busca por alternativas eficientes ao sistema vigente.

Considerando a complexidade em se ter uma sociedade sustentável, a qual envolve garantir a preservação do meio ambiente, a equidade social e o desenvolvimento econômico, é necessário o compartilhamento de alternativas por

diferentes atores sociais e áreas do conhecimento, bem como que esses atores integrem seus diversos pontos de vista e fontes de informação. Dessa forma, no processo de busca de soluções para complexas questões ambientais é preciso ação coordenada do que se denomina de teia do desenvolvimento sustentável, que considera a sociedade (famílias, estudantes, pesquisadores, trabalhadores, consumidores diretos e indiretos, comunidade), governo (municipal, estadual e federal), organizações (organizações não governamentais, instituições de ensino, imprensa, empresas públicas e privadas) e o meio ambiente. Nessas teias, estão envolvidos os coletivos, que atuam para resolução dos problemas sociais e ambientais a fim de criar uma sociedade mais justa com os outros humanos e com o planeta (D'Angelo, 2013).

As ações coordenadas constituídas a partir da mobilização desses múltiplos atores podem dar origem a projetos coletivos alternativos de planeta. A pesquisa propõe que esses projetos alternativos sejam considerados a partir do conceito proposto por Maldonado (1972) de esperança projetual que, segundo o autor, diz respeito sobre o ato humano de projetar, que carrega a utopia de um futuro.

Para Maldonado (1972), a modernidade é uma das épocas mais projetuais da história, na qual não existe um único projeto de futuro, mas sim inúmeros projetos de diferentes organizações, instituições e comunidades, que podem alcançar a emancipação por meio da construção intencional do presente e futuro, pautada em diferentes áreas de conhecimento e indivíduos.

Silva (2016), recuperando Maldonado (1972), discorre que a capacidade de projetar liga o homem na história, fazendo com que os indivíduos consigam integrar a esperança e a utopia em seus compromissos estabelecidos com o mundo, conseguindo, com a esperança projetual, alocar criatividade para melhorar as suas condições de vida bem como as dos outros seres. Segundo Silva (2016), o conceito de esperança projetual constitui-se como elemento chave para quaisquer projetos de intervenção que tenham como o foco o ambiente humano, uma vez que a teoria geral da práxis projetual considera que o ser humano é aquele que cumpre a função de agente provocador dentro de um sistema ecológico.

Dessa forma, o conceito de esperança projetual busca articular três processos: o ato de projetar o mundo; os entendimentos sobre a capacidade de fazer; e a capacidade projetiva. Esses são considerados interdependentes e o conceito proposto por Maldonado (1972) possibilita a união dos mesmos, uma vez,

que, para o autor, o fazer sem projeto pode ser visto como um jogo enquanto que o projeto sem fazer seria visto como uma utopia. O autor ainda afirma que a esperança sem projeto e sem ação é uma forma de alienação, e por isso acredita que não tem como existir projeto sem esperança e a esperança sem projeto (Maldonado, 1972).

Maldonado (1990) ainda coloca a esperança projetual como um conceito que realiza a crítica da situação ambiental do planeta e defende que modelos de pensamentos lineares (das ciências sociais, naturais e econômicas), que tentam controlar um sistema tão complexo como o planeta, podem tornar a habitabilidade humana insustentável. Assim, diante do que ele denomina de crises das cidades, lembra-nos que essas se constituem tanto como espaço para construção de propostas conservadoras como transformadoras das relações dos ambientes humanos; as transformadoras partem de um sistema de valores que podem indicar linhas de tendências alternativas para o futuro, alternativas que são tão necessárias no presente momento, no qual os indivíduos precisam se adaptar e adotar mudanças radicais na forma de viver e se relacionar com o mundo.

É diante desse cenário que essa pesquisa se constitui. Partindo do desenvolvimento sustentável e da esperança projetual como conceitos que ajudam a pensar sobre a transformação da crise humana-ambiental, o estudo investiga, a partir da Psicologia, negócios que se propõem a construir novas alternativas econômicas para lidar com problemas sociais e ambientais.

## **2.1 Projetos de presente e de futuro para o Desenvolvimento Sustentável**

Segundo Lawrence (2004, p. 285), “o termo economia deriva das antigas palavras gregas oikos e nomos que significa a administração da casa ou do habitat”. Assim, a economia tem raízes linguísticas fortes com a ecologia e com a sustentabilidade, mas essa associação foi e continua sendo ignorada por grande parte da população. Atualmente, a economia está ligada à produção, consumo, distribuição e regulação dos bens e serviços produzidos pelo homem. Entretanto, o que a sociedade desconsidera é que as economias humanas envolvem questões ambientais e que os comportamentos humanos definem os limites ecológicos,

econômicos bem como circunscrevem o sustento das populações residentes no nosso planeta.

A economia é tão antiga quanto as civilizações humanas. Conforme as sociedades se constituem, a economia se modifica também, passando por mudanças significativas no curso da história. Isso ocorre porque a economia é definida por múltiplos fatores: disponibilidade de terra, matéria prima, trabalho humano e animal, apoio mecânico, educação, habilidades da força de trabalho dos sujeitos, processos de produção e também por questões culturais, sociais e psicológicas. Esses fatores juntos dão condição para a sociedade valorar e utilizar os recursos de maneiras específicas (Lawrence, 2004).

A inclusão da questão da sustentabilidade é ainda recente nos modelos convencionais de economia. Aspectos como a utilização dos recursos naturais (especialmente água, solo e ar) e a produção, o tratamento e o depósito de dejetos, por exemplo, foram desprezados pelas teorias e aplicações econômicas por um longo período na história (Lawrence, 2004). Além disso, existe uma visão econômica clássica tradicional mais conservadora que considera que tudo é mensurável e comparável por meio de um valor monetário sustentando, um paradigma da gestão dos negócios no qual, “a responsabilidade social de uma empresa é gerar emprego para a sociedade e lucro para os acionistas” (Friedman, 1984, citado por D’Angelo 2013).

Entretanto diante de uma economia linear, surgem novas correntes econômicas que discordam das premissas básicas dessa escola de pensamento e incluem a questão social e do meio ambiente em seus modelos a fim de dar conta do desafio do desenvolvimento sustentável, e da crise humano-ambiental, compreendendo que o homem não tem o direito de explorar a natureza sem qualquer preocupação real em manter a integridade do planeta que vive e das suas relações com outros humanos (EMF, 2013 e Shrivastava, 1995).

Exemplo disso é o surgimento dos conceitos de *Responsabilidade Social Corporativa* e de *Sustentabilidade Corporativa* (Bansal & Hee-Chan, 2017).

O primeiro surge nos anos 1950, questionando os limites do capitalismo e propondo a necessidade de olhar para as responsabilidades morais das empresas; o conceito se desenvolve em um cenário histórico de constatação de que os valores de mercado estavam definindo os valores e estruturas sociais, ou seja “os mercados não estavam servindo a sociedade, mas a sociedade servindo os mercados”

(Bansal & Hee-Chan, 2017, p. 105). Diante disso, a *Responsabilidade Social Corporativa* inicia-se como uma prática e um conceito acadêmico que buscava se debruçar a compensar os danos ocasionados pelo mercado na sociedade, principalmente na vertente social. Assim, seu quadro teórico e prático se concentrava na perspectiva de que as empresas eram um ator social entre várias partes interessadas como os seus funcionários, governo, fornecedores, clientes, comunidade e por isso era de sua responsabilidade dedicar-se à gestão das partes interessadas e à do bem estar social, indo além de apenas obedecer às leis, como por exemplo cumprir a legislação de direitos trabalhistas (Bansal & Hee-Chan, 2017).

Já o conceito de *Sustentabilidade Corporativa* surge posteriormente, na década de 1980, pela mobilização de atores da sociedade civil e de governos, os quais passam a questionar o desenvolvimento econômico em prol dos limites dos recursos naturais e reivindicar um desenvolvimento sustentável. Os pesquisadores de sustentabilidade e sociedade civil argumentavam que as empresas não eram apenas um ator social, mas também estavam inseridas dentro de um sistema ecológico maior. Assim, a questão norteadora da *Sustentabilidade Corporativa* era: “Quantas organizações poderiam existir na ausência de produção de oxigênio, suprimento de água doce ou solo fértil?” (Bansal & Hee-Chan, 2017, p.111). Essa questão reivindicou atenção a temáticas como o excesso do consumo e produção das empresas e o quanto esses eram prejudiciais para o meio ambiente.

Posteriormente, os conceitos de Responsabilidade Social Corporativa e Sustentabilidade Corporativa se aproximam, ou seja, ambos passam a inserir em suas discussões as questões sociais e ambientais e, mais que isso, desafiam a ideia de que o único objetivo das empresas é maximizar lucros, considerando que as empresas devem atender as necessidades da sociedade e se considerarem parte de um sistema ecológico maior.

Para Porter e Kramer (2011), a Responsabilidade Social e Sustentabilidade Corporativa não são suficientes. Esses acreditam que o sistema capitalista está em apuros e as empresas cada vez mais têm sido enxergadas pela sociedade como uma das principais responsáveis pelos problemas sociais, ambientais e econômico. Além disso, “essas são vistas constantemente como prósperas às custas da comunidade em geral” (Porter e Kramer, p.04). Porter e Kramer (2011) apresentam uma nova forma de fazer negócios, propondo que as empresas criem valor

econômico e também gerem valor para a sociedade, resolvendo necessidades e desafios enfrentados por essa, o que denominaram de geração de valor compartilhado. Valor compartilhado não é responsabilidade social, filantropia e ou sustentabilidade, mas sim a ideia de as empresas devem colocar a geração de valor social e ambiental para a comunidade como algo central à sua existência e não como algo periférico ou secundário.

Outras perspectivas distintas, como por exemplo a proposta por Shrivastava (1995), valorizam a cultura e a capacidade das comunidades para a construção de um mundo com mais justiça social, igualdade e oportunidades, acreditando também que os modelos de negócios devem se comprometer em resolver problemas sociais e ambientais, de forma direta ou indireta. Assim, privilegiam as relações locais, colaborativas, democráticas e se colocam a serviço de mais oportunidades para todos, da redução das desigualdades, do bem-estar humano e do planeta. Essas partem da noção de que o capitalismo se tornou insustentável em sua forma atual e precisa de uma mudança radical, que coloque o impacto como algo central nas relações humanas e econômicas.

Independentemente da perspectiva, fica evidente que um ideal de novas relações econômicas se prova necessário, uma vez que o paradigma da gestão de negócios tradicional, que busca a riqueza dos acionistas por meio da mercantilização das relações sociais, da competição nas relações de produção e de consumo e da apropriação da natureza, afeta todos os atores do nosso planeta que são envolvidos diretamente ou não com os negócios: os compradores/consumidores, os fornecedores (diretos/indiretos), os trabalhadores, o ambiente (local/regional/global), os governos (federal/estadual/municipal) (Shrivastava 1995).

Assim, negócios que priorizam as pessoas e o meio ambiente, ao utilizarem estratégias de produção, comercialização, finanças e consumo alternativas à lógica econômica predominante, tornam-se um modelo. Essas iniciativas, apesar de ainda periféricas ao sistema econômico hegemônico, são fundamentais pois, juntas, têm influenciado o debate global, defendendo a ideia de que, para mudar o mundo e sair da crise enfrentada atualmente, não basta retomar a economia, é preciso progressivamente transformá-la.

Algumas das diversas iniciativas que fazem parte desse novo paradigma são: a Economia Circular, a Economia Solidária, o Movimento Sistema B e o

Empreendedorismo Social, também conhecido como Negócios de Impacto Socioambiental, sendo esse o objeto deste estudo que, junto com outras alternativas, trabalha para construir essa nova economia.

## **2.2 Desenvolvimento sustentável: do Empreendedorismo Social aos Negócios de Impacto Socioambiental**

Não se sabe ao certo quando o termo empreendedorismo social foi criado ou usado pela primeira vez. Segundo Sassmannshausen e Volkmann (2016), a primeira vez que o conceito apareceu em uma publicação acadêmica foi nos anos 1950, pelo estudioso Willian N. Parker que relatava uma forma distinta de empreender na Alemanha. Para ele, o empreendedorismo social distinguia-se do empreendedorismo econômico, já que o primeiro contribuía para o aumento da mobilidade social entre os membros da classe trabalhadora, diferente do segundo que focava apenas na geração de riqueza econômica. Por mais que essa definição distancia-se do que usualmente chamamos de empreendedorismo social, segundo Sassmannshausen e Volkmann (2016), acadêmicos consideram o artigo de Parker como um ponto de partida da pesquisa sobre empreendedorismo social. Sua pesquisa permaneceu quase três décadas adormecida, até ter sido retomada por outras duas publicações, no ano de 1985, por Sassmannshausen e Volkmann (2016). Desde então, continuamente, manteve-se em desenvolvimento, até que, no final da década de 1990 e começo dos anos 2000, começou a se tornar uma mega tendência no campo de pesquisa de empreendedorismo, período em que foram publicados trabalhos acadêmicos importantes como por exemplo “The meaning of social entrepreneurship” (Dees, 1998).

Por mais que já tenha se passado 20 anos do “boom” do conceito empreendedorismo social, a academia e o mercado ainda carecem de uma terminologia e de uma definição consensual para o termo, atribuindo diferentes nomenclaturas para denominar situações semelhantes, como empreendimentos sociais, negócios sociais (social business), empresas sociais (social enterprise), negócios inclusivos (inclusive business), negócios com impacto socioambiental e por fim, Negócios de Impacto Socioambiental (Chaves & Mezzari, 2016; Comini, 2016; Comini & Barki e Aguiar, 2012; Comini & Barki e Aguiar, 2013).

Para fins conceituais, esse estudo utilizará a nomenclatura Negócios de Impacto Socioambiental. A escolha deste se deu, primeiramente, pela pesquisadora entender que o termo vem sendo adotado mais frequentemente pelo público brasileiro: empreendedores, empresas, mídia, investidores, incubadoras e aceleradoras. Também por considerar relevante a aproximação da academia à comunidade externa, adotando uma nomenclatura que represente o público que a utiliza, fortalecendo assim essa nova forma de fazer negócios e o seu ecossistema.

É importante ressaltar que a existência de várias nomenclaturas e definições pode ser explicada pela: a) variedade de realidades em que estes empreendimentos se formam, dados os contextos econômicos, sociais e políticos de cada região; b) dificuldade de conciliar dois temas vistos como não conciliáveis: geração de valor social e geração de valor econômico; c) formas diferentes de avaliar o caráter social e a inovação das iniciativas que se nomeiam como negócios de impacto socioambiental. Todos esses motivos acabam dificultando o consenso e uma definição única de conceito.

Independentemente das diferentes nomeações e definições, essas representam iniciativas que geralmente são constituídas de forma híbrida e que têm como objetivo central a resolução de problemas sociais e ou ambientais, promovendo também sustentabilidade financeira e eficiência, a partir de uma lógica de mercado (Barki & Comini e Rodrigues, 2020; Comini et al, 2012).

Segundo Comini, Barki e Aguiar (2013) e Comini (2016), ao explorar as diferentes definições de Negócios de Impacto Socioambiental na literatura internacional, verifica-se a existência de um *continuum* na tipologia dos Negócios de Impacto Socioambiental; ou seja, é possível constatar que algumas definições consideram o funcionamento dos negócios de impacto socioambiental mais próximo da lógica de mercado e outras entendem a necessidade deste ter maior predominância da lógica social/ambiental. Entre essas diferentes definições que estão neste *continuum*, predominam três perspectivas: a) a Europeia, que costuma definir os negócios de impacto socioambiental como Empresas sociais; b) a norte-americana que os denominam de *social venture*; e c) a de países emergentes, sendo que os da América Latina os denominam de negócios inclusivos e os asiáticos de negócios sociais.

Na perspectiva europeia, os Negócios de Impacto Socioambiental são vistos como uma possibilidade de inclusão para populações desfavorecidas e

marginalizadas do mercado de trabalho. O termo, também denominado como empresas sociais, é atualmente reconhecido como forma legal na maior parte dos países europeus. As empresas sociais surgem para oferecer serviços do setor público, a custos mais baixos, gerando também emprego e renda para pessoas desempregadas e ou marginalizadas. Para Comini, Barki e Aguiar (2013), essas podem se agrupar em três categorias: a) empresas que promovem a inclusão social e de emprego; b) empresas que têm como finalidade produzir bens e serviços com finalidade social ou movidas por interesses coletivos; c) empresas que buscam desenvolver seu território socialmente ou economicamente incentivando a participação coletiva da sociedade e do governo nas atividades de gestão.

Assim, na perspectiva européia, para serem denominados Negócios de Impacto Socioambiental, os negócios devem ter objetivos sociais e ou ambientais explícitos como a criação de empregos, formação ou prestação de serviços locais; seus lucros devem ser reinvestidos totalmente, com a intenção de sempre atingir os objetivos sociais e devem também possuir uma governança baseada na participação e no coletivismo. Essa perspectiva se aproxima e se assemelha aos princípios de outra corrente: a economia popular solidária, presente na América Latina; assim como essa, valoriza os objetivos sociais e a propriedade coletiva dos bens de produção, mas, diferencia-se também já que não envolve apenas empreendimentos cooperativistas e autogestionários, princípio norteador da economia solidária (Comini & Barki e Aguiar, 2013).

A perspectiva Norte-Americana costuma denominar os Negócios de Impacto Socioambiental como *social-venture*. Para essa visão, qualquer ação empreendedora que tenha lógica de mercado e realize uma ação comercial gerando impacto social pode ser enquadrada como Negócio de Impacto Socioambiental. Assim, empresas que tenham objetivo social semelhante às da visão européia são consideradas como *venture social*; mas, unidades de negócio com objetivo social inseridas em uma empresa tradicional também podem ser assim denominadas e até mesmo organizações sem fins lucrativos que atuam com a lógica de mercado para vender seus bens e serviços (Comini, 2016). Para Comini, Barki e Aguiar (2012), nessa perspectiva, é comum aceitar que os Negócios de Impacto Socioambiental sejam representados por grandes corporações que almejam desenvolver negócios que tenham lucro e impacto simultaneamente.

Já a perspectiva dos países emergentes engloba a vertente da América Latina, a qual utiliza mais predominantemente o termo Negócios Inclusivos, referindo-se a iniciativas de pequenas e médias organizações que buscam gerar transformação social por meio da iniciativa de mercado. E a vertente asiática, que se nomeia como Negócios Sociais, tem como referencial Muhammad Yunus, prêmio Nobel da Paz e criador do microcrédito. Nessa perspectiva, existem duas maneiras de fazer negócios sociais, sendo: a) empresas que buscam resolver problemas sociais em vez de maximizar seus lucros, assim essas para serem consideradas um negócio social, não apenas precisam gerar impacto social positivo de forma intencional como também reinvestir todo o seu lucro no próprio negócio; b) organizações que visam a maximização de lucro, mas que são geridas pela população pobre ou marginalizada, assim a maximização do lucro colabora diretamente para a distribuição da riqueza, contribuindo para a redução da pobreza (Comini, 2016; Comini, Barki & Aguiar, 2013).

No Brasil, os Negócios de Impacto Socioambiental surgem em um momento posterior ao estabelecimento do Estado de Direito instituído pela Constituição Federal de 1988, no qual as organizações sociais se fortalecem como atores na resolução dos problemas sociais e as empresas passam a incorporar em seus discursos o conceito de Responsabilidade Social Corporativa. Assim, é no período dos anos 1990 que o empreendedorismo social desponta no país, como uma possibilidade de conectividade entre as empresas e organizações sociais (Fischer, 2002).

Diante das distintas possibilidades e organizações dos Negócios de Impacto Socioambiental, destaca-se a existência de elementos comuns em todas as vertentes, sendo esses a aproximação dos negócios tradicionais em aspectos como produtos, serviços, clientes, mercados, custos e receitas. A diferenciação está no fato de que os Negócios de Impacto Socioambiental devem gerar impacto socioambiental, servir à sociedade e melhorar as condições de vida de populações e do meio em que vivem. Diferenciam-se também de organizações não governamentais por buscar a auto sustentação de suas operações por meio da venda de produtos e serviços ao invés de doações ou outras formas de captação de recursos (Yunus et al., 2010). Dessa forma, são definidos como empreendimentos que, intencionalmente, almejam resolver um problema socioambiental por meio da sua atividade principal (através do seu produto, serviço e/ou forma de operação),

atuam pela lógica de mercado e se comprometem a medir o impacto que geram (Pipe Social, 2019).

Quatro critérios norteadores podem definir os requisitos mínimos para um empreendimento ser considerado um Negócio de Impacto Socioambiental: a) intencionalidade expressa no propósito e ou missão do empreendimento que demonstra que o mesmo objetiva resolver um problema social e ou/ambiental; b) atividade principal do negócio trazer uma solução real para resolver um problema socioambiental e essa ser a razão do empreendimento existir; c) o negócio operar pela lógica de mercado gerando recursos financeiros por meio da venda dos seus produtos/ serviços, dessa forma esse não pode depender de doações para se manter, e pode ou não realizar distribuição de seus dividendos; d) que o empreendimento tenha o compromisso de monitorar o impacto socioambiental que gera na sociedade, tendo clara a transformação que quer promover e o estabelecimento de indicadores para acompanhar o impacto causado (Pipe Social, 2019).

As áreas de impacto dos Negócios de Impacto Socioambiental são pautadas geralmente nos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (Agenda 2030). No Brasil, esses têm como foco resolver problemas nas seguintes áreas: saúde (abrange desde negócios com soluções específicas para problemas de gestão da saúde como também resolução de doenças endêmicas que afetam a população); finanças sociais; cidades (agrupa negócios com soluções para mobilidade urbana, habitação, monitoramento de dados, segurança pública, uso de áreas públicas e demais desafios urbanos); educação; cidadania e tecnologias verdes (reúne todos os tipos de negócios que têm impacto ambiental – energia, água, poluição, reciclagem, resíduos), projetos com impacto em agricultura, biotecnologia, análises de atmosfera, soluções para preservação de fauna e flora. Estes ganharam atenção nos períodos mais restritivos da pandemia, sendo vistos como modelos de negócios referências para enfrentar a crise. Ao mesmo tempo, as iniciativas dos Negócios de Impacto Socioambiental se articularam para adotar estratégias para lidar com a crise econômica estabelecida na economia atualmente, demonstrando um modelo de trabalho focado na colaboração e compartilhamento.

Diante desse cenário, e a partir da Psicologia, surgem alguns questionamentos: O que leva indivíduos a fundarem negócios desse novo paradigma ao invés de criarem um negócio tradicional que segue uma visão

econômica linear? Qual a relação que os fundadores de negócios de impacto estabelecem com o meio em que vivem? Como atuam? Como fazem para sobreviver os seus negócios?

Existe uma corrente de autores que conclui que as características do perfil dos empreendedores assumem um papel crítico no surgimento e crescimento de novos modelos de negócios, sendo um importante ator para transformações no sistema econômico (Ding Au & Chiang, 2015; Estapé-Dubreuil et al 2012; Harrison et al 1997). Outros estudos, segundo Mueller, Volery e Von Siemens (2012) e Dorado (2006), consideram que os valores, competências e habilidades, rede de relacionamentos e reputação dos empreendedores influenciam o processo decisório, por exemplo de investidores que, ao investirem, consideram o perfil dos empreendedores mais até que os aspectos concretos do negócio. Assim, Matos e Fischer (2018) ressaltam o papel central dos empreendedores para o desenvolvimento dos Negócios de Impacto Socioambiental e para modificar os modelos econômicos vigentes.

Entretanto, revisões sistemáticas de literatura (Dionísio, 2019; Hota, Subramanian & Narayanamurthy, 2019; Okano, 2019; Sassmannshausen & Volkmann, 2016) demonstram que existe uma parcela quase que inexpressiva de estudos que focam nos empreendedores que estão construindo esse novo paradigma. Oliveira (2004), em uma revisão bibliográfica sobre o perfil dos empreendedores sociais, demonstra que as pessoas que se dedicam a negócios de impacto são pessoas motivadas, criativas e apresentam forte missão social e ambiental. Entretanto, nos estudos levantados, não foram apresentados resultados que explorassem os modos de pensar, sentir e agir dos empreendedores de maneira integrada, evidenciando a necessidade de pesquisas que os compreendam de maneira integral.

A complexidade da problemática ambiental, social e política e os debates acerca da sustentabilidade e dos novos modos de organização da economia na produção de alternativas de renda e consumo para populações mais pobres tornam necessário o reconhecimento de que esses não são temas referentes apenas à política ambiental, às ciências sociais e à administração, uma vez que estão permeados intrinsecamente por questões psicossociais. Assim, essas temáticas referem-se também ao campo da Psicologia; afinal quem constitui os projetos coletivos de mudança econômica, como por exemplo, os Negócios de Impacto

Socioambiental, são indivíduos que se relacionam com outras pessoas e com o planeta. Essas relações constituem-se em importantes objetos de estudos que, posteriormente, podem gerar intervenções a fim de modificar a relação sujeito-ambiente, tornando-a mais positiva para o desenvolvimento sustentável, mitigação da crise e a manutenção de todas as formas de vida no planeta (Kruse, 2004). Esse trabalho parte dessa perspectiva e para isso utiliza como um dos seus referenciais conceitos da Psicologia Ambiental.

### **2.3 Contribuições da Psicologia Ambiental para o debate**

A Psicologia Ambiental estuda a relação pessoa-ambiente no contexto natural e objetiva também aplicar os conhecimentos obtidos para melhorar a qualidade ambiental e, conseqüentemente, a qualidade de vida dos humanos, que são seres da natureza. Para isso, ela enfatiza a dimensão social da relação humano ambiental e estabelece vínculos com outras disciplinas interessadas nessa temática, o que a torna um campo interdisciplinar (Wiesenfeld, 2005). Dessa maneira, segundo Pinheiro (1997; 2003) e Sommer (2000), a Psicologia Ambiental constitui-se como sub-disciplina da Psicologia, mas também como campo multidisciplinar de atuação profissional, por ter como interesse uma dinâmica complexa entre pessoa e ambiente, o que envolve forças internas e externas à Psicologia.

Moser (2005) ressalta que só a colaboração entre disciplinas comprometidas com questões pessoas-ambiente garante uma solução eficiente às questões ambientais. O autor ainda demonstra que, tradicionalmente, a identificação dos problemas humano-ambientais originam-se, muitas vezes, de várias pesquisas de disciplinas não implicadas totalmente em estudos pessoa-ambiente, como economia e biologia. Já a Psicologia Ambiental pode contribuir para essas pesquisas, uma vez que seu objeto de estudo é justamente considerar essa relação homem-planeta e ainda realizar a interface entre as áreas de conhecimento, colaborando para garantir respostas e soluções adequadas aos desafios deste novo século (Moser 2005; Pinheiro 2003; Wiesenfeld, 2005).

Para isso, a Psicologia Ambiental constitui-se como uma área que discute a complexidade da sustentabilidade; antes de tudo, é uma psicologia do espaço, uma vez que analisa as percepções, as atitudes e os comportamentos dos indivíduos em

relação ao contexto físico e social do qual os mesmos estão inseridos (Moser, 2004). Essa não dirige seu foco para o indivíduo singular, mas para as relações pessoas-ambiente e para como os indivíduos são afetados por ou experienciam diferentemente ambientes e círculos sociais. Para alcançar esse objetivo, a lente da Psicologia Ambiental possibilita a consideração de duas escalas diferentes: a local e a global, sendo que elas se articulam e são interdependentes; as mesmas constituem-se em subcategorias, operando em níveis globais, nacionais, regionais e domésticos e a Psicologia Ambiental considera que não se pode atacar problemas ambientais sem vê-los em seu contexto cultural, econômico e social (Uzzel, 2004).

Para Moser (2004), os níveis de relações pessoa-ambiente que podem ser considerados são: o nível micro-ambiente, no qual ocorrem as relações no espaço privado (casa, lugares privados); o nível interindividual com a comunidade próxima (espaços compartilhados, espaços semi-públicos, bairros, lugar de trabalho, parques); o nível indivíduos/comunidade, no qual se tem um aglomerado de pessoas (espaços coletivos, cidades, campo, paisagens); e, por fim, o nível social, em que se considera o ambiente global em sua totalidade englobando o ambiente construído e o ambiente natural. Esses níveis se conectam em uma dimensão temporal, na qual o sistema de interações e transações de um nível para outro entre indivíduos e ambiente integra as experiências dos sujeitos bem como seus projetos, suas representações e suas ações. Dessa maneira, a capacidade das pessoas em projetar um futuro para si e para os outros adquire toda a importância para as análises da condição dos humanos de adotarem comportamentos ecológicos.

Assim, a Psicologia Ambiental adota tópicos globais a partir do reconhecimento que os problemas ambientais como a poluição do ar, as enchentes, a desertificação, etc ocorrem não porque são tragédias naturais, mas porque são frequentemente desastres da relação transacional pessoa-ambiente e que existe uma dimensão humana e psicológica dos mesmos (abordagem local) (Kruse, 2004). Stern, Young e Druckman (1992), citados por Kruse (2004), evidenciam que os humanos adotam um triplo papel, são vítimas, agentes causadores e agentes de transformação, fazendo com que o objeto de estudo da Psicologia Ambiental redirecione o movimento do local, para o global e novamente para o local. Isto é, a Psicologia Ambiental estuda e reconhece que os indivíduos e grupos geralmente são responsáveis pelos processos de degradação do meio ambiente em nível local, porém, os resultados da degradação ocorrem em nível global e os efeitos globais

retornam para suas origens locais afetando novamente os agentes causais ou os co-agentes em nível local.

Além disso, o terceiro papel adotado pelos humanos, de serem agentes de transformação ambiental, atuando como mediadores preventivos ou de transformação, tem que ser definido localmente. O lema “pense globalmente, aja localmente”, bastante conhecido no ambientalismo, é um desafio, uma vez que os indivíduos e grupos são sempre locais, em um determinado tempo e lugar e, muitas vezes, não conseguem ver como suas atitudes repercutem no planeta em longo prazo. Porém, já é um consenso que é essencial mudar os padrões de consumo e produção para atingir o desenvolvimento sustentável e que, para isso, é necessária uma abordagem local e, dessa maneira, garantir os vários objetivos locais e regionais da sustentabilidade, como já descrito anteriormente ao se falar sobre a Agenda 21 e Agenda 2030 (Kruse, 2004).

De acordo com Uzzel (2004), os problemas ambientais são também problemas entre membros de um sistema social; eles não são apenas causados e resolvidos por indivíduos isolados. As pessoas dependem da cooperação das outras para realizar projetos transformadores e, quando indivíduos acreditam que outros estão engajados a resolver problemas ambientais, adotam melhores iniciativas para se engajar também. Dessa maneira, processos sociais coletivos são importantes para compreender as atitudes ambientais e a mudança comportamental e precisam ser estudados; por exemplo, quais são os resultados do processo social coletivo de fundar e manter um Negócio de Impacto Socioambiental ou até mesmo em ser um consumidor dos produtos e serviços deste?

Diante do exposto, a Psicologia Ambiental tem como um dos seus objetos de estudo “reconstruir as mentes e os comportamentos de indivíduos que se encontram numa interface de dois contextos” (Kruse, 2004, p 140). Sendo que esses dois contextos são o contexto social do grupo em que os indivíduos estão inseridos e o contexto causal do qual eles são causadores e ao mesmo tempo são afetados pelas mudanças ambientais. Assim, adota-se um movimento quase circular da Psicologia Ambiental de interesses locais para globais e para locais novamente, criando um novo ciclo e, conseqüentemente, novos projetos de presente e futuro.

Além disso, é um consenso entre diversos autores (Wiesenfeld, 2005; Moraes, 1997; Rivlin, 2002; Pinheiro 2003; Saegert & Winkel, 1990) que as investigações em Psicologia Ambiental necessariamente possuem uma carga de

valores e de posturas políticas presentes em todas as fases de um projeto, uma vez que esse campo considera que a distribuição social e econômica do espaço condiciona as oportunidades de acesso ao ambiente.

É diante dessa perspectiva da Psicologia Ambiental que esse trabalho tem como interesse a relação pessoa-meio e as vivências de pessoas que criam alternativas ao sistema econômico, podendo trazer à luz elementos da construção de uma cultura nascente que surge através de projetos intencionais de presente e de futuro para tornar a habitabilidade humana mais sustentável para as gerações presentes e futuras. Compreender a partir da Psicologia como esses indivíduos se relacionam com o meio e com as outras pessoas e como impactam o ambiente de maneira local e global contribui para outras áreas do conhecimento bem como para a própria Psicologia pensar intervenções relacionadas à melhoria do lugar em que vivemos e ações de transição para um modelo econômico que consiga promover um desenvolvimento sustentável real.

### 3. EMPREENDEDORES SOCIAIS E A PSICOLOGIA HISTÓRICO-CULTURAL

Como já relatado anteriormente, dentro dos estudos de Negócios de Impacto Socioambiental, autores demonstram que os empreendedores assumem um papel crítico no surgimento e crescimento desse novo modelo de empreender, sendo figuras importantes para transformações no sistema econômico vigente (Bernardino & Santos; Ribeiro, 2018; Dess, 1998; Mueller Volery & Von Siemens, 2012). Esses são denominados empreendedores sociais ou nesse trabalho também serão denominados de empreendedores de impacto e se propõem a desenvolver soluções inovadoras para resolver problemas sociais e ambientais de forma permanente e não filantrópica. Segundo Dees (1998), os fundadores de Negócios de Impacto Socioambiental são corajosos agentes de mudança para a sociedade e adotam uma missão para criarem valor social além do valor privado e para isso desenvolvem incansavelmente um conjunto de inovações sociais, estando abertos a manter um processo contínuo de adaptação e aprendizado em seus empreendimentos.

Dionísio (2019) e Hota, Subramanian e Narayanamurthy (2019) destacam o quanto os empreendedores sociais, por muitos anos, foram descritos pelos estudiosos por meio de uma visão estereotipada tradicional, a qual propagava a ideia de que eram heróis e líderes visionários, impulsionados pela busca de justiça social e pelas suas nobres intenções de criar valor social.

A partir dessa visão estereotipada, destaca-se a necessidade de reconhecer que, embora os empreendedores sociais compartilhem semelhanças entre si, como por exemplo a busca pela resolução de problemas sociais e ou ambientais, existem grandes diferenças entre eles que são pouco exploradas na literatura, seja na forma como reconhecem uma oportunidade social, como adquirem seus recursos, implementam suas soluções, como também nos aspectos relacionados com suas motivações para empreender, a personalidade e os antecedentes sociais, ambientais, culturais e históricos que perpassam suas vidas bem como o desenvolvimento dos seus empreendimentos (Zahra et al, 2009). Assim, para Zahra et al (2009) e Van Ryzin et al (2009), explorar esses antecedentes e a personalidade dos indivíduos possibilitaria reconhecer uma diversidade de empreendedores sociais ainda obscura, enriquecendo a teoria dos Negócios de Impacto Socioambiental.

Nessa direção, diversos autores passam a reconhecer a influência de fatores pessoais e variáveis contextuais e espaciais para a constituição de empreendedores sociais. Esse movimento ocorre devido a literatura recente destacar que os empreendedores sociais são resultado de um processo histórico e socialmente contextualizado que integra aspectos pessoais e externos como habilidades, vivências e demografia (Scheiber, 2016; Hart & Levie, 2011; Bernardinho & Santos e Ribeiro, 2018).

Entretanto, mesmo reconhecendo a importância de investigar esses distintos aspectos, pesquisadores continuam desconsiderando a diversidade dos sujeitos que empreendem em Negócios de Impacto Socioambiental, atribuindo-lhes motivações, experiências de vida e habilidades semelhantes, independentemente do contexto demográfico, social e espacial em que se encontram. Poucos são os estudos que se propõem a realizar um retrato do perfil de um empreendedor social levando em conta um recorte de variáveis demográficas específicas. Um deles, realizado nos Estados Unidos, demonstrou que moradores de cidades grandes e mulheres, especialmente as negras, são mais propensos/as a serem empreendedores/as sociais (Van an Ryzin et al, 2009). Além disso, Hart e Levie (2011) concluíram que, em geral, as comunidades mais carentes economicamente, isto é, as periferias urbanas, costumam ter níveis mais elevados de atividade empreendedora social. Ambos os estudos se encerram indicando a necessidade de pesquisas futuras que se proponham investigar as experiências de vida dos empreendedores sociais, comparando-os com os demais empreendedores, a fim de verificar se existem semelhanças ou diferenças em seus processos de se tornar fundadores de Negócios de Impacto Socioambiental.

### **3.1 O processo de tornar-se empreendedor**

Em geral, ao definirem o conceito de empreendedor de impacto, os estudos concentram-se na natureza individual dos empreendedores, enfatizando os seus atributos intrínsecos como “talento”, energia, confiança, pragmatismo, criatividade e seus traços de personalidade (Oliveira, 2004; Dees, 1998; Cohen, 2019). Para Jeong-Shinhee et al (2020), muitos pesquisadores investigam principalmente a questão ontológica: "Quem é um empreendedor social?", focando nos aspectos

motivacionais e ou supostamente intrínsecos aos indivíduos; além disso, esses tendem também a isolar os empreendedores sociais do comportamento de busca por lucros e descrevê-los como agentes puramente bem intencionados.

Nessa direção, segundo Dionísio (2019), em uma revisão bibliométrica, as pesquisas que buscam compreender os empreendedores sociais podem ser divididas em quatro subáreas de interesses: traços de personalidade dos empreendedores sociais; motivações essenciais desses para iniciar uma empresa social; capacidade para gerir seu negócio; e como lidam com as oportunidades. Stephan e Drencheva (2017), também em uma revisão sistemática sobre a personalidade de empreendedores sociais, ressaltam que os artigos analisados focam nas motivações, traços, identidades e habilidades e baseiam-se em três abordagens, que consistem em descrever a personalidade, comparar empreendedores sociais com outro grupo de profissionais (geralmente empreendedores convencionais) e relacionar aspectos de personalidade a resultados como escolhas estratégicas ou desempenho dos negócios de impacto socioambiental.

Ressalta-se que, em ambas as revisões, tanto em Dionísio (2019) quanto em Stephan e Dencheva (2017), é enfatizada a necessidade do surgimento de pesquisas futuras que considerem perspectivas mais dinâmicas e contextualizadas na formação da personalidade de empreendedores sociais, bem como também indicam que sejam incluídas em novas investigações uma atenção à heterogeneidade entre os tipos de empreendedores sociais.

Mesmo diante dessas recomendações, ainda é grande o destaque para as pesquisas que são fundamentadas na perspectiva de que empreendedores possuem características fixas, com específicos e intrínsecos traços de personalidade. Essas, em sua maioria, propõem-se a comparar traços pessoais entre empreendedores sociais e outros profissionais, geralmente empreendedores convencionais (Cohen, 2019; Lukes & Stephan, 2012). Entretanto, Lukes e Stephan (2012), Smith et al (2014) e Bacq, Hartog e Hoogendoorn (2016) demonstraram em suas pesquisas que não existem diferenças significativas entre os traços de desenvolvimento geral e os traços de desenvolvimento empreendedor de empreendedores sociais comparados com os de empreendedores convencionais. Ambos aparentam apresentar níveis semelhantes de visão geral e empresarial, autoeficácia, assunção de riscos, *locus* interno de controle, medo do fracasso,

iniciativa pessoal e vontade de assumir responsabilidades, o que acaba por indicar que investigar a constituição e as particularidades dos empreendedores sociais partindo de uma visão estática, essencialista e pouco relacional de personalidade não é suficiente.

Assim, outros estudos enfatizam que a constituição da identidade do empreendedor social se dá em aspectos motivacionais. Esses descrevem e comparam a motivação dos empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental com a dos empreendedores convencionais e destacam que, enquanto os primeiros demonstram uma motivação ideológica atrelada à capacidade de gerar valor social, ajudar aos outros, resolver uma necessidade social, mudar comportamentos, sistemas e a sociedade, os segundos têm como principal motivação alcançar autonomia, independência, *status*, autorrealização, estilo de vida desejado e a capacidade de gerar valores monetários; essa última motivação aparece em diferentes estudos como predominante e foi denominada de motivação econômica (Cohen & Katz, 2016; Yitshaki & Kropp, 2016; Zahra et al, 2009; Hota et al, 2019).

Na tentativa de ampliar o conhecimento a respeito dos empreendedores sociais, para além dos aspectos motivacionais, uma série de estudos mais recentes vêm tentando atrelar esses fatores pessoais (motivações internas e traços de personalidade) a variáveis contextuais, reconhecendo que o empreendedorismo social é um processo social e não um conjunto de habilidades possuídas por um único sujeito. Esses buscam investigar os indivíduos que constroem Negócios de Impacto Socioambiental, considerando-os parte de um processo sociocultural (Cohen & Katz, 2016; Scheiber, 2016; Yitshaki & Kropp, 2016; Bernardinho & Santos e Ribeiro, 2018, Jeong-Shinhee et al, 2020).

Seguindo essa abordagem, Yitshaki e Kropp (2016) exploraram a constituição de empreendedores sociais concentrando-se nas suas histórias de vida e verificaram, em um estudo empírico, que a maioria dos entrevistados relacionaram suas principais motivações para abertura de seus empreendimentos sociais a eventos vivenciados em suas histórias pessoais.

Na mesma linha, Scheiber (2016) realizou um estudo exploratório, com 27 empreendedores sociais líderes de organizações sociais brasileiras, no qual buscava compreender, a partir de suas histórias de vida, como obtinham habilidades, conhecimentos e motivação necessárias para assumir o papel de

fundadores de seus empreendimentos. Os resultados encontrados demonstraram o quanto as experiências constituídas ao longo da vida desses indivíduos contribuíram para sua formação como empreendedor social, ressaltando uma convergência de experiências semelhantes entre os sujeitos, incluindo: experiência direta com desigualdade, interação com populações-alvo, trabalho voluntário, instituições religiosas, ativismo social, educação formal, experiência profissional, leitura e interações interculturais. Essa convergência também se observou em outro estudo, que investigou, a partir de uma abordagem narrativa, o significado das experiências na vida profissional dos empreendedores sociais através das suas histórias pessoais (Jeong-Shinhee et al, 2020).

Embora essas tentativas relatadas anteriormente tenham adotado uma perspectiva mais sociocultural, levantando *insights* úteis como por exemplo a importância das histórias e experiências de vida para a formação da identidade dos empreendedores sociais, essas ainda não atrelaram as trajetórias empreendedoras dos participantes das suas pesquisas ao contexto social e espacial dos quais estavam inseridos, tampouco se propuseram a fazer um recorte identitário, diferenciando os empreendedores entrevistados a partir do seu gênero, classe social e de seus contextos sociais, históricos e espaciais. Consequentemente, continua existindo uma lacuna na literatura, já que os estudos não se propõem verificar se existem diferenças na constituição da identidade de empreendedores sociais a depender das suas variáveis sociais, culturais e pessoais.

Alinhado aos esforços de trabalhos que buscam compreender o movimento de constituição dos empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental, esse estudo, como já relatado anteriormente, lança luz e foco na investigação das vivências de empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental. A falta de um arcabouço teórico para explicar o processo de como se tornar um empreendedor de impacto nos levou a adotar uma abordagem indutiva e empírica respaldada na teoria psicológica histórico-cultural Vygotskyana.

### **3.2 O processo de tornar-se empreendedor à luz da teoria Histórico-Cultural**

A teoria histórico-cultural de base vygotskyana pressupõe que os indivíduos se constituem a partir dos seus aspectos internos e externos e da sua relação com a

sociedade na qual estão inseridos. Partindo dessa perspectiva para compreender quem são os empreendedores sociais, esses devem ser olhados como uma unidade corpo e mente, ser biológico e ser social, membro da espécie humana e participante de um processo histórico.

Ao investigar a constituição da identidade de um indivíduo, é preciso atentar-se ao seu processo de desenvolvimento, antes de focar apenas em seu produto (suas capacidades, por exemplo), já que as capacidades também se constituem a partir das experiências (com os outros). Para tal é necessário ir à gênese da questão, procurando reconstruir a história de sua origem e de seu desenvolvimento, bem como o meio em que está inserido, para assim compreender o que faz vir a ser o que é (Vygotsky, 2007; Zanella et al, 2007).

Importante destacar que, na perspectiva histórico-cultural, o meio não é estudado em si mesmo, mas a partir da perspectiva do seu papel e do significado de sua influência no desenvolvimento dos sujeitos. Dessa forma, o contexto social e ambiental não é colocado como determinante para a constituição da identidade de alguém, mas é um elemento importante, uma vez que o desenvolvimento de um indivíduo se dá na relação das suas características internas com o mundo externo e na forma como significa essa relação (Zanella et al, 2007; Newman & Holzman, 2002).

A partir dessa perspectiva, para compreender como se constituem os empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental e o que os levam a seguir um caminho e não outro, a pesquisa recorre ao conceito vygotskyano de vivência. A vivência, para Vygotsky (2010), é a unidade para o estudo da personalidade e do meio. É a totalidade dos elementos pessoais e ambientais articulados entre si; essa é responsável por determinar qual será a influência de uma situação ou de um meio sobre um indivíduo e na compreensão/ação desse mesmo indivíduo sobre essa situação/meio. Ela é o modo como os sujeitos refratam suas experiências sociais vividas. Ela está sempre relacionada a algo que está fora da pessoa e, por outro lado, efetiva-se na maneira como a pessoa vivencia internamente aquilo que está fora dela (Toassa & Souza, 2010; Fuga & Liberali, 2018).

Ou seja, para compreender o que faz um empreendedor se constituir como tal, é importante investigar como esse se relaciona e significa o meio no qual está inserido e como esse relacionamento o provoca a se constituir e também a repensar esse meio em que vive e a si.

Ressalta-se que o meio transforma o indivíduo, mas não de forma determinista; ele age como uma influência relativa e não absoluta sobre os sujeitos. Dessa forma, o processo individual de “tornar-se algo ou alguém” é permeado pela forma como os indivíduos interpretam o que vivem no ambiente social (Vygotsky, 2010). Entende-se assim que as vivências implicam as formas cognitivas, emocionais, motivacionais e volitivas pelas quais os empreendedores enquadram e interpretam suas próprias experiências que, interpretadas, possibilitam que esses continuem a vivenciar novas experiências, em uma relação constante co-construída pela relação pessoa-meio (Fuga & Liberali, 2018).

Para reconhecer as vivências de um sujeito, propõe-se identificar um conjunto de eventos vivenciados por ele de forma dramática. Os eventos dramáticos são emoções, memórias, processos cognitivos, experiências e episódios que, interligados com o contexto sociocultural e histórico, direcionam o curso de desenvolvimento dos indivíduos. Os eventos dramáticos, no jogo entre razão e emoção, podem ocorrer de forma coletiva ou individual; isto é, podem ocorrer, a partir da interação com o meio social no qual o sujeito vivencia algum evento e atribui um sentido para esse, ou também podem ocorrer por meio de memórias e reflexões, em um processo individual, sem depender imediatamente do meio externo (Vygotsky, 2010).

Assim as vivências se dão nesse conjunto de eventos dramáticos que, ao serem materializados, evocam novas configurações de vida e identidade, definindo a relação de um indivíduo com uma dada situação. Considerando os empreendedores de impacto, ao identificar suas vivências a partir de eventos dramáticos, consegue-se compreender como sua relação entre aspectos pessoais e meio os constituem empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental, bem como as particularidades que medeiam a constituição de suas singularidades.

## 4. MÉTODO

### 4.1 Delineamento teórico-metodológico

A partir dos objetivos pretendidos, a pesquisa caracteriza-se como um estudo qualitativo, descritivo e exploratório. Seu referencial teórico-metodológico é pautado na Psicologia Ambiental, em intersecção com a perspectiva histórico-cultural vygotskyana, e se alinha ao conjunto de pesquisas que buscam apreender o complexo e multifacetado fenômeno de como os sujeitos empreendedores se constituem e constroem seus negócios no paradigma proposto pelos Negócios de Impacto Socioambiental.

A perspectiva histórico-cultural de base vygotskyana parte do materialismo histórico dialético, dessa forma, requer-se um maior compromisso com o processo do que com o seu produto, ou seja busca-se ir à gênese da questão investigada, considerando assim o método ao mesmo tempo premissa e produto, ferramenta e resultado da investigação (Vygotski, 1995, p. 47). Esse não envolve apenas a escolha dos instrumentos de um método de coleta e análise, mas sim um processo que possibilite a descoberta das estruturas de desenvolvimento dos processos psicológicos superiores, permitindo que o pesquisador construa assim suas próprias ferramentas de investigação, a partir do seu objeto de estudo e do desenvolvimento da pesquisa.

Para isso, o método se constitui em 3 momentos: a) primeiro, cabe à pesquisadora acessar a pessoa e o lugar em que ocorre o fenômeno que estuda, o que chamamos de evidências ontológicas materiais. Esse passo pode se dar pelo estudo histórico do objeto pesquisado, imersão no campo e construção do *corpus* da pesquisa; b) depois, cabe à ela se afastar do concreto para realizar a construção do conhecimento por meio da sua abstração, que pode ser feito a partir da criação de unidades de análise que vão situar as evidências identificadas no passo anterior dentro de um processo histórico e cultural amplos; c) e por último, a pesquisadora deve aproximar aquele conhecimento produzido na abstração (que partiu de uma materialidade) da realidade (sociedade, grupo) novamente (Zanella et al, 2007).

Para compreender os processos significados pelos empreendedores, objeto desse estudo, esses foram analisados com foco na relação entre sujeito e ambiente.

Optou-se por trabalhar com uma abordagem multimétodos que, para além da aplicação e uso de ferramentas diferenciadas, é um esforço de ampliação da coleta e análise de dados captados em seus diferentes aspectos (Günther, Elali & Pinheiro 2008).

## **4.2 Participantes**

Essa pesquisa buscou empreendedores que fundaram seus Negócios de Impacto Socioambiental e que atuavam nesses há pelo menos dois anos, tempo que procurou garantir que esses estivessem minimamente em operação. Participaram do estudo dez participantes, empreendedores fundadores de Negócios de Impacto Socioambiental. Como critérios de inclusão, considerou-se negócios que se localizavam no território brasileiro, que tinham intencionalidade de gerar impacto socioambiental positivo em sua atividade principal, que atuavam na lógica de mercado e que já comercializavam seus produtos e/ou serviços.

### **4.2.1 O contato com os participantes**

O conjunto dos 10 participantes foi constituído por meio da técnica de bola de neve (Vinuto, 2014), escolhida por ser indicada para pesquisas com fins exploratórios, que objetivam: a) uma melhor compreensão de um tema; b) testar a viabilidade de um estudo mais amplo; c) desenvolver métodos a serem utilizados em outras pesquisas; critérios esses que se relacionam intrinsecamente com o caráter desse estudo.

Segundo Vinuto (2014), a técnica bola de neve também é recomendada para amostras de difícil acesso, quando não se sabe ao certo sua quantidade ou quando os participantes encontram-se pulverizados, aspectos que também contemplam a temática desta pesquisa, uma vez que os Negócios de Impacto Socioambiental são relativamente recentes no Brasil e a articulação de uma rede dos mesmos ainda se encontra em desenvolvimento.

Como proposto pela técnica, para se chegar aos participantes, foi feita a escolha não aleatória de informantes-chaves, denominados de sementes; esses são pessoas identificadas pela pesquisadora que estão inseridas em organizações que, devido sua influência no contexto da temática de Negócios de Impacto Socioambiental, tinham o potencial de indicar uma cadeia de possíveis

participantes. A cada entrevista feita, a pesquisadora passou a solicitar indicação de um novo participante, aumentando assim sua rede de entrevistados. Além disso, a fim de diminuir o viés da técnica bola de neve de acessar narrativas semelhantes, como proposto por Vinuto (2014), optou-se por estabelecer sementes de diferentes redes e locais, com a intenção de acessar participantes plurais com maior variabilidade de narrativas. O processo de recrutamento dos entrevistados está explícito na Figura 1.

Os informantes chaves, denominados sementes, como demonstrado na Figura 1, correspondem às pessoas vinculadas às seguintes organizações: Enactus Brasil, LAPSAPÉ (Laboratório de Psicologia Socioambiental e Práticas Educativas) e Supera Parque, que responderam a pesquisadora fornecendo o contato de potenciais participantes.

Em uma segunda fase de construção do *corpus* da pesquisa, a pesquisadora também entrou em contato com empreendedores que fizeram parte do Programa Garagem de Impacto do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDES) e três pessoas aceitaram o convite para participar do estudo.

Além disso, alguns participantes foram contatados sem intermediação de informantes chaves, uma vez que a pesquisadora já tinha alguns contatos na sua própria rede social. Para esses participantes em específico, foi enviado um texto curto juntamente com uma imagem explicativa, com o objetivo de apresentar o estudo, sendo encaminhada, a depender de cada participante, via e-mail, instagram, whatsapp ou linkedin. Para os participantes que foram contatados a partir do intermédio das sementes, a pesquisadora os abordou via whatsapp com a seguinte mensagem:

*Oi Nome do participante tudo bem?*

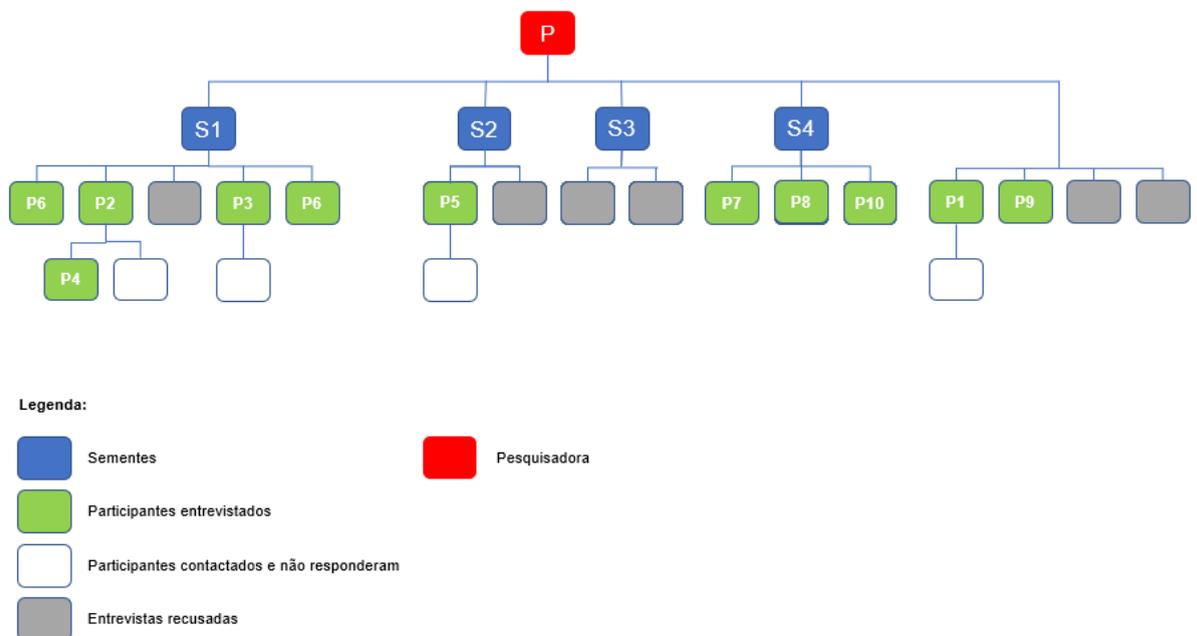
*Aqui é a Bianca, sou mestranda na USP e o “Nome do informante chave” da “Nome da organização” te indicou, passando seu contato para mim 😊*

*Te escrevo porque estou estudando a trajetória de empreendedores de negócios de impacto socioambiental e “ele (a)” me disse que você está empreendendo, queria te convidar para participar da minha pesquisa, você toparia saber mais informações? 🌸*

Se o potencial participante demonstrasse interesse em saber mais sobre o estudo, a pesquisadora o explicava, propunha o agendamento da entrevista e solicitava o preenchimento de um Questionário (APÊNDICE A) criado pelo *Google Forms*. Esse tinha em sua primeira seção o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (APÊNDICE B) para apreciação do potencial participante e a segunda seção objetivava coletar algumas informações pessoais do empreendedor, como nome, cidade, idade, etnia e sobre o seu negócio, como as redes sociais e o tempo de existência.

Os contatos e a adesão estão explicitados na Figura 1.

Figura 1: Contato com os participantes



Fonte: Elaborada pela autora, (2022)

Verifica-se que, do total dos vinte e um empreendedores contactados:

- a) 10 foram entrevistados – verde;
- b) 6 recusaram – cinza;
- c) 4 foram contactados e não responderam – branco.

A fim de manter o sigilo, os 10 entrevistados foram identificados por números, respeitando a ordem cronológica da realização das entrevistas, como demonstrado na tabela a seguir:

Tabela 1: Nomeação dos participantes a partir da data de entrevista.

| Identificação   | Data Entrevista |
|-----------------|-----------------|
| Participante 1  | 16/09/2021      |
| Participante 2  | 21/09/2021      |
| Participante 3  | 4/10/2021       |
| Participante 4  | 06/10/2021      |
| Participante 5  | 13/10/2021      |
| Participante 6  | 15/10/2021      |
| Participante 7  | 17/05/2022      |
| Participante 8  | 18/05/2022      |
| Participante 9  | 22/05/2022      |
| Participante 10 | 23/05/2022      |

Fonte: a autora (2022)

#### 4.2.2 Caracterização dos Participantes

A seguir, na Tabela 2, é apresentado um resumo caracterizando os empreendedores participantes da pesquisa quanto aos seguintes critérios: Idade, escolaridade, raça/etnia, local de residência atual.

Tabela 2: Informações sobre os participantes entrevistados

| Participantes  | Gênero    | Idade | Escolaridade           | Formação            | Etnia  | Localização  |
|----------------|-----------|-------|------------------------|---------------------|--------|--------------|
| Participante 1 | Feminino  | 31    | Graduação em andamento | Gestão Ambiental    | Branca | São Paulo-SP |
| Participante 2 | Masculino | 25    | Graduação em andamento | Engenharia Civil    | Negro  | Iguatu-CE    |
| Participante 3 | Masculino | 29    | Graduação              | Engenharia agrônoma | Negro  | Curitiba-PR  |

|                 |           |    |                            |                        |        |                         |
|-----------------|-----------|----|----------------------------|------------------------|--------|-------------------------|
| Participante 4  | Feminino  | 26 | Graduação                  | Zootecnia              | Negra  | Iguatu-CE               |
| Participante 5  | Feminino  | 55 | Pós Graduação              | Biologia               | Branca | São Carlos-SP           |
| Participante 6  | Masculino | -  | Pós Graduação              | Dança                  | Negra  | Rio de Janeiro-RJ       |
| Participante 7  | Feminino  | 29 | Pós Graduação em andamento | Engenharia de Produção | Branca | Belém do Pará- PA       |
| Participante 8  | Masculino | 25 | Graduação                  | Direito                | Branco | Rio de Janeiro- RJ      |
| Participante 9  | Feminino  | 37 | Graduação                  | Enfermagem/ Farmácia   | Branca | Ouro Preto do Oeste- RO |
| Participante 10 | Masculino | 36 | Pós Graduação              | Biologia               | Branco | Porto Velho- RO         |

Fonte: a autora (2022)

Em relação aos nomes dos Negócios de Impacto Socioambiental, apresentados pelos fundadores (participantes da pesquisa), para manter o sigilo dos mesmos utilizou-se uma classificação demonstrada na Tabela 3:

Tabela 3: Apresentação dos nomes atribuídos aos negócios dos participantes da pesquisa

| Identificação do Participante | Negócio do Participante |
|-------------------------------|-------------------------|
| Participante 1                | Negócio A               |
| Participante 2                | Negócio B               |
| Participante 3                | Negócio C               |
| Participante 4                | Negócio B               |
| Participante 5                | Negócio D               |
| Participante 6                | Negócio E               |
| Participante 7                | Negócio F               |
| Participante 8                | Negócio G               |
| Participante 9                | Negócio H               |
| Participante 10               | Negócio I               |

Fonte: a autora (2022)

O Participante 2 e a Participante 4 são co-fundadores do mesmo negócio, o qual foi denominado Negócio B. A escolha de entrevistar os dois se deu pela ênfase dada pelo Participante 1, durante sua entrevista, à importância de também entrevistar a outra participante; este relatou repetidas vezes que ela era a força motriz no desenvolvimento e manutenção do negócio. Isso também ocorreu com a Participante 5 que, posteriormente à entrevista, escreveu um e-mail para pesquisadora indicando sua outra sócia para participar da pesquisa, justificando que essa teria mais a contribuir com a temática investigada, entrevista essa que acabou não acontecendo devido dificuldade de conciliar agenda com a empreendedora em questão.

#### 4.2.3 Caracterização dos Negócios de Impacto Socioambiental

A fim de ter uma visão sobre cada um dos nove negócios, criou-se a Tabela 4, na qual são apresentadas as seguintes informações: tempo de existência de cada negócio, região do país em que está localizado, setor que atua e os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) a que estão vinculadas a sua solução.

Tabela 4: Caracterização dos negócios dos participantes do estudo

| Negócio do Participante | Tempo de existência | Região   | Setor                  | ODS        |
|-------------------------|---------------------|----------|------------------------|------------|
| Negócio A               | 5 anos              | Sudeste  | Setor Têxtil           | 9, 8 e 12  |
| Negócio B               | 2 anos              | Nordeste | Agricultura            | 2 e 12     |
| Negócio C               | 2 anos              | Sul      | Agricultura            | 2, 8 e 12  |
| Negócio D               | 6 anos              | Sudeste  | Educação Ambiental     | 13,14 e 15 |
| Negócio E               | 3 anos              | Sudeste  | Diversidade e Inclusão | 5, 8 e 10  |
| Negócio F               | 3 anos              | Norte    | Água e Saneamento      | 6 ,9 e 12  |
| Negócio G               | 2 anos              | Sudeste  | Direitos Humanos       | 3,5 e 16   |
| Negócio H               | 7 anos              | Norte    | Cosméticos/ Economia   | 5,12 e 15  |

|           |        |       |                                  |         |
|-----------|--------|-------|----------------------------------|---------|
| Negócio I | 3 anos | Norte | Circular<br>Economia<br>Circular | 12 e 15 |
|-----------|--------|-------|----------------------------------|---------|

---

Fonte: a autora (2022)

A caracterização dos nove Negócios de Impacto Socioambiental constituídos pelos dez empreendedores sociais participantes do estudo foi escrita baseada na análise dos empreendimentos por meio dos seus canais de comunicação: site e redes sociais e durante o desenvolvimento da própria coleta de dados da pesquisa.

O Negócio A denominava-se como uma confecção e estamparia ecológica e periférica, que produz camisetas, ecobags e produtos têxteis personalizados, dentro de uma região periférica da capital do Estado de São Paulo. Seu modelo de negócios privilegiava as relações entre as pessoas, a padronização dos processos e a transparência na comunicação, a redução do impacto ambiental ocasionado pela cadeia da moda e o aumento do impacto social por meio da contratação justa de seus colaboradores.

Em relação ao impacto ambiental, diferenciava-se dos demais negócios de costura por: a) rastrear o histórico da matéria prima utilizada em suas produções, trabalhando por exemplo, com matéria prima sustentáveis como algodão orgânico; b) diminuir o impacto ambiental ocasionado no processo de fabricação dos seus produtos, via práticas de modelagem *zero waste e upcycling*; e c) realizar o descarte correto dos resíduos utilizados na produção fabril, aproveitando-os para confeccionar novos produtos, ou quando não é possível, realizar a reciclagem por meio do desfibramento.

Em relação ao impacto social, o Negócio A, desde o seu surgimento, tem como foco colaborar para a existência de condições dignas de trabalho e qualidade de vida dentro das periferias, assim tem como missão empregar pessoas periféricas que estão às margens do mercado de trabalho. Iniciou suas atividades com o objetivo de formar e empregar jovens periféricos, oferecendo-lhes a oportunidade do primeiro emprego e a possibilidade de profissionalização para garantir a experiência necessária para alcançarem novos caminhos. No momento de realização da pesquisa, empregava não apenas jovens, mas também jovens egressos do sistema socioeducativo e mulheres periféricas. Juntamente ao negócio, estabelecia um projeto social que buscava oferecer educação profissionalizante para famílias

periféricas, principalmente para mulheres mães, auxiliando-as a criarem suas cooperativas e promovendo uma cadeia de trabalho sustentável que seja um norte para todo o mercado de costura e estampa.

O Negócio B constitui-se em um *delivery* de alimentos orgânicos agroecológicos, unindo os pequenos produtores aos consumidores finais, contribuindo assim para o escoamento da produção de alimentos saudáveis e frescos, para geração de renda e para a introdução de uma alimentação mais saudável aos moradores da região atendida. O negócio, além de realizar a intermediação entre o produtor rural e o comprador, também desenvolveu um modelo de produção denominado de Polo Sustentável, composto por um conjunto de tecnologias sociais inovadoras e de baixo custo, como minhocário, biodigestor rural, reuso de matéria verde local, que são interligadas ao quintal produtivo dos agricultores parceiros colaborando para o aperfeiçoamento e eficácia da produção agrícola destes.

O Negócio C constitui-se em um negócio de desenvolvimento social, econômico e cultural local, busca como missão fomentar o desenvolvimento econômico de pequenas e médias agroindústrias familiares por meio de um sistema *online* de legalização de produtos de origem animal, como por exemplo a produção de queijos e ovos. Fazem isso por meio da entrega de inovação, tecnologia digital e agilidade ao setor público. O Negócio C apresenta um modelo de negócio comum aos negócios de impacto socioambiental em que os seus beneficiários e clientes não necessariamente são a mesma pessoa, isto é, são atores distintos, por exemplo no caso do Negócio C, os beneficiários do Negócio são os pequenos e médios agricultores que buscam certificações para que seus produtos possam ser comercializados em prateleiras de mercados, O cliente são as prefeituras que buscam habilitação de órgãos superiores para realizarem o Serviço de Inspeção Municipal (SIM) que as tornam competentes para poder: a) oferecer a certificação aos pequenos produtores; b) emitir um registro dos produtos certificados; c) fiscalizar a produção desses produtos. Assim o Negócio C não só ajuda as prefeituras no processo de habilitação do SIM, mas também no processo posterior de certificação dos pequenos produtores, por meio de uma plataforma digital que engloba todo o processo de emissão dos certificados e capacita os servidores municipais, formando-os para a continuação do serviço de certificação e fiscalização requeridas pelo SIM.

O Negócio D denomina-se como uma *startup* socioambiental, que busca criar experiências educativas transformadoras e inclusivas, propagando a educação ambiental, inclusiva e de qualidade para o desenvolvimento sustentável da sociedade. Para alcançar sua missão, atuam em duas frentes, a primeira é a prestação de serviços em educação ambiental em distintos formatos como oficinas, cursos, palestras e consultorias para escolas, empresas e organizações públicas. A segunda frente constitui-se no desenvolvimento de um aplicativo com guias pessoais de educação ambiental para ser usado em espaços educadores, especialmente espaços de educação não formal, de turismo, cultura e de lazer, como por exemplo trilhas, zoológicos, parques urbanos, praças e qualquer espaço que receba visitantes e comunidades. Esse aplicativo é composto por “guias” que ajudam o público que está visitando um espaço a conhecer, informar-se e se educar em relação às questões ambientais, a fauna e flora existente ali. Além das guias (roteiros) serem criados de forma personalizada para cada espaço, atende as demandas das pessoas com deficiência, possuindo audiodescrição e vídeos em libras e podem ser associados também a uma plataforma *online* personalizada de formação de monitores, guias turísticos e professores com conteúdos básicos de educação ambiental, educação inclusiva e conteúdos específicos do espaço que utiliza o aplicativo. Os clientes atualmente são parques e reservas ecológicas que querem oferecer uma experiência educativa e diferente para os seus visitantes.

O Negócio E tem como missão auxiliar as empresas a transformar, através do emprego, a vida de pessoas que vivenciam alguma vulnerabilidade. O lema do Negócio E é unir empresas e pessoas na construção da equidade social. Para isso, estes desenvolveram um software de diversidade e inclusão que busca realizar diagnósticos da cultura corporativa, dos impactos e das oportunidades de ampliar a diversidade de uma empresa; posteriormente ao diagnóstico, propõe estratégias de posicionamento em diversidade de acordo com as demandas da empresa e as implementam juntamente com a equipe da mesma, gerando relatórios com o acompanhamento de indicadores e os aprendizados obtidos com o projeto. Além disso, o Negócio E, entre as estratégias e implementação, também realiza o recrutamento de candidatos para organizações privadas, a partir de parcerias com uma rede de Organizações Sociais, identifica pessoas em situação de vulnerabilidade que estão aptas a serem reinseridas no mercado de trabalho, conecta esses candidatos com as vagas, a partir de uma análise das necessidades

da pessoa e do perfil do posto de trabalho. Durante todo o processo de contratação, responsabiliza-se por sensibilizar a equipe e lideranças da empresa para receber o novo colaborador e apoiar os processos de diversidade e inclusão da empresa e depois do processo de contratação acompanha os novos colaboradores utilizando uma metodologia própria, facilitando a adaptação e aumentando as chances de sucesso dentro da empresa.

O Negócio F, atua na área de bioeconomia circular, tem como objetivo desenvolver soluções para dar um fim útil a diferentes resíduos amazônicos, por exemplo o caroço de açaí e de manga que muitas vezes são descartados de forma inapropriada nas calçadas da cidade de Belém do Pará. Assim o Negócio F, por meio de um processo científico, realiza o beneficiamento destes resíduos da Amazônia transformando-os em novos produtos de qualidade, como por exemplo sabonetes e outros cosméticos. Produtos esses que não realizam novas extrações, mantendo a floresta em pé, gerando renda para a comunidade amazônica por meio de uma iniciativa sustentável. O valor arrecadado pela venda dos produtos criados ajuda o negócio a manter a sua outra frente de atuação e seu maior propósito, levar água potável para as comunidades ribeirinhas. Para isso, o Negócio F desenvolve pequenos sistemas de tratamento de água para as ilhas próximas de Belém e, a cada sabonete vendido, um real vai para a construção e implementação destas estações de tratamento.

O Negócio G, tem como lema oferecer justiça na palma da mão para quem mais precisa, para isso ele tem como missão auxiliar a concretizar os direitos humanos para as pessoas em maior vulnerabilidade e aperfeiçoar o sistema de justiça por meio da tecnologia. Seu produto mais recente constitui-se como um aplicativo *web* que concretiza o acesso à justiça pela automatização do pedido de medida protetiva para as mulheres em situação de violência, de maneira ágil, eficiente e desburocratizada. A mulher, por meio do app, realiza o pedido de medida protetiva que vai direto para um juiz ou juíza, esses avaliam o caso e julgam as medidas a serem tomadas para assegurar a proteção da vítima, agilizando um processo que muitas vezes é demorado, difícil e burocrático. O Negócio surgiu como um projeto voluntário, de um grupo de jovens universitários que estavam preocupados com o crescimento do número de feminicídios e da subnotificação decorrente da dificuldade de acesso à delegacia ou ao juizado. Começou a ser

desenvolvido e foi testado gratuitamente em parceria com um Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Com o sucesso do projeto, que atendeu milhares de mulheres e facilitou o trabalho de diferentes agentes públicos, criou-se a ideia de transformá-lo em um negócio para que pudesse atender outras regiões do país com qualidade e dedicação. Dessa maneira, assim como o modelo do Negócio C, o Negócio G busca ter como clientes órgãos públicos que queiram agilizar o processo de proteção às mulheres brasileiras e buscam soluções tecnológicas para isso.

O Negócio H intitula-se como a primeira agroindústria de cosméticos do Estado de Rondônia, idealizada e gerida por uma rede de mulheres rurais. O negócio comercializa produtos de beleza como sabonetes, hidratantes, óleos e shampoos produzidos por mulheres rurais que realizam a extração de óleos de Buriti e Babaçu de forma artesanal. O negócio, que se intitula como um Projeto de base comunitária, é um trabalho que alia preservação ambiental, empoderamento feminino e desenvolvimento socioeconômico. Ele tem 3 pilares centrais: conscientização ambiental, empoderamento de mulheres rurais e a valorização da cadeia produtiva regional. Para isso, realiza-se um trabalho de capacitação, que atendia 30 mulheres rurais no momento de realização da pesquisa, que faziam em rede a extração dos óleos essenciais das palmeiras de Buriti e Babaçu. Os cosméticos são confeccionados também por mulheres na fábrica da agroindústria que fica localizada na região rural e, posteriormente, são comercializados para o Brasil inteiro via *ecommerce*. Além disso, é feito um trabalho de conservação ambiental, no qual se realiza um manejo sustentável da área de plantio. Em relação à valorização da cadeia produtiva regional, todos os insumos utilizados na confecção dos produtos são comprados de pequenos agricultores também amazônicos.

O Negócio I intitula-se como uma empresa de restauração ambiental, que financia diretamente a bioeconomia amazônica. Essa se compromete a realizar o restauro de áreas degradadas, plantando árvores e empoderando agricultores familiares por meio da agrofloresta, da produção agroecológica de alimentos e de produtos da bioeconomia amazônica com sistemas produtivos regenerativos. Tudo isso ocorre por meio de investimentos que podem ser feitos por pessoas físicas (comprar uma árvore) ou por empresas (comprar a restauração de uma região). Ao investir, o Negócio I planta as árvores compradas em um solo de um agricultor parceiro e o auxilia com capacitação a longo prazo para tornar a área desmatada do

parceiro em um ecossistema restaurado e produtivo sustentável, gerando valor para o agricultor e para o investidor.

### 4.3 Procedimentos e Materiais

A perspectiva histórico-cultural de base vygotskyana e a Psicologia Ambiental impõem a necessária contextualização não só do objeto, mas das condições de produção da pesquisado; assim a consideração aos elementos históricos e ambientais é essencial em pesquisas que se fundamentam nesses referenciais, uma vez que são eles também chave para a compreensão dos processos que constituem os sujeitos.

Nesse sentido, o momento da pandemia se colocou como um evento histórico com forte incidência na constituição do próprio objeto da pesquisa, uma vez que seus efeitos nos negócios de diversos tipos são inquestionáveis, supondo-se que possuem impactos específicos nos Negócios de Impacto Socioambiental também. Embora inicialmente não houvesse previsão de coleta *online*, esse estudo foi adaptado para esse tipo de levantamento de dados empíricos.

A construção do *corpus* da pesquisa foi feita por meio de:

- a) entrevistas semi-estruturadas com os empreendedores fundadores do negócio;
- b) produção de linha do tempo das trajetórias de vida dos empreendedores;

Antes do início das entrevistas semi-estruturadas e da produção de linha do tempo das trajetórias de vida, foi solicitada aos participantes a permissão para realizar gravação da entrevista e também foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (APÊNDICE B). Também foram esclarecidos os cuidados éticos e os objetivos do projeto de pesquisa.

Os procedimentos das etapas adotadas foram:

- a) Realização das entrevistas: Depois do contato inicial e o aceite em participar da pesquisa, os participantes foram convidados para entrevistas e, anteriormente, a essas, eles foram informados sobre o objetivo das mesmas. Inicialmente, foi

construído um roteiro de entrevista-versão piloto (APÊNDICE C) no qual previa-se realizar dois encontros remotamente, por aplicativo *Google Meet* com os participantes. No primeiro encontro, pretendia-se realizar uma entrevista semi-estruturada com duração média de 1 hora e 30 minutos com o objetivo de investigar sua história de vida, juntamente com o início da realização da Linha do tempo de Trajetórias de Vida que será descrita posteriormente. Depois deste primeiro encontro, pretendia-se realizar um segundo, no qual pesquisadora e participante conversariam por mais 1 hora e 30 minutos sobre o Negócio de Impacto Socioambiental fundado pelo empreendedor, sua sustentabilidade, funcionamento bem como suas capacidades e rotinas estabelecidas a partir do negócio pesquisado, além de terminar a realização da Linha do Tempo das Trajetórias de Vida, questionando aos entrevistados como se viam e como enxergavam seus negócios e o planeta no tempo futuro. Entretanto, depois da realização da primeira entrevista com a Participante 1 e de verificar a dificuldade dos participantes terem disponibilidade de participar de dois encontros, a pesquisadora reviu o roteiro de coleta demonstrado no APÊNDICE C, transformando-o em um novo roteiro (APÊNDICE D) que foi o utilizado nas demais entrevistas.

Este possibilitou a realização das entrevistas por meio de um encontro via *Google Meet* com média de 1 hora e 30 minutos, no qual se conversava com o participante sobre o funcionamento do seu negócio, os desafios e as capacidades que precisou desenvolver para gerí-lo. Posteriormente, a pesquisadora o convidava para contar sua história de vida, perguntava como esse se via no futuro, bem como enxergava o futuro do seu negócio e da humanidade e finalizava o convidando a construir a Linha do Tempo das Trajetórias de Vida, sendo que essa poderia ser construída juntamente com a pesquisadora naquele momento ou, posteriormente, de forma individual.

- b) Realização de Linha do Tempo das Trajetórias de Vida: Nessa etapa, os participantes entrevistados foram convidados a realizar uma linha do tempo da sua história pessoal, podendo escolher desempenhá-la sozinho em sua casa no horário e dia que lhe era mais conveniente ou juntamente com a pesquisadora no momento da entrevista semi-estruturada. Para isso, o empreendedor foi orientado previamente, ainda durante o encontro da entrevista semi-estruturada,

sobre como executar essa atividade, como demonstrado no roteiro de coleta (APÊNDICE D). A pesquisadora os instruiu a abrir um *link* confeccionado anteriormente por ela; esse *link* dava acesso a uma plataforma colaborativa chamada *Padlet*, para a construção de uma linha do tempo como demonstrada na Figura 2 e na Figura 3. Dentro da linha do tempo, a pesquisadora já deixava para o empreendedor uma pergunta norteadora. Nos primeiros encontros, a pergunta norteadora escolhida pela pesquisadora foi: “Ao longo da sua vida, quais foram os acontecimentos, episódios, aprendizados, influências, pessoas e reflexões importantes que contribuíram para você se tornar um/a empreendedor/a de um negócio de impacto socioambiental?”. Posteriormente, ao ouvir os participantes, essa ajustou a pergunta para algo mais sucinto: “Ao longo da sua vida, quais foram os acontecimentos (episódios, pessoas, reflexões) importantes que contribuíram para você se tornar um/a empreendedor/a de um negócio de impacto socioambiental?”.

Figura 2: Exemplo de Linha do Tempo na plataforma Padlet para ser preenchida, compartilhada pela pesquisadora com o participante.



Fonte: Acervo pesquisadora, (2021).

Assim, depois de mostrar aos participantes a plataforma e a pergunta norteadora, esses eram convidados a olhar para suas jornadas empreendedoras, organizar cronologicamente acontecimentos que acreditavam ter sido importantes para sua constituição como empreendedores de Negócios

de Impacto Socioambiental, sistematizando-os a partir da escrita em formato de uma linha do tempo, como demonstrado na Figura 3.

Figura 3: Exemplo de Linha do Tempo na plataforma *Padlet*, preenchida pelo Participante 3



Fonte: Acervo pesquisadora, (2021)

Se os participantes realizavam a confecção da linha do tempo durante a entrevista, a pesquisadora os acompanha solicitando explicações e detalhes dos tópicos escritos. Se o participante optava por realizar a linha do tempo sozinho, a pesquisadora se colocava à disposição para tirar qualquer tipo de dúvidas via aplicativo de mensagens (*whatsapp*) ou ligação telefônica quando o empreendedor iria realizá-la e propunha um novo encontro remotamente via *Google Meet*, ou uma troca de áudios via *whatsapp* a depender da disponibilidade do participante, para que fosse compartilhado por meio de uma conversa o conteúdo produzido. Em ambos os casos, tanto da realização junto com a pesquisadora quanto da conversa de apresentação da linha posteriormente, foi gravado o conteúdo da produção da linha do tempo ou da conversa e também foi guardado um documento da linha do tempo produzida em formato jpg e em pdf.

#### 4.4 Análise de Dados

O tratamento e a análise seguiram os cuidados e o rigor próprios de uma abordagem qualitativa, durante todo o processo de coleta de dados e fases posteriores. As entrevistas foram transcritas e passaram por uma conferência que

consistiu em ouvir a gravação com a transcrição em mãos, para acompanhar as frases, as pausas, a mudança de entonação etc.

Por meio das entrevistas, explorou-se informações e significações sobre o negócio estudado, seu funcionamento e as vivências dos participantes nos tempos passado (condicionantes materiais e simbólicos), presente (capacidade de fazer, condicionantes materiais e tensionamentos) e futuro (capacidade de projetar), como pode ser visualizado na Figura 4.

Foram identificados os elementos nas trajetórias de vida, denominados de eventos dramáticos (antes de adentrarem nos negócios, durante o desenvolvimento dos negócios e prospectivos relativos às suas vivências e ao planeta). Esses elementos foram tratados em seus aspectos materiais e simbólicos (condicionantes materiais e simbólicos). Também foram analisadas as capacidades de fazer requeridas para o empreendimento, identificadas por meio das atividades cotidianas desempenhadas no negócio e necessárias para o enfrentamento dos desafios para sua manutenção.

Figura 4: Esquema de análise das entrevistas organizadas em 3 eixos (passado, presente e futuro).



Fonte: Elaborado pela autora, (2022)

Para isso, foi utilizada a Análise Temática (Braun & Clarke, 2006; Braun & Clarke, 2019) a partir da teoria histórico-cultural (Newman & Holzman, 2002; Vygotsky, 2007; Zanella et al, 2007) seguindo-se seis passos, como demonstrado na Figura 5.

Figura 5: Passos seguidos durante a análise



Fonte: Elaborado pela autora, (2022)

Sendo eles: a) familiarização com os dados, na qual ocorreu a transcrição dos dados, leitura e releitura e escrita de um resumo da entrevista; b) geração de códigos iniciais, que foi realizada de forma dedutiva a partir dos seguintes eixos: Condicionantes Materiais e Simbólicos, Capacidade de Fazer e Capacidade Projetiva; c) busca dos temas, ou seja, agrupamento dos códigos iniciais relevantes no qual buscamos destacar os eventos dramáticos constituintes das vivências dos participantes e com as assunções ontológicas e epistemológicas que subsidiam a construção desta pesquisa; d) revisão dos temas gerando um mapa temático da análise; e) definição e nomeação dos temas no qual refinou-se as especificidades de cada tema e a história geral que permeiam a análise; e por fim f) a produção do relatório de pesquisa momento de finalização no qual foi selecionados exemplos de extrato e relacionado-os com a literatura e a questão de pesquisa presente neste estudo.

Quanto à linha do tempo, foram transcritas as conversas realizadas durante a confecção das mesmas. As transcrições também foram categorizadas, juntamente com as entrevistas, a partir de uma tipologia dos acontecimentos vividos na trajetória dos participantes, dos sentimentos despertados em cada momento e das palavras-síntese elencadas pelos participantes. As trajetórias de vida individuais são apresentadas a partir do resumo das suas linhas do tempo.

Após o tratamento do material, foi feita uma articulação do seu conjunto, buscando aproximações das produções dos participantes de modo a permitir a identificação dos condicionantes comuns das significações atribuídas às vivências dos empreendedores na busca da construção de um projeto coletivo de um planeta mais sustentável. Nesse momento, os sujeitos foram compreendidos como pertencentes a um grupo social que busca criar projetos de presente e de futuro pelo seus negócios, reconhecendo assim que constituem suas singularidades nas particularidades que

medeiam esse processo. A interpretação e a exposição final foram feitas por temas definidos *a posteriori*, buscando compor um olhar sobre as vivências de indivíduos empreendedores que compartilham uma esperança projetual.

Os resultados são apresentados em 2 partes, sendo a) Singularidades e eventos dramáticos na jornada empreendedora de cada participante, b) Particularidades: O comum nas jornadas em empreender um negócio de impacto socioambiental.

#### **4.5 Cuidados Éticos**

O projeto foi submetido à apreciação do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, da USP, e aprovado. O procedimento de coleta de dados apenas foi iniciado após os trâmites de avaliação e aprovação. Além disso, essa pesquisa foi norteadada pelas Resoluções nº 466 e nº 510 do Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2012; 2016), pelos princípios éticos do Código de Ética do Psicólogo (CFP, 2005) e pelas demais resoluções do Conselho Federal de Psicologia.

No contato inicial com os empreendedores, foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice 2), buscando elucidar os objetivos do projeto, a participação de caráter voluntário, bem como o sigilo diante das informações fornecidas. O nome dos participantes foi mantido em sigilo, assim como o nome do seu negócio. Além disso, as informações obtidas nessas coletas de dados foram utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos e de divulgação da pesquisa.

## **5. RESULTADOS**

### **5.1 Singularidades e eventos dramáticos na jornada empreendedora de cada participante**

Apesar de todos os participantes considerarem que estavam empreendendo Negócios de Impacto Socioambiental, e de compartilharem sentimentos semelhantes, cada um significa os eventos de forma própria, apresentando singularidades no processo de decidir empreender e ao mesmo tempo de continuar empreendendo. Identifica-se que o processo de empreender é gradativo e se dá em um conjunto de vivências permeadas pelo meio no qual estão inseridos, sendo que algumas dessas vivências se posicionam como eventos dramáticos na jornada dos empreendedores.

A partir de Vygotsky (2013), o exercício de análise das determinações singulares de cada participante é fundamental para investigar em profundidade um processo já que, para ele, um ser humano é um microcosmo que se reflete no grande mundo; assim ao olhar para uma pessoa é também possível conhecer também seu mundo uma vez que as pessoas, em maior ou menor grau, são a representação da sociedade e do lugar a qual estão inseridas. Diante disso, a seguir são apresentados os eventos dramáticos e as significações sobre as vivências marcadas nas linhas do tempo de cada empreendedor:

#### **5.1.1 Participante 1:**

A Participante 1 nasceu, cresceu e morava durante o momento da pesquisa na periferia de São Paulo. Em sua linha do tempo, o primeiro acontecimento que destaca como fundamental para empreender um Negócio de Impacto Socioambiental foi ter nascido pobre, ser filha de mãe solo e ter sido incentivada a estudar pela figura materna; para ela o incentivo ao estudo foi primordial na sua história pessoal e também profissional. Em sua infância, foi cuidada por uma madrinha que apadrinhou muitas outras crianças; cresceu vendo-a vender produtos e cosméticos de catálogo para complementar sua renda. Destaca que sempre foi uma pessoa que gostava de se envolver em diversas atividades extracurriculares a

que tinha acesso, frequentava a catequese na igreja católica, fazia parte de uma banda, exercia a dança do ventre, capoeira, karatê, aprendeu a bordar. Quando terminou o ensino médio, buscou frequentar diferentes cursos profissionalizantes, começou a trabalhar na área administrativa de uma empresa e cresceu rápido na mesma; sempre teve a ambição de se destacar profissionalmente.

Mas para ela, o ponto chave de decidir empreender veio já na vida adulta, com a maternidade. Teve uma gravidez gemelar de risco e uma das suas filhas nasceu com hidrocefalia. Após o parto, a vida da Participante 1 mudou completamente pois sua filha demandava muitas consultas médicas, sendo submetida a diversas cirurgias e procedimentos invasivos. Em razão da necessidade de dar todo o suporte necessário à saúde da filha, a participante resolveu deixar o trabalho para se dedicar exclusivamente aos seus cuidados, entretanto era inviável ficar sem renda, já que o salário do marido não era suficiente para bancar a família e dois bebês. Começou a empreender por necessidade, fazia bordados, vendeu diferentes produtos, mas nada que fosse rentável, que a sustentasse ou que se conectasse com seu propósito.

Desistiu de empreender; tinha a certeza de que o empreendedorismo não era para ela. Voltou a trabalhar na mesma empresa que atuava antes da gravidez, mas sua rotina com a filha na ida a hospitais ficou ainda mais intensa, o que a fez sair do emprego novamente. Ela diz que sempre teve uma relação muito forte com o trabalho e o estudo e trabalhar e estudar sempre foi importante para sua satisfação pessoal. Foi em mais uma tentativa de empreender que começou a vender ecobags em feiras de produtos artesanais em bairros de alto padrão na cidade de São Paulo. Ao frequentar esses eventos percebeu um grande interesse das outras expositoras em comprar seus produtos para usar como embalagem mais sustentável; foi assim que nasceu seu empreendimento atual.

Para a Participante 1, o encontro com a sustentabilidade, foi um acaso. Começou a produzir produtos sustentáveis porque descobriu a rentabilidade dos mesmos e, depois de estudar a fundo, apaixonou-se pelo assunto. Ela relata que um momento importante na sua jornada de tornar-se empreendedora de um Negócio de Impacto Socioambiental se deu no *“encontro com outras classes empreendedoras, porque empreender na classe periférica é diferente”*. Para ela, a confrontação e a consciência das classes foi primordial para perceber o negócio que estava construindo e o que até então via como natural, como por exemplo empregar

peças periféricas, reutilizar tecidos, aproveitar retalhos, tinha um valor comercial para outras classes sociais. A Participante 1 acredita em fazer sustentabilidade de forma crítica, criticando ações que se restringem, por exemplo, em utilizar “canudos de inox, ou ser plastic free”. Fez diversas formações para entender como transformar os processos operacionais e fabris em algo mais sustentável e assim compreende a sustentabilidade como um processo mais amplo e multidimensional.

Sobre outros acontecimentos que ela considera importantes em sua jornada empreendedora, estão: ter parado de utilizar o espaço da casa, onde tudo começou, para empreender em um galpão, espaço próprio para o negócio; conscientizar-se de que não conseguia fazer tudo sozinha e da necessidade de ampliar a equipe; levar o elemento social para a empresa, ao contratar pessoas periféricas, para expandir o seu impacto que até então era apenas ambiental; reaproveitar resíduos, descarte correto e compra de matérias primas sustentáveis. Para ela, a decisão de aumentar a equipe contratando jovens periféricos veio de um acontecimento marcante que foi a perda de um amigo da irmã adolescente por *overdose*, o que a fez questionar sobre como poderia contribuir para que a sua comunidade pudesse ter menos jovens envolvidos com tráfico e o consumo de drogas.

Por fim, os dois últimos elementos da linha do tempo destacados pela Participante 1 são: começar a vender para empresas multinacionais, ter clientes grandes, que ela considera ter possibilitado um reconhecimento do seu trabalho e ao mesmo tempo a construção da sua autoestima e da própria empresa; reconhecer seus limites de crescimento e entender que, para continuar sustentável, é necessário colocar o pé no freio, melhorar a qualidade de vida dos seus funcionários e os processos operacionais, para assim continuar crescendo de forma sustentável em todas as dimensões.

### **5.1.2 Participante 2:**

O Participante 2 cresceu com sua família da qual teve muito apoio. Viu o pai empreender em seu mercantil e foi lá que aprendeu as primeiras lições sobre o empreendedorismo. Destaca ainda que aquela experiência lhe rendeu grandes conhecimentos sobre como lidar com os clientes. Como primeiro acontecimento importante para sua jornada empreendedora, aponta a participação na Ordem Demolay (grupo de jovens vinculado à maçonaria) e as amizades que ele cultivou

ali. Foi nessa organização que solidificou valores que leva para a vida, como trabalho em equipe e ajuda mútua. Também destaca a mudança de cidade e a saída da casa dos pais para buscar novas oportunidades de estudos. Foi morando sozinho que aprendeu tomar decisões e se virar, lidar com as responsabilidades e as liberdades. Destaca que foi um período desafiador, manter-se em um curso de graduação difícil, tirar notas ruins, autoconhecer-se, estar sempre disposto a se tornar melhor, mas ao mesmo tempo aceitar as imperfeições. Nesse processo de autoconhecimento, discorre sobre o que foi um episódio fundamental em sua jornada empreendedora: o ingresso ainda na faculdade na entidade Enactus UFCA. Começou a fazer parte desta por influência de amigos e aos poucos foi se envolvendo com o trabalho voluntário; quando viu, já estava assumindo a liderança do time, significado como um momento determinante em sua história. Foi lá que entrou em contato pela primeira vez com a experiência de gerir um projeto e pessoas, lidar com conflitos e resolvê-los. Diante disso, percebeu o quanto gostava desse universo e começou a empreender.

### **5.1.3 Participante 3:**

O Participante 3 morou em diferentes cidades no Sul do Brasil, seus pais se deslocavam em busca de melhores oportunidades. Em sua linha do tempo, como primeiro acontecimento marcante, o participante destaca ter estudado em uma escola de periferia, com condições precárias, na qual o professor de matemática faltava muito. Diante desse cenário, ele assumiu a ideia de montar um grupo de estudos com sua turma para revisar os conteúdos para a prova, o que ele destaca como uma das suas primeiras experiências de liderança e de querer resolver um problema que impactava sua vida e de outras pessoas. Ainda na adolescência, aponta a participação de uma apresentação de *hip hop* e que, mesmo com medo de falar em público, desafiou-se e apresentou, encarando de frente suas limitações.

Já na juventude, destaca a busca pela profissão de técnico em elétrica, inspirado no tio que, na época, era a pessoa da família que tinha maiores condições financeiras e era um espelho para ele. Decidido a ingressar em uma universidade, o Participante relata uma jornada de muitos sacrifícios e dificuldades, a começar por vivenciar a frustração de não passar em uma universidade pública e a busca por alternativas como o Prouni. Depois de pesquisar e estudar sozinho, ser recusado

em algumas universidades, ele ingressa em uma universidade privada conceituada e muda-se de cidade para cursar agronomia.

A graduação foi marcada por frustrações e preconceito; bolsista e negro, sofreu diferentes violências, inclusive institucionais. Mas também contou com apoio de professores importantes que o mentorou e o auxiliou lhe dando inclusive condições materiais para continuar o curso e se formar. Foi na graduação que se conectou com seu propósito de trabalhar em prol da agricultura familiar. O participante relata dois momentos primordiais para isso: o primeiro, uma missão de voluntariado, na qual uma senhora lhe convida a ajudá-la a montar uma horta para sua subsistência; e o segundo, quando começa a trabalhar em um estágio muito bem remunerado em uma multinacional, mas se sente desconectado do seu propósito e troca de estágio com uma colega de turma para estagiar na prefeitura da cidade com famílias rurais, o que o conecta profundamente com a agricultura familiar, como demonstrado no trecho abaixo:

No estágio obrigatório eu consegui uma vaga numa empresa que faz a análise de soja, análise microbiótica de soja para a China e daí eu falei que eu não tava contente no que eu tava fazendo, porque, tipo, eu tava contribuindo para um cenário de agronegócio que eu não concordo, que é o agronegócio de monocultura e... E daí eu falei lá pra professora que eu queria trocar de estágio e tal... Eu comecei a trabalhar com os produtores pequenos de Curitiba, né, eu trabalhei na prefeitura por 1 ano e meio e aprendi muita coisa, muita coisa! Sabe aquela listagem dos problemas da agricultura familiar? Foi lá que eu aprendi, foi lá que eu aprendi a listagem dos problemas da agricultura familiar, quais são as oportunidades. Então, hoje, assim, eu tô muito feliz por essa troca, não me arrependo, faria de novo essa troca, né, porque eu aprendi muita coisa pra construir o Negócio C hoje.

Depois dessa vivência significativa, o participante destaca, que ele escreve no seu trabalho de TCC, o primeiro plano de negócios do Negócio C, e nesse período resolveu empreender, em busca de mais conhecimentos. Começa a trabalhar em um programa de aceleração de *startups*, mas se ilude com o empreendedorismo, por conhecer um lado que não dialogava com seus valores. E foi na conversa com um mentor que conheceu os Negócios de Impacto Socioambiental e entrou para o programa de incubação Pense Grande.

Além desses acontecimentos, destaca posteriormente um momento difícil: A perda de uma professora/mentora, que fez parte da sua trajetória na graduação e veio a falecer em um acidente e sobre isso ele destaca:

E encontro com... o meu sócio. Esse momento foi, 2019 foi bem marcante porque eu entendi o dinamismo da vida, né? Enquanto uns vão, outros entram, né? Então, tipo, é... A vida é muito dinâmica, assim, né, então... É claro que foi bem sofrido o processo de luto que eu tive por ela, mas ao mesmo tempo eu entendi como a gente pode honrar, né, honrar tudo que as pessoas fazem pela gente, seja nos indicar para uma vaga de emprego, seja nos ajudar de alguma forma numa mentoria...

Por fim, o participante adiciona, na sua linha do tempo, a mudança do seu modelo de negócio, a criação de novos produtos, as primeiras vendas, a expansão do time com a contratação dos primeiros funcionários, ter ganhado o certificado de autoridade da EMBRAPA, participado do programa de aceleração de *[uma grande empresa de refrigerantes]* e ter sido convidado para ser palestrante do TED.

#### **5.1.4 Participante 4:**

A Participante 4 nasceu e cresceu no sertão nordestino. Descreve, na sua linha do tempo, que quando criança já ajudava seus pais, auxiliando-os com trabalhos como: ajudar a fazer salgados, vender geladinho no campo de futebol e também lavar roupas de outras pessoas. Essas atividades eram realizadas para complementar a renda da casa. A família empreendia informalmente por necessidade para complementar a renda do pai agricultor e da mãe lavadeira. Ela relata que desde muito nova almejava, diferente da família, ter uma profissão e estudar:

Sempre quis ter uma profissão no qual eu nunca tive oportunidades nem incentivo [sic] para fazer com que isso acontecesse. Porém eu tinha esse sonho lá no fundo do meu ser; e o destino fez com que isso se tornasse realidade, Uma coisa é certa, sempre conseguimos aquilo que sonhamos com muita determinação.

Diante da caminhada para alcançar seus sonhos, descreve várias situações que contribuíram positiva e negativamente para a jornada. Como aspectos positivos relata o apoio dos pais que, mesmo sem instruções, não mediram esforços para ela estudar, e dos amigos que, muitas vezes, influenciaram-na a buscar instituições de ensino melhores. Já os negativos, evidencia a depressão da mãe, que a obrigou a assumir todas as responsabilidades de casa e também trabalhar como doméstica ainda na adolescência, aos 15 anos. Ao terminar o Ensino Fundamental, parou de trabalhar para cursar o Ensino Médio profissionalizante. Ela descreve o quanto a escola lhe deu as melhores experiências e foi um fator protetivo para posteriormente

ingressar na Universidade e seguir seus sonhos. Queria cursar agronomia ou veterinária, mas, por não ter veterinária na Universidade Pública da sua cidade, e por não poder se deslocar por conta da saúde da mãe, optou por fazer zootecnia, um curso que a fez se apaixonar pela área. O ingresso na Universidade foi um evento que ela considera marcante:

Um novo mundo, a Faculdade, logo fui surpreendida por vários mundos e várias oportunidades. Foi quando conheci um grupo de pessoas que queria tornar o mundo um lugar melhor, de querer mudar a vida das pessoas através de suas ações. Então mais uma vez eu apenas fui. As oportunidades que esse grupo de pessoas me proporcionou foi um mundo, uma das experiências que revolucionou e me tornou uma grande profissional; e ao mesmo tempo uma empreendedora.

Essa ressalta ainda que fazer parte da entidade estudantil Enactus, foi um ponto de virada, juntamente com uma busca maior por autoconhecimento em ayahuasca. Ela resolveu mergulhar de cabeça no projeto que vinham desenvolvendo na entidade que atuava com tecnologias sociais, desenvolvido pelos alunos para apoiar os pequenos agricultores a terem melhores condições para plantio. Diante do andamento do projeto, a Participante 4 se mudou para a localidade e começou a morar com os produtores em busca de realizar o sonho de oferecer melhores condições de vida para eles e para a região. Diante de resolver o problema do cultivo de alimentos, surge um novo desafio: o escoamento da produção de alimentos e sua comercialização e, com o apoio do time da Enactus, eles resolvem deixar de ser um projeto da entidade da Universidade e começam a empreender autonomamente.

### **5.1.5 Participante 5:**

A Participante 5 é carioca, mas criou raízes no interior de São Paulo. Em sua linha do tempo, como primeiro acontecimento na sua jornada empreendedora, destaca uma lembrança da sua época de estudante, na qual um professor de biologia que foi marcante para sua formação falou sobre a importância de um dos pais acompanhar a jornada dos filhos de perto. Isso a marcou e a conectou posteriormente com outra fala que ouviu já na adultez,

Escutei de outro professor da área de educação ambiental, pai de 5 filhos, que ele considerava importante que ou o pai ou a mãe se dedicassem à

criação dos filhos. Não lembro com certeza, mas acho que aqui o foco foi mesmo na adolescência, na importância de acompanhar de perto essa fase. Essa conversa juntou com a do professor do colégio, e consolidou pra mim a certeza de que eu queria continuar trabalhando, mas com horários flexíveis, para estar disponível.

Ela ainda destaca que o desejo de estar perto dos dois filhos que, na época estavam estudando em período parcial, a fez optar por empreender. A participante, que tem pós-doutorado e a princípio imaginava seguir uma carreira acadêmica, não via perspectivas de se mudar de onde vivia para prestar concurso público em outras cidades, já que seu marido é professor universitário e as raízes estavam fincadas ali na cidade. O empreendedorismo permitiu que ela atuasse na área que já estudava e lhe deu a flexibilidade de trabalhar acompanhando o dia-a-dia dos seus filhos.

Para ela, outros momentos que foram importantes na sua jornada de vir a ser empreendedora se iniciaram com uma especialização em gestão de resíduos na UCLA, a Universidade da Califórnia em Los Angeles, EUA, antes mesmo de ter seus filhos. Ao voltar ao Brasil, começa a vivenciar diferentes experiências, atua como voluntária em organizações sociais e associações de proteção ambiental, faz parte de movimentos de divulgação científica, trabalha na prefeitura, todas essas ações relacionadas com a temática da gestão de resíduos, com um viés muito forte de inclusão social dos catadores de materiais recicláveis. Foi nessa época que se envolveu com a fundação da primeira cooperativa de catadores do município e também seu primeiro filho nasceu. Posteriormente, trabalhou na Secretaria Municipal Educação e Cultura, participando da criação e execução de programa de educação ambiental para as crianças e adolescentes da rede municipal de ensino. Com uma vivência bastante prática e com o nascimento do seu segundo filho, resolveu voltar para a academia, buscando ampliar as bases teóricas da sua até então consolidada prática em educação ambiental. Foi na volta à universidade, alinhada com o desejo de ter mais flexibilidade para cuidar dos seus filhos, que a participante aceitou a proposta da amiga que atuava no mesmo grupo de pesquisa de fundar o Negócio D. A amiga que já empreendia antes uma empresa de produtos veganos, e que tinha propósitos bem semelhantes, propôs que continuassem atuando juntas após o término das suas pesquisas. Assim, essa viu a possibilidade de conciliar sua vida familiar e profissional e, desde então, segue na empresa com a

convicção de que é possível oferecer uma educação ambiental transformadora, que ajude a mudar o mundo.

#### 5.1.6 Participante 6:

O Participante 6 cresceu em Porto Alegre no Rio Grande do Sul e mudou-se para o Rio de Janeiro para cursar Dança na Universidade. O fato de nascer em um lar cristão o fez aprender desde cedo a ajudar o próximo e a construir um mundo melhor para todos. Para ele, mesmo após se afastar da religião, foi essa formação que o fez continuar com trabalhos voluntários que ocuparam um papel importante na sua história. Ainda na faculdade, recebeu a oportunidade de realizar um intercâmbio na França, entretanto não tinha condições financeiras de bancar a viagem, assim começou a vender bolinhos para arrecadar fundos. Foi na volta do intercâmbio, vendo que a ideia de vender bolinhos possibilitou que ele viajasse, que ele criou sua primeira empresa, com objetivo de vender bolinhos para ajudar alunos universitários a se sustentar enquanto estudavam. A empresa faliu e o fez se desiludir com o empreendedorismo; para ele, empreender era algo para pessoas ricas e brancas, e não havia lugar para alguém como ele.

O Participante ainda relata que sua relação com o trabalho nunca fez muito sentido; trabalhar para gerar capital era algo frustrante. Entretanto, transformar o mundo em um lugar melhor era algo extremamente significativo, e sempre buscou fazer algo que pudesse se conectar com a ideia de deixar um legado.

Questionado sobre momentos que acha que foram significativos em sua jornada de se tornar empreendedor, ele relata que, ainda quando menino, leu o livro "Pai rico, pai pobre", achou o enredo peculiar, e foi na leitura que teve seu primeiro contato com o universo contraditório do empreendedorismo; foi ali também que pensou "*preciso empreender*".

Outro episódio marcante foi ele ter visto um professor que levou sua turma de alunos ao cinema para assistir o filme Pantera Negra e isso desencadeou uma vontade de fazer o mesmo na cidade do Rio de Janeiro:

E eu falei "não, vou fazer isso igual aqui no Rio" e aí fiz. A gente levou mais de 230 crianças para ir ao cinema... Um projeto incrível, assim... E aqui, eu brinco que quando eu estava no cinema com aquela criançada eu falei pra

mim mesmo "se é levar criança para o cinema, é isso que eu vou fazer para o resto da vida"...

Esse acontecimento o conectou com outra lembrança, de quando pequeno tentava buscar referências públicas de pessoas negras e não encontrava. Ainda criança, queria ser o herói negro, sempre buscava ser o do contra, mas, na verdade, hoje entende que apenas queria encontrar referências parecidas com ele. Na vida adulta, ao tomar consciência da sua vontade de ver seu povo ocupando os espaços, buscou criar mecanismos para que crianças e adultos se vissem em seus lugares representados. Diante disso, começou a cursar Pós-Graduação em Responsabilidade Social Corporativa e Negócios de Impacto Socioambiental. Criou seu primeiro projeto para incluir pessoas em situação de vulnerabilidade social no mercado de trabalho, projeto que foi premiado na ONU, levando-o para Nova Iorque e, na volta, do seu intercâmbio, ainda na pós graduação, deu continuidade ao projeto que veio a se tornar o Negócio E.

#### **5.1.7 Participante 7:**

A Participante 7 nasceu e cresceu em Belém do Pará. Na sua linha do tempo, destaca como primeiro acontecimento relevante uma fala da sua mãe quando ainda tinha 14 anos: *"Eu nunca vou trabalhar para alguém"*. Ela ainda diz que, quando nova, sempre foi muito determinada e destemida, e conta uma história: quando criança, juntamente com sua irmã mais velha ganhou uma bicicleta, ela com uma bicicleta menor ficou olhando sua irmã em uma bicicleta maior e pediu a seu pai para remover as rodinhas da sua; sua família disse que era muito pequena para isso, mas, depois de sua insistência a removeu e a participante surpreendeu a todos ao aprender rapidamente a andar na bicicleta, demonstrando o quanto estava aberta a desafios e aprender as coisas rapidamente.

Quando adolescente, foi jovem aprendiz e destaca que, ao participar de cursinhos de formação, desenvolveu sua capacidade de criatividade e liderança, sendo reconhecida como muito esperta e inovadora. Mas sua adolescência não foi totalmente fácil. Aos 16 anos, marca como um episódio importante o *bullying* que sofreu por ter a pele oleosa e o quanto conviveu com o sonho de usar sua pele do jeito que ela era, sem maquiagem.

Depois de adulta, a Participante 7 destaca que o momento mais importante em sua jornada que a levou a uma profunda reflexão foi acompanhar o Círio Fluvial em 2015 (*Festa religiosa em Belém no qual ocorre uma peregrinação de barcos em homenagem a Nossa Senhora de Nazaré, padroeira da Amazônia*). Ao participar se depara com a poluição dos rios da floresta amazônica:

Eu acompanhei o Círio Fluvial. Foi a primeira vez, primeira e única vez que eu tinha acompanhado. Eu sempre ia acompanhar de forma terrestre, aí ele falou não, olha bora para o Círio Fluvial. E ele estava com Jet Ski emprestado, e a gente acompanhou de Jet Ski. Eu cai três vezes na água. Na primeira vez, eu estava com a adrenalina pura. A segunda vez eu estava cansada e eu bebi muita água e a água da baía do Guajará é uma água barrenta e suja, muito suja porque todo esgoto de Belém praticamente caí lá e vai dissolver ali entendeu. Na terceira, cara, já estava sem condição de subir no Jet Ski e eu estava com nojo daquela água. Eu falo para todo mundo, eu estava com nojo de tocar naquela água, então estava fazendo de tudo para não cair. E eu lembro quando eu fui passear pelo braço do rio, eu já estava no Jet Ski...Jet Ski com a minha tia e com a minha irmã. E se eu sentisse que o Jet Ski estava quase caindo, já estava indo para o outro lado, eu não aguentava mais cair naquela água. E quando eu entrei no braço de rio, o senhor estava lá tomando banho...Eu ficava “Cara eu não aguento mais cair nessa água que é suja e ele tá aqui tomando banho”. Mais na direção dele, tinha uma senhora, ela estava olhando para ele da janela da casa que é palafita, é muito difícil, tu não vai vê uma casa de alvenaria lá, eu lembro perfeitamente disso...

E foi essa vivência, juntamente com o incômodo que ela já vinha sentido de se deparar com uma quantidade imensurável de resíduos de açai nas calçadas da cidade, que a levou a falar com uma das suas professoras da Faculdade para desenvolver uma pesquisa para resolver o problema da poluição. Depois de apresentar os resultados e passar por alguns processos de incubação, ela começa a ver que sua solução poderia se transformar em um negócio. Esse momento foi importante e foi representado na sua linha do tempo a partir do prêmio que recebeu da Anprotec de Inovação e Empreendedorismo em 2017, dois anos depois do episódio do rio. Destaca ainda outros momentos significados como importantes, como ser mentorada por pessoas experientes e voltar à ilha na qual presenciou a problemática da poluição do rio para pesquisar especificamente sobre o tratamento de água. Posteriormente a isso, coloca como marco o encontro com sua sócia e os prêmios e processos de aceleração dos quais participou/ganhou: Amazônia Up-Programa de Pré aceleração, Startup Pará, Inova Amazônia, Participação na feira Beauty Fair, Medalha Alumni Diamante pela Estácio de Belém, Prêmio

Benchimol de Amazônia e empreendedorismo consciente, BNDES Garagem de Impacto, Iniciativa vencedora no hackathon Climathon da YCL, Participação no Bossa Summit, Vencedora no hackathon de água e saneamento da América Latina e Caribe- Incubação pelo YWFLAC.

### **5.1.8 Participante 8:**

O Participante 8 nasceu e cresceu na cidade do Rio de Janeiro, seus pais se conheceram no trabalho, ambos eram funcionários da Petrobras; seu pai, já falecido, era técnico de projetos e sua mãe, assistente social, atuava na área de Recursos Humanos. Ele diz que, ainda menino, sempre a viu organizar palestras e interagir com outras pessoas. Segundo ele, a mãe tinha um “lado muito humano” e estava sempre disposta a ajudar os outros, ouvir em profundidade e dar os encaminhamentos necessários para resolver os problemas que apareciam. Ele achava muito interessante esse trabalho mais sensível que sua mãe desempenhava. Esta, depois de se aposentar, abriu um pequeno empreendimento, uma cafeteria, mas que não foi bem sucedida.

Na sua linha do tempo, o primeiro evento que destaca como importante para sua jornada empreendedora foi o ingresso na Universidade pública, para cursar Direito. Ao falar sobre a escolha da profissão diz que, quando criança, queria ser taxista. Conforme foi crescendo, sua família tinha uma expectativa de que fosse diplomata. Ele resolveu seguir o curso de direito. Ressalta ainda que, no começo da graduação, tinha um interesse muito grande por direito penal, porém esse se esvaziou, dando lugar a uma predileção por direito administrativo, no qual lhe chamava a atenção o setor público e a relação entre o cidadão e a administração pública, Os questionamentos “*Como eu posso melhorar esse serviço público? Quais são as parcerias possíveis entre empresas e governos?*” o moviam, e foi devido a eles que começou a estagiar no Ministério Público Federal, onde conheceu inclusive um dos seus sócios que exercia a função de analista processual, em uma procuradoria regional do Rio de Janeiro.

Ainda reflete que, nas suas experiências acadêmicas e profissionais no direito, constatou que a profissão escolhida o levava muito a pensar sobre problemas e querer resolvê-los é o que o move na profissão.

Outro acontecimento presente na sua linha do tempo que destaca como primordial em sua jornada de começar a empreender foi participar de um *Hackathon (maratona de programação para criar soluções para problemas)* no Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro. Foi lá que um mundo de possibilidades se abriu, entrou em contato pela primeira vez com outras áreas do conhecimento como tecnologia, design e inovação e entendeu como essas áreas poderiam trabalhar juntas para potencializar a resolução de problemas. Foi ali que desenvolveu um primeiro projeto com seu sócio que, na época, era apenas amigo. O projeto foi premiado e relacionava-se com a problemática da *rachadinha (Prática ilegal de subtrair parte dos salários de funcionários indicados por políticos)*. No evento, teve uma “virada de chave”, reconhecendo que tinha capacidade para desempenhar resoluções e que ele, como um estudante de direito, podia criar soluções potentes com outros colegas para resolver problemas estruturantes do país.

O fato de buscar pessoas para se unir a ele aparece também como um evento relevante na sua linha do tempo. Já implicado com a problemática da violência doméstica e com a busca por uma solução que colaborasse com a resolução de problemas sistêmicos, o levou a procurar pessoas por meio do *linkedin* que aceitassem o desafio de criar um projeto. Foi assim que surgiu o time do Negócio G, que começou totalmente voluntário e que, segundo ele, inicialmente, não tinha pretensão de se tornar um empreendimento. O participante ainda destaca que o empreendedorismo para ele é muito mais uma ferramenta para chegar no propósito do que realmente o propósito em si, e que a escolha de se tornar um negócio relaciona-se mais em conseguir mantê-lo de forma perene.

Em sua linha do tempo, ele destaca que foi importante para sua jornada empreendedora a primeira implementação do projeto em um Tribunal de Justiça e o resultado concreto disso para a vida das mulheres, e também as premiações que vem recebendo ao longo do caminho, sendo inclusive em uma delas que ele se enxergou de fato como empreendedor pela primeira vez.

Por fim, o Participante 8 adiciona na sua linha um momento muito intimista da sua vida que significa como primordial em sua jornada de tornar-se empreendedor. Relata que, ainda adolescente, ao iniciar sua graduação, teve sérios problemas com timidez e dificuldade de se comunicar, agravados pelo tempo que ficou sem socializar no cursinho pré vestibular. Nesse período precisou buscar ajuda e um acompanhamento com uma fonoaudióloga, preparando-o para aprender a se

comunicar, falar em público e se expressar. Ele relata ainda que essa experiência de receber cuidado, quando mais precisava, o ajudou muito como pessoa e também como empreendedor, já que provavelmente não conseguiria falar em público, apresentar *pitchs* e a solução para diferentes pessoas e autoridades, como juízes, promotores e pessoas do governo.

### 5.1.9 Participante 9:

A jornada empreendedora da Participante 9 se mistura com um legado geracional. Sua família, na década de 1970, morava no Vale do Jequitinhonha (MG), em uma região muito seca e pobre. Fugindo dessa realidade difícil e sabendo que na época o governo federal possuía um programa de povoamento de terras no Estado de Rondônia, a família mudou-se para desbravar a região. Na época, conseguiram 30 alqueires de terra:

Aí teve que desmatar, teve que começar tudo do zero, andar naquelas picadas. Eram dias até chegar no sítio de mata fechada. Então Rondônia é um Estado que abraçou a minha família, né, e hoje a gente tem muita gratidão...

A Participante 9 ainda conta que, com 7 anos de idade, seu pai (que trabalhava em garimpo) e sua mãe se divorciaram, devido uma traição paterna. Então a mãe, ela e o irmão com deficiência se mudaram para outro município para recomeçar a vida, morando de favor, alimentando-se com o que as pessoas doavam e, sem renda, passaram por situações muito difíceis, intensificadas pelo adoecimento da sua mãe, que entrou em depressão. Com o passar do tempo, a vida da família foi melhorando, como destaca a participante *“E aí minha mãe despertou, e foi pra uma faculdade, estudou, passou no concurso público e a nossa vida começou a melhorar”*.

Discorre ainda que, embora a história da mãe a tivesse marcado, ela casou-se, teve dois filhos e manteve seu relacionamento por 12 anos:

Meu marido na época era extremamente machista, não podia estudar, não podia dirigir. Imagina, eu venho de toda essa história e me caso com uma pessoa assim. Eu me casei com 17 anos, fui aprender a dirigir com 28, ele não deixava eu dirigir, não deixava eu fazer nada, estudar nem pensar (risos).

Depois do divórcio, assim como a mãe, foi para a faculdade, cursar enfermagem. Muda sua vida, casa-se novamente com um marido que tinha um carinho grande, mas sofre um acidente de trânsito e ele vem a óbito no ano de 2018. Ela disse que esses episódios a ensinaram a necessidade de ser forte e considera que muitas vezes a dor vem para fortalecer.

O negócio se conecta à sua história, com o desejo e sonho da sua mãe, que depois de aposentada e enfrentado problemas hormonais, foi buscar alternativas, não medicamentosas para sua pele ressecada. Elas descobrem o poder da glicerina, dos óleos e das manteigas que existem de forma abundante na região em que moravam. Começaram de forma artesanal, mãe, tia e ela, vendendo em feiras e confeccionando aos poucos. A participante iniciou como aquela que ajudava a tia e a mãe, vendendo os sabonetes na faculdade e trabalho, mas logo emergiu totalmente no negócio. E foi devido à gratidão pelo Estado de Rondônia que a recebeu e acolheu as mulheres da sua família que decidiu fundar o negócio:

E é por essa gratidão (à Rondônia) que a gente pensou: "então vamos montar uma indústria de cosméticos em Rondônia". Começamos a fazer tudo isso, essa ideia começou com R\$ 152 e um sonho, né, e sem, ninguém sem, ninguém tinha dinheiro (risos).

E ainda ressalta que o sonho e o propósito do negócio se conecta com suas raízes e com sua avó, já que ele vinha reflorestando as áreas de terra da família. Questionada sobre os momentos que considera importantes na sua jornada empreendedora, ela diz que seu despertar e a decisão de empreender e querer viver do seu negócio ocorreram quando viu a mudança na vida das mulheres que atuavam junto ao projeto de fazer os cosméticos. :

O despertar foi quando eu vi a mudança na vida das pessoas, das mulheres lá, né? Quando a gente ia para aquele processo de coleta, a felicidade delas, a realização, não só no dia de coleta, em treinamentos que a gente leva para elas lá, também, porque a gente leva, a gente já levou vários cursos para elas lá, né? Pra elas, a cadeia produtiva, quando você vê que você tá impactando, está despertando essa vontade em outras pessoas, foi o meu despertar.

Ainda destaca que ver seus parceiros, como o seu parceiro produtor de amêndoa de cacau, ganhar premiações em razão dos cosméticos, a deixa muito orgulhosa, ou quando os produtos são comercializados para o exterior, ela ainda

complementa: *“então eu acho que é, esse despertar na vida das pessoas que me fez despertar também, né?”*

Outros momentos importantes que ela destaca como relevantes em sua jornada foram a ajuda de diferentes pessoas que acreditaram no projeto e, desde então, os apoiam principalmente com conhecimento, além do início da sua graduação em farmácia para tornar os produtos do negócio ainda melhores.

#### **5.1.10 Participante 10:**

O Participante 10, biólogo, nasceu no sul do país, mas relata que morou em diferentes lugares. Ainda criança, com o divórcio dos pais, a mãe foi morar em Porto Velho e o levou junto. Diz que tem lembranças de abraçar as árvores enormes da Amazônia e se encantar com a ideia de viver no meio da floresta. Na juventude, retornou ao sul do país para estudar, mas o carinho e cuidado com a floresta sempre esteve presente, tanto que volta para região Norte para fazer mobilidade acadêmica na faculdade, fazendo parte de seu curso, em uma Universidade da cidade de Porto Velho com objetivo de estudar a Amazônia.

Depois de formado, novamente retorna ao sul e começa a trabalhar com coleta de material biológico. Em novo retorno ao Norte, vai trabalhar nas usinas do Rio Madeira, torna-se biólogo de campo, passa um bom tempo viajando e trabalhando no “meio do mato” em regiões isoladas. Faz mestrado em tecnologia voltada para a zootecnia e desenvolve uma tecnologia socioambiental que consistia em aproveitar o rejeito de pesca de arrasto do siri, na tentativa de ajudar no cultivo das espécies. Ele destaca que, antes mesmo de ingressar no mestrado, sempre esteve muito ligado ao trabalho voluntário e que, em diferentes ocasiões, envolveu-se em expedições na Amazônia, acompanhando fiscalizações, pesquisas, reflorestamento, etc. A primeira expedição foi marcante:

Nessa primeira excursão, eu lembro que não tinha, vamos dizer, não tinha espaço pra mim, porque quando eu cheguei no laboratório, já tava tudo programado, aí eu doido né, biólogo do sul, falei “pô, por que que eu não vou né? Você tá louco como é que eu não vou num negócio desse muito legal e tal”. Eu liguei para a minha chefe, eu queria ir, não tinha lugar no carro, assim tinha que se deslocar 800 km até uma cidade chamada Costa Marques, não sei se é 800 km deve ser uns 800 km ou perto disso, para pegar um barco, descer até Guajará Mirim. E não tinha lugar no carro, daí eu desliguei, “não beleza”. Aí o meu amigo que morava comigo, a família dele é de Costa Marques, eu falei “Quanto é a passagem para Costa Marques?” e ele respondeu “sei lá 150 reais”. Eu falei “Caralho, só isso velho?”. Aí eu liguei de novo,

10 minutos depois pra minha chefe e falei “E aí tá, não tem lugar no carro, mas se eu estiver lá, se eu estiver na beira do rio na hora do barco zarpar eu posso entrar no barco, tem lugar no barco pra mim?”... E eu consegui ir, um monte de gente no laboratório querendo ir e não ia né, ficou pensando “poxa como ele foi?”. Aí eu falei “eu fui, eu estava na beira do rio, comprei um ônibus, eram 12 horas de viagem ou mais”... E eu gostei, foi muito legal, depois disso eu virei biólogo de campo do mesmo laboratório fui em todas, eu virei o coordenador da coletas né.

O relato procura informar um senso de desafio, de correr atrás dos seus desejos e de liderança presente no participante, que em diferentes momentos da sua vida, saiu em busca de desafios e problemas para serem resolvidos. Depois do mestrado, não quis ingressar no doutorado e começou a desenvolver um aplicativo para conectar pessoas que precisavam de serviços autônomos com pessoas que precisavam desses serviços. Desenvolveu o aplicativo, colocou no ar, aprendeu várias coisas que diz que foram importantes para sua jornada empreendedora. Participou de *Hackathons*, desenvolvendo soluções e chegou a ganhar alguns. Mas foi depois de se envolver como voluntário de uma Organização Social - que inclusive é parceria atual do seu negócio - e de refletir sobre o que estava acontecendo com a Amazônia que ele decidiu fundar seu negócio:

Aí nesse meio tempo também essa coisa das queimadas tudo mais que era uma dor muito mais antiga do que serviços. Assim eu sou fissurado em achar soluções, eu acho, executo, crio quando funciona eu falo “está pronto quem quiser usar usa” né. Aí assim a dor, uma dor muito grande é a floresta né, a destruição dela. Filosofando muito, pensando muito sobre isso, eu “caramba né, se a gente não fizer nada vai acabar e na verdade quem vai acabar é a gente né”. A natureza não acaba, a gente acaba com muitas espécies, volta a existir outras. Mas assim, a espécie humana acaba antes do planeta, só se gente botar um monte de bombas atômicas para explodir ao mesmo tempo, daí a gente consegue explodir o planeta Terra...

Desde então ele segue empreendendo e sonha com um dia em que todo o mundo entenda que a floresta vale mais em pé do que derrubada.

Destaca-se a partir das histórias acima que cada empreendedor apresenta vivências próprias para fundar e manter seu negócio. Cada evento apresenta um sentido individual para os participantes, tornando aquilo significativo em sua jornada. Entretanto, ao longo da trajetória, algumas dessas significações são compartilhadas pelo conjunto de participantes, tornando-se particular ao grupo entrevistado, como será retratado na seção a seguir.

## **5.2 Particularidades: O comum das jornadas em empreender um negócio de impacto socioambiental**

A seguir são apresentados os elementos comuns às jornadas dos participantes, esses elementos como já delineados no método foram organizados em passado, presente e futuro.

### **5.2.1 Passado: os condicionantes materiais e simbólicos anteriores à fundação de um negócio de impacto socioambiental**

#### *5.2.1.1 Pertencimento de classe, racial e territorial: marcadores de identidade*

O Primeiro tema intitulado “Pertencimento de Classe, Racial e Territorial: marcadores de identidade” remete às significações trazidas pelos participantes sobre como seus pertencimentos se imbricam na constituição de si como empreendedores. A identificação e demarcação de quem são perpassam suas origens, os lugares onde nasceram e cresceram e as suas inter relações.

Ao longo das entrevistas, o pertencimento à classe social trabalhadora emerge como fundante das relações de trabalho de seus familiares, sendo necessárias várias iniciativas para a sobrevivência, para a busca por melhores condições de vida e para a mobilidade social. As dificuldades que tiveram que enfrentar por terem nascido em famílias pobres e não abastadas são destacadas nos sentidos construídos pelos empreendedores associados ao desejo de resolver problemas enfrentados, não só do ponto de vista pessoal, mas também coletivo. Assim, problemáticas como a pobreza e violências diversas, sofridas pela classe, são trazidas como motivadoras para a implicação dos desejos e ações que se articularam em possibilidades de melhoria das suas vidas, em comparação com a de seus familiares, e das vidas de outras pessoas, com as quais também se identificavam. Como relata a Participante 1: *“foi tudo relacionado à periferia, né?! Eu sou nascida e criada aqui... Ser pobre! Nascer pobre foi fundamental.”* E como complementa a Participante 4:

Desde sempre quis ter uma profissão, estudar... Contribuiu também em relação a isso de não ter, entendeu? Ninguém da minha família que tivesse alguma profissão,

um estudo, entendeu? Todos paravam ao menos no ensino médio, ou então não concluíam o ensino médio... e não, é? Seguiu adiante...(Participante 4)

Outro condicionante predominante, na história de 8 dos 10 participantes, foram as transformações de vida derivadas dos deslocamentos territoriais e dos pertencimentos que eles promoveram e que, de certa forma, também se associam à condição de classe. Esses deslocamentos ocorrem, predominantemente, por dois motivos distintos: na infância, na busca das suas famílias por um recomeço e melhores condições de vida; na juventude/adulterez, ocasionado pelo ingresso no Ensino Superior. Essas mudanças, impactam diretamente as relações de amizade e relacionamentos dos participantes e os possibilita desde novos a aprenderem a se adaptar a diferentes contextos e realidades, como fica evidente no trecho a seguir:

Pelo fato dos meus pais serem nômades, né?! Eles, tipo, tavam sempre trabalhando em lugares é... Diferentes, né, por causa de questão de emprego mesmo, crises afetava muito. Tipo, meu pai ele trabalhava metalurgia e... Ou às vezes ele era porteiro, minha mãe era costureira e tal. E as vezes, quando esgotava as chances de emprego de uma localidade, a gente tinha que se mudar para achar uma outra fonte de renda para eles, né?! E nisso eles não se preocupavam assim, tipo: "Ai, o melhor amigo de infância do Participante 3 vai ficar chateado." ou "O Participante 3 vai ficar chateado se ele sair daqui.", né. Tanto é que todos amigos de infância que eu cultivava, assim, de dois ou três anos, eu perdia contato fácil, assim, porque a gente não ficava num lugar único, né. (Participante 3)

Ao mesmo tempo, no deslocamento territorial, os participantes adquirem uma capacidade de também se relacionar genuinamente com outras pessoas e criar novas relações nos lugares por onde passam, como fica marcado na fala do Participante 2:

Uhum... deixa eu pensar. Acontecimentos... eu acredito assim que sempre, sempre que eu moro numa nova cidade, quando eu estou num novo local, eu não sei porque, eu não sei se é coincidência, mas eu sempre atraio, é, pessoas, não sei, pessoas boas, pessoas que, que são amigas, realmente pessoas que, que são legais, que eu gosto de tá perto assim, de ser assim acontecimento, é realmente atrair pessoas. Não sei dizer o porquê, mas é impressionante como sempre encontro pessoas assim que são legais, pessoas que, é, você percebe que tem uma vibe boa e eu consigo conviver com elas (Participante 2).

Percebe-se na fala do Participante 2, a condição que o deslocamento produz de um meio que provoca o sujeito a abrir-se, quando se está em um novo local, para

o encontro com outras pessoas para a construção de relações, mesmo que por um curto período de tempo, como relatado anteriormente pelo Participante 3. Esses mesmos deslocamentos territoriais aparecem na fala dos participantes como impulsionando a relação que estabelecem como ambiente sociofísico e com as problemáticas dos lugares em que passam e se vinculam.

Os pertencimentos, sejam eles de classe ou territorial, associam-se à importância do reconhecimento de suas origens, que aparecem no processo de constituir-se empreendedor de Negócios de Impacto Socioambiental como legado familiar, uma vez que citam membros de gerações anteriores que cultivavam a busca de soluções de problemáticas diversas. A Participante 9, na fala a seguir, conta sobre como significa a influência da avó nesse processo, trazendo a intencionalidade da anciã na sua motivação em empreender:

E lá na nossa propriedade a minha vó já vinha trabalhando nessa contramão, né, que meu vô desmatou, porque na época precisava e ela já vinha nessa contramão de reflorestamento, a gente tem várias áreas lá que minha vó já tinha reflorestado, né? Então quando surgiu a ideia de trabalhar com essas duas palmeiras que tem abundância em Rondônia, que é o babaçu e o buriti, foi aí onde se concretizou essa questão do impacto socioambiental, né? (Participante 9)

Reconhecer a forte atuação das mulheres da sua família, como a avó que reflorestou sua propriedade e a mãe que geriu a casa depois do término de um casamento difícil, a auxiliou na criação do seu empreendimento que tem uma forte missão de preservação ambiental, respeito à floresta e empoderamento feminino de mulheres rurais.

O encontro com as origens também se apresenta a partir de um recorte racial, no qual os participantes negros ressaltam a necessidade de superação das violências e problemáticas que incidem histórica e estruturalmente a vivência das pessoas negras no nosso país. Como marca que carregam nas suas vivências desde a infância, o reconhecimento de suas ancestralidades e das condições desiguais mobilizam esses participantes a associarem o tornar-se empreendedor à proposição de negócios que visam impactar as problemáticas que afetam predominantemente as pessoas negras, como relatado pelo Participante 6:

É que quando eu era pequeno eu sempre busquei muito a referência negra na minha vida, assim... Então, eu sempre, eu brinco que quando eu era o herói quando

era pequeno eu queria ser o herói que era negro... Quando eu chegava dentro de um espaço, eu procurava uma referência negra pra eu poder me espelhar... Cara, isso em primeiro momento... Não era tão consciente... Mas eu sempre era as pessoas falam que eu era do contra... Não é que eu era do contra, eu buscava pessoas que eram parecidos comigo... Então, eu acho que isso foi me levando pra um lugar de tipo “Cara, não... agora eu preciso fazer com que as crianças e as pessoas se vejam nos lugares, porque eu não tô vendo meu povo, né? Onde é que tá essas pessoas, né?” Então eu acho que: é um pouco sobre isso, assim. (Participante 6)

A necessidade de buscar referências e não encontrá-las facilmente o fez buscar soluções para que as gerações futuras não passem pela mesma dor. No mesmo sentido o também Participante 3, discorre que o processo do encontro com sua ancestralidade o permitiu se conectar com o papel do seu povo na agricultura familiar, impulsionando-o a tornar-se um empreendedor que busca resolver as problemáticas enfrentadas nesse setor:

Eu comecei a notar, que, tipo, cara, eu faço parte da agricultura familiar e não sabia! E... E nesse processo de eu entender que eu faço parte, comecei a me engajar mais, assim, sabe? Porque tipo eu tô ajudando meu povo a se desenvolver. Se você notar as favelas, todo esse processo veio da agricultura, né, depois que veio a abolição é... Os negros saíram com uma mão na frente e outra atrás, né, então, tipo: “Agora tu se vira porque tu não é mais meu escravo.”, daí começou a criar as favelas e tal (...) O Ceagesp, por exemplo, ele não permitia que índios ou negros vendessem no Ceagesp, era só os herdeiros que vendiam, então isso começou a ter um desequilíbrio econômico na distribuição de renda, sabe? (Participante 3)

Destaca-se, no trecho acima, que ao identificar-se como pertencente à agricultura familiar, o Participante 3 se conecta com um processo histórico e, assim como o Participante 6, busca maneiras de lidar com uma problemática estrutural centenária por meio do empreendedorismo.

A conexão com as raízes e a busca por modificar a realidade no qual fazem parte, relaciona-se também com o próximo tema particular das histórias dos participantes dessa pesquisa.

#### *5.2.1.2 Incentivo ao estudo: impulso a ascensão social*

A possibilidade de melhoria nas condições de vida é trazida, inicialmente, por todos os participantes, pela via da educação. A busca pelos estudos é demarcada em grande parte pelo desejo de ascensão social, como demonstrado na fala da Participante 4:

Eu sempre tinha na minha cabeça que eu tinha que estudar, entendeu? Eu venho de pais que não são formados, que não têm ensino médio, não tem... Nenhuma, nenhuma profissão em si, minha mãe sempre foi doméstica e meu pai foi agricultor. Então eu tinha sempre em mente que eu tinha que estudar, então eu fui, né? Minha carreira acho que de estudo mesmo começou quando eu entrei numa escola profissionalizante no meu ensino médio, no qual eu cursei agrimensura, nada a ver com o que eu tô fazendo hoje, mas eu acho que foi muito importante para mim sempre pensar em fazer uma faculdade, seguir, né? Uma carreira em si. (Participante 4)

Para alcançar esse objetivo, evidencia-se o quanto os participantes contaram com uma rede de apoio material e, principalmente simbólica, para poderem seguir os seus estudos, recebendo incentivos geralmente dos seus pais, como fica evidenciado no trecho a seguir:

A minha mãe, ela sempre deu muita importância para o estudo, ela brigava muito pra gente estudar. Então, acho que esse incentivo da minha mãe ao estudo fez a diferença. (Participante 1)

O acesso à educação como ascensão social atrela-se assim ao desejo dos pais de verem seus filhos em posições sociais distintas das suas e a conquistarem melhores condições de vida e oportunidades, como evidencia-se nas fala do Participante 8, *“Minha mãe falava: Ah, vai ser diplomata, meu filho!”*. Verifica-se assim um ethos da família sobre as expectativas para o filho, expectativas essas que também ficam evidentes na história do Participante 3:

E minha família nunca teve condições boas, assim, sabe, financeiras, então era sempre na sobrevivência mesmo, assim, sabe?! Tipo, tinha que me virar.(...) (...) E daí a minha mãe, ela já cultivava algumas coisas na minha cabeça, né (...) “Cara, você vai ter que ser além do que a gente é.”, meu pais não têm ensino médio, assim, sabe?! E... E daí tinha essa cobrança, assim, tipo: “Cara, como que eu vou construir algo?”, que às vezes a gente não tem condições de comprar uma mochila pra ir pra escola, entendeu? (Participante 3)

A herança geracional dos familiares, investida nas expectativas para a geração mais nova, também se constitui a partir de exemplos e modelos na relação com o mundo e as dificuldades. As expectativas dos pais refletem em apoio aos filhos, mas também exercem mediação por suas próprias ações, uma vez que, ao

longo das suas vidas, foram inspirando os participantes na construção de uma versão de si como quem busca se tornar uma pessoa melhor:

Acho que influência sempre foram meus pais, sempre, sempre, sempre. São pessoas assim, muito bem sucedidas em tudo que eles fizeram, seja na família que eles têm, seja no emprego que eles têm, na convivência com amigos. Enfim, eles são pessoas que, é, o que eles pegam para fazer, eles conseguem. São pessoas muito boas e para mim sempre foram, é, meus maiores exemplos desde o início mesmo... Eles apoiam todas as minhas decisões. Tudo que eu invento de fazer, eles apoiam. (Participante 2)

Dessa forma os filhos não apenas buscam os desejos da família, mas também se espelham nesta. É a esperança projetual dos pais articulando-se com a esperança projetual dos filhos.

Além do seio familiar, os participantes relatam a importância de contar com o apoio de pessoas externas para auxiliá-los em suas jornadas educacionais, como amigos e, principalmente professores, como destacado na fala da Participante 4 que decidiu ingressar no Ensino Médio Técnico por influência e que foi fundamental para posteriormente ingressar no Ensino Superior:

O momento que me levou a fazer esse curso foi o incentivo de uma amiga, né? A gente fazia o Ensino Médio em uma escola normal, entendeu? Que não era profissionalizante e foi abrir essa escola, chegou aqui no Juazeiro, né? Era nova e foi, veio a divulgação na escola que eu estudava, aí quando veio a divulgação e minha amiga disse "Ah, vamos fazer a inscrição?" e a gente fez. Aí de início, né? É, tinha que fazer uma seleção, no qual essa escola tinha 4 cursos, que era design de interiores, edificações, desenhos da construção civil e agrimensura, então, é eu queria, né? Design, porque minha amiga ia fazer design, né? Mas eu não tinha nenhum incentivo de querer fazer design, eu ia fazer porque ela queria, então a gente fez a seleção, ela passou em design e eu fiquei em agrimensura, ou seja, no resto. (Participante 2)

As figuras dos professores também ocupam um papel primordial na vida de muitos entrevistados, a Participante 7 relata:

Eu tive a professora (*nome da professora*) que foi a pessoa que mais acreditou em mim lá no início, que eu tenho uma gratidão imensa que era um tipo de pessoa que se eu chegasse e falasse, eu quero transformar pau em pedra, ela não ia chegar e falar cara isso é impossível, ela falava beleza bora pesquisar, bora fazer. (Participante 7)

E o Participante 3 ressalta:

Então todo mundo precisa de um mentor. Então, a professora de fisiologia foi uma mentora muito foda pra mim é... Eu vou até colocar essa frase: "Todo mundo precisa de um mentor".

Fica explícito o reconhecimento dos participantes em acessar pessoas mais experientes para orientar sua trajetória educacional. Ter pessoas que acreditavam neles foi fundamental para também acreditarem em seus potenciais. A ajuda e apoio são processos que depois se fazem também presentes em suas jornadas empreendedoras.

### *5.2.1.3 Experiências educacionais: novas realidades, aprendizados e protagonismo*

Como já relatado, o acesso à educação aparece como algo fundamental na história dos empreendedores. São nos espaços educativos que estes entram em contato com novos conhecimentos, realidades, oportunidades e, ao mesmo tempo, começam a exercer seus papéis de liderança e protagonismo, que ocorrem tanto em vivências no âmbito da relação com o ensino formal como também com as atividades extracurriculares promovidas pelos espaços educativos.

Diferentes participantes relatam que tiveram uma adolescência/ juventude permeada por atividades extracurriculares e de voluntariado, como descrito pelo Participante 3: *"Fazia, ahã. Fazia de dança, é... Informática e... Paramilitar."* A partir do seu relato e de outros participantes, identifica-se que essas vivências constituíram um conjunto formativo de modos de agir, pensar e sentir, imprimindo condutas, valores, afetos e horizontes utópicos, também significados pelos entrevistados como importantes para o desenvolvimento de modos de pensar, sentir e agir para atuar em seus negócios posteriormente. A participante 1 descreve:

Quando eu era adolescente eu fazia de tudo, tudo que tinha pra fazer. "A... Tem aula da catequese? Vou fazer!", "Tem aula de capoeira? Vou fazer!", "Tem aula de karatê? Vou fazer!", "Tem aula de dança do ventre? Vou fazer!"... Fazia bordado, fazia... Fazia ponto cruz, fazia crochê, tocava bateria, tinha uma banda, tocava na igreja, tudo que tinha pra fazer eu fazia. Então, eu sempre tive um perfil muito ativo.(Participante 1)

E os participantes 3 e 2 complementam:

Chama "Guarda Mirim", então daí você faz um curso lá, de... Com o sargento, né, daí você aprende a marchar, a fazer flexão, essas coisas coisas assim e fora outras coisas de cidadania (...) Que você aprende sobre leis, direitos e deveres, essas coisas. (Participante 3)

Só que na Ordem DeMolay você aprende, aprende várias coisas, porque é o grande intuito da Ordem DeMolay, é despertar líderes em jovens de 12 a 21 anos. Aí dentro desse aprendizado, você aprende assim, é, várias lições, principalmente de companheirismo. E nesses aprendizados você vai conhecendo, assim, pessoas que realmente você gosta de estar perto, que são pessoas que têm o mesmo intuito, que vão crescendo com você. E aí esse aprendizado, esse, esse, esse companheirismo foram coisas assim que me marcaram muito. Então é por conta disso. (Participante 2)

As diversas atividades adensam e desenvolvem possibilidades de ação e, ao mesmo tempo, vão constituindo também uma base moral e ética de posicionamento dos participantes em relação a si mesmo e ao mundo. Essa atuação e o perfil ativo, como denominado pela Participante 1, também reverberam na Educação Básica e Superior.

É no Ensino Básico e/ou Superior que surgem as primeiras ações de liderança e protagonismo de muitos dos empreendedores entrevistados, ações essas que perpassam as atividades como ser representante de turma, resolver problemas existentes na escola, liderar entidades estudantis ou expedições científicas na faculdade. São nessas primeiras experiências que os participantes entram em contato com modos de agir essenciais para gerir seus negócios posteriormente, como lidar com pessoas, mediar conflitos e buscar soluções para conflitos.

O participante 3 relata que, ainda na educação básica, organizou um grupo de estudos para ensinar matemática para seus colegas, como forma de substituir as aulas vagas por falta de professor. Já o Participante 8 destaca o protagonismo quando ainda garoto, assumindo uma posição de liderança na classe:

Já fui representante de turma quando eu era garoto, né, no colégio, acho que na terceira ou quarta série. Então, eu tinha um, eu tinha um envolvimento mais político assim não era de centro acadêmico, grêmio não, mas eu era muito ligado a isso, gostava muito de estudar (Participante 8)

E o Participante 2 destaca suas experiências de lideranças durante a universidade:

Aí eu fui, ingressei no time ENACTUS, no começo eu não me interessava muito, mas em 2018 eu já me interessei mais, comecei a ir mais pras comunidades, comecei a gostar mais de tá ali com o pessoal, criar uma amizade muito grande, aí em 2018.2, é, foi em 2018? Foi em 2018.2, eu assumi a vice-presidência junto com um amigo meu que tava como presidente, acho que foi uma, uma das primeiras experiências minhas como líder, fui o vice-presidente do time geral, e com o passar do tempo eu fui me interessando... (Participante 2)

O Ensino Superior é um elemento presente na trajetória dos 10 participantes, alguns já graduados e outros graduandos e, para todos, a entrada na Universidade e a conclusão da mesma é a realização de um sonho antigo, pessoal e familiar. Entretanto, o ingresso que promove uma série de experiências significativas destacadas para os participantes, também atua como a experiencição de um encontro com o desconforto e a frustração, como relata o Participante 2 *“A graduação pra mim era um grande peso, tinha várias vezes que eu não pensava, não pensaria em terminar por conta que era um curso difícil e eu tive várias frustrações...”*. O desânimo e a vontade de desistir acompanharam outros participantes, principalmente em virtude das dificuldades financeiras, incluindo a Participante 1, que tentou cursar a universidade diversas vezes e se viu obrigada a desistir, e o Participante 6, que vendia bolinhos durante a faculdade para se sustentar financeiramente.

Além dessas experiências que expressam as dificuldades de se manter no Ensino Superior, o Participante 3 relata um choque de realidade que o fez querer desistir da sua graduação distintas vezes:

É em relação ao choque de realidade, né, porque eu me formei na (nome da Universidade), né, e... E ela é uma faculdade no Paraná muito elitizada, não sei se é só no Paraná, mas acho que é o que eu conheço, né? É muito elitizada, assim, sabe?! É muito filhinho de papai que mora lá, sabe? Muito filho de fazendeiro que estudava comigo, sabe? Eu ia de ônibus e os caras iam de Hilux. Então, a discrepância, para você ter uma noção, na aula de cálculo, foi a primeira aula que eu tive, né, é... Tinha uma fileira de carteira vazia que separava quem pagava de quem não pagava na faculdade. (Participante 3)

Essas vivências comportam elementos contraditórios que, juntos, os impulsionam para o aproveitamento de oportunidades e, ao mesmo tempo, ocasionaram o questionamento e a elaboração crítica sobre os seus lugares no mundo, levando-os ao reconhecimento das desigualdades sociais existentes, e

vividas por seu corpo e inserção em espaço educacional, como relatado pelo Participante 3.

É no espaço universitário também que muitos dos participantes entraram em contato com o voluntariado e com o empreendedorismo, vivências retratadas por esses como fundamentais para a decisão de empreender, como relatado no próximo tema.

#### *5.2.1.4 Experiências com empreendedorismo: crítica e caminho para os negócios de impacto socioambiental*

O contato com o empreendedorismo antes dos participantes fundarem seus negócios foi algo presente na jornada de 9, dos 10 participantes, ocorrido através de uma das três situações: por meio da família, por meio do Ensino Superior, ou por meio do trabalho, seja atuando em ambientes de inovação ou empreendendo um negócio convencional anteriormente.

Ao questionar os participantes, esses relatam que as famílias muitas vezes empreendiam por necessidade para suas sobrevivências e geração de renda complementar e não como uma oportunidade, vivenciando as nuances do empreendedorismo informal, como é o caso da Participante 4: *“é minha mãe sempre vendeu (dimdim) e sempre vendeu pastel... era isso, e meu pai também, sempre vendeu salgados... na parte de empreendedorismo”*. Ou até resolveram empreender depois de aposentados, como é o caso na mãe da Participante 1 e da do Participante 8:

Depois eles, minha mãe nunca empreendeu na vida inteira, depois passou a ter, já quase aposentada, abriu uma cafeteria, aqui numa estação de metrô do Rio e na carioca, aí eu... Apesar de eu falar com ela: "Olha, mãe, talvez não seja interessante porque ali não tem muita área, não tem muito fluxo de pessoas..." Depois não deu outra, o negócio não funcionou, muito bem, ela teve que fechar, trabalhava ela e a irmã dela, então, ela empreendeu dessa forma, mas teve uma experiência boa de início, mas depois negativa porque teve que fechar. (Participante 8)

Como a fala do Participante, constata-se que a relação das famílias com o empreendedorismo ensinou aspectos não de um modelo necessariamente a ser seguido, mas de experiências diversas, de fracasso ou sucesso.

Outra situação que aparece como importante para acessar o empreendedorismo foi a Universidade. O primeiro contato com a temática de 5 dos

10 entrevistados deu-se devido trabalhos de conclusão de curso, disciplinas de empreendedorismo ou pelo acesso a entidades estudantis ligadas ao empreendedorismo, como destacado pelas falas dos participantes:

O primeiro contato com o empreendedorismo que eu tive foi na faculdade, né, eu tive que fazer o TCC, que no caso foi o Negócio C, mas o Negócio C não era nesse formato que eu te apresentei hoje, o Negócio C era um delivery de cesta de orgânicos. (Participante 3)

Conseguia ter contato com o empreendedorismo social, a partir do momento que eu entrei na Enactus... Que me ajudou bastante, eu acredito também que as faculdades, pelo menos a minha, né? Ela não foca no empreendedorismo, ela foca só naquele aluno centrado em uma sala de aula... E no qual o empreendedorismo é muito fraco... Mas, é o contato mesmo com o empreendedorismo foi depois que eu entrei na Enactus. (Participante 4)

Destaca-se que, nos casos da Participante 4 e do Participante 2, ambos começaram a empreender a partir do ingresso ainda na graduação em uma entidade estudantil voltada para o empreendedorismo social, denominada Enactus.

Diferente do Participante 4 e da Participante 2, os Participantes 1, 3, 6, 7, 9 e 10, antes de fundarem seus negócios de impacto socioambiental, atuaram diretamente em outros negócios. A Participante 9, empreendia um negócio convencional no setor de informática com seu primeiro marido. A Participante 1 vendia chinelos, bordados personalizados e roupas. A Participante 7 trabalhou em uma *startup*. O Participante 3 atuou em um programa de aceleração empreendedora e o Participante 6 começou a empreender ainda na faculdade um negócio para vender bolinhos. Em todas essas experiências, os empreendedores compartilham de uma desilusão com o empreendedorismo convencional, como evidencia-se nas falas a seguir:

Então, a empresa do bolinho ela faliu porque a gente não tinha um modelo financeiro muito bom na época, aí eu brinco que foi um grande estágio pra mim no empreendedorismo... Só que aí eu falei "cara, não... essa parada de empreendedorismo não é pra mim... Nessas coisas eu só vejo... Homem branco rico fazendo isso... cara, não tenho ninguém ali por mim, então... Não é muito para mim". (Participante 6)

Por mais que o participante considere ter aprendido com a experiência de empreender, ele também demonstra a desilusão e uma falta de identificação com o imaginário do "ser empreendedor". Sentimento presente na fala de outros

participantes, como a Participante 1 e a Participante 9, que também relatam uma não identificação com as atividades que até então executavam em seus negócios:

Aí depois comecei a fazer estamperia de roupa infantil, foi quando eu comecei a desenvolver uma marca de fato de um jeito um pouco mais elaborado, é... Mas, eu não tinha identificação com nenhuma dessas atividades que eu executava até então. (Participante 1)

Desisti porque envolvia funcionário e muita dor de cabeça, equipe muito grande, depois a empresa virou um provedor de internet, e você gerir aquilo, aí foi quando eu falei: "Eu vou fazer um curso de, na área de saúde", que foi onde eu fiz enfermagem, passei num concurso, e também não quis mais saber de informática. (Participante 9)

A não identificação também é marcada por não concordar com o modelo do empreendedorismo convencional, como evidencia-se no trecho dito pelo Participante 3:

Sabe, tipo, é uma aceleração por capital é um... É um... É uma gana, um sangue no olho muito forte por dinheiro, assim, sabe?! Que eles cultivam nas pessoas e eu não gostava dessa pegada, sabe? Não me sentia confortável nessa pegada, mas a princípio era aquele mundo de negócios e empreendedores que eu conhecia, sabe? (Participante 3)

O desgosto pela aceleração por capital relatada pelo Participante 3, juntamente com a pressão, também é descrito pela Participante 7 que conta como a experiência de trabalhar em uma *startup* no modelo tradicional foi adoecedora:

Eu sou calva, tem uma entrada aqui, eu trabalhei um tempo em uma startup e eu só consigo te dar a minha visão de fora, outra coisa é estar inserida, então foi tão sugante assim, me sugou tanto que eu tava no nível que era isso... Eu tive um pico de ansiedade, eu fui parar no hospital porque eu tava no pico *stress*, eu tive um pico de *stress* muito forte, de sentir dor, muita dor nas minha pernas e tudo, o cabelo daqui tava caindo...(Participante 4)

Nesses relatos, verifica-se que todos os participantes, cada um a seu modo, vivenciaram acontecimentos no contato com o empreendedorismo que contribuíram para que os entrevistados atribuíssem sentidos próprios para o desejo de não querer empreender negócios convencionais. A crítica ao modelo desse tipo de negócio reconhece contudo que, mesmo com a negação e a desistência de empreender esses negócios convencionais, as vivências nestes foram fundamentais para mobilizar modos de pensar e agir utilizados atualmente em seus novos empreendimentos. Como relatado pela Participante 9: *"Eu empreendi durante dez*

*anos na área de informática, eu comprava peças de computador, montava e entregava pro cliente. É uma experiência bem diferente, né? Mas algumas coisas a gente já tinha um norte, né, do que era empreender, né?”*

#### *5.2.1.5 Experiências no voluntariado: encontro com pessoas que desejam resolver problemas*

A realização de trabalhos voluntários é algo marcante e significativo na jornada dos empreendedores, alguns desses relatam que fazer ações sociais era algo presente em suas vidas desde muito novos, como é o caso do Participante 6 que relata que ainda menino já se mobilizava:

E comecei a (atuar) em ONG, então eu fazia muito voluntariado, assim, era uma coisa que eu gostava de fazer, assim... fazia bem, tal, (com os amigos)... e acho que isso fui, foi pegando um pouco do jeito... (Participante 6)

Evidencia-se, na história dos empreendedores, que o voluntariado significava uma maneira de doar seu tempo, dedicar-se à resolução de problemas socioambientais e, também, uma forma dos participantes se relacionarem com outras pessoas, cultivar amizades e se conectarem com outros indivíduos com propósitos comuns, como expressa a Participante 5:

Eu entrei para APASC, que é essa ONG ambientalista super antiga, uma das mais antigas do Brasil, que tem aqui em São Carlos até hoje, até hoje eu sou da ONG, sou da diretoria da ONG, já to lá há uns 20 anos. É... São Carlos tinha muito isso, sabe?! Você circulava e as pessoas tavam, elas mesmas estavam em todos os lugares, isso foi fazendo esses laços de amizade, né, e todo mundo se movendo com um ideal em comum, né, de tentar achar as soluções pros problemas ambientais urbanos. (Participante 5)

O desejo por explorar e conhecer outras realidades distintas das que estavam acostumados também era uma motivação ao se voluntariar, e se envolver em atividades voluntárias se torna algo frequente, como evidencia o Participante 10: *“Sempre, eu tenho problema com isso né, ser voluntário assim, tem que lembrar das contas de vez em quando, mais assim sempre...”*

Em muitas das jornadas dos participantes foi o voluntariado que possibilitou a conexão com seus propósitos e com as problemáticas que posteriormente buscam resolver em seus negócios, como é evidenciado na fala a seguir:

Daí ali que eu tive as minhas primeiras missões universitárias e voluntariados que fiz pela graduação. Eu fui para Registro, trabalhei em Registro numa comunidade é (...) e que tem uns ribeirinhos e tal, e foi muito legal trabalhar lá e ali que começou o meu despertar, assim, sabe, pelo (...) (...) “Ah, qual é tua formação?” (Uma senhora perguntou), “Ah, eu tô me formando em agronomia.”, “Ah, você pode ajudar a construir minha horta?” “Aí eu não preciso ir no mercado comprar mais.”, né. Aquele pedido dela tão... Tão simples assim, sabe? Mas para ela era tão grande, é... Me fez refletir muito assim qual era minha missão como engenheiro agrônomo. (...) (...) “Cara, eu tô aqui pra alimentar as pessoas. O meu propósito como engenheiro agrônomo é alimentar as pessoas.” e até hoje é isso, por isso que eu trabalho com segurança alimentar. (Participante 3)

Assim como o Participante 3, que entra em contato com o voluntariado por estudar em uma Universidade Católica que promovia missões, outros participantes relatam a relação do voluntariado com sua religiosidade e o papel desta para buscarem realizar boas ações, questões exploradas no próximo tema.

#### *5.2.1.6 Religiosidade/espiritualidade: a ajuda ao outro*

A religiosidade/espiritualidade é significada como fonte de valores associados aos objetivos dos negócios de impactos socioambientais que procuram empreender, como aparece na fala da Participante 5: *“Eu sempre tive muito interesse por essa área mais social, né, eu sou católica, praticante, eu sempre tive muito interesse, eu sempre quis fazer alguma coisa, né, que ajudasse.”* Ela relaciona seu interesse pela área social com a formação cristã que recebeu e com a vontade de sempre ajudar os outros. Além dela, outros participantes relatam não serem necessariamente religiosos, mas terem recebido uma educação alicerçada nos valores cristãos, como expresso na fala do Participante 6:

Eu acho que assim, eu nasci num lar... Hoje eu não sou, não atuo na religião, mas eu nasci num lar cristão, né? Então pra mim (agir assim) de ajudar o próximo, de construir um mundo melhor para todos... Eu acho que isso era meio que enraizado na minha formação de ser humano.(Participante 6)

Destaca-se que a religião relaciona-se com uma atitude orientada a fazer o bem por parte dos participantes, esses, muitas vezes, corroboram com a tradição familiar em agir de acordo com valores cristãos como fazer caridade, amar o próximo, ser solidário, como é demarcado pela fala do Participante 3:

A (*universidade onde estudou*) é uma instituição católica, né, então ela tem os princípios é... Cristãos e também, o que eles chamam maristas, né, de... De trabalhar a caridade, né? A caridade, a solidariedade, né... São todos esses pontos que, cara, eu adorava, porque, tipo, é uma coisa que vem é de berço meu assim, sabe? Porque eu sou filho de cristãos, né?! Meus pais são cristãos, então sempre me levavam na igreja, tal, então aprendi todas essas questões do cristianismo e é uma coisa que quando entrei na universidade não senti tanta diferença no que eles falavam por mais que era católico, né. (Participante 3)

E é na busca por tornar um mundo um lugar melhor para as pessoas, muitas vezes por meio da religião ou do voluntariado que os empreendedores se deparam com um condicionante em comum, destacado como último tema desta sessão que será abordado a seguir.

#### *5.2.1.7 Exposição às problemáticas socioambientais: consciência e apelo para empreender*

Todos os participantes relatam como um condicionante importante para a decisão de empreender o contato com a problemática que buscam resolver. Muitas vezes, o encontro com a problemática e a busca por querer resolvê-la relaciona-se também com o encontro de um propósito de vida que acaba por direcionar suas carreiras, como trazido no trechos a seguir:

Eu comecei a trabalhar com os pequenos produtores de Curitiba, né, eu trabalhei na prefeitura por 1 ano e meio e aprendi muita coisa, muita coisa! Sabe aquela listagem dos problemas da agricultura familiar? Foi lá que eu aprendi, foi lá que eu aprendi a listagem dos problemas da agricultura familiar, quais são as oportunidades (...) (...) porque eu aprendi muita coisa pra construir o Negócio C hoje, porque é uma das coisas que o empreendedor, tanto social quanto convencional, ele tem que entender que não adianta você ficar criando problemas, você tem que entender qual que é o problema (Participante 3)

E aí, eu me interessei pela parte de coleta seletiva, né, toda problemática dos resíduos e dos catadores de resíduos e aí...Entre junto por meio de um projeto de pesquisa do CNPQ, um projeto que já vinha acontecendo e a gente começou a montar o... O programa municipal de coleta seletiva com o viés muito forte no

catador, no trabalhador. Então, acho que isso era também um diferencial, a gente na época tinha uns 40 ou 50 pessoas que catavam direto lá no aterro sanitário, então elas iam pra lá, aquelas cenas horríveis que você vê na televisão, né, o caminhão de lixo abre a parte e o lixo começa a cair e as pessoas começam a catar ali e tal. (Participante 5)

Destaca-se assim que o contato com a problemática, o contato com a comunidade afetada e a busca por soluções para essas problemáticas, levam os participantes a se desafiarem a uma jornada empreendedora. Diante de todo o exposto verifica-se a importância dos condicionantes materiais e simbólicos: Pertencimento de classe, racial e territorial; o incentivo aos estudos, o acesso à educação, o contato com o empreendedorismo, as experiências de voluntariado, os valores religiosos/espirituais e a exposição às problemáticas sociais para a constituição da jornada empreendedora em Negócios de Impacto Socioambiental.

### **5.2.2 Presente: as capacidades de fazer, os condicionantes materiais e os tensionamentos para manter um Negócio de Impacto Socioambiental.**

Depois de fundar seus negócios, os empreendedores assumem uma jornada para que eles sobrevivam. Essa empreitada exige uma série de capacidades, como também se orienta em novos condicionantes materiais e perpassa por tensionamentos, que serão abordados a seguir.

#### ***5.2.2.1 As capacidades de fazer para manutenção dos Negócios de Impacto Social***

As capacidades de fazer foram organizadas em três eixos: Capacidades Contextuais, Capacidade Pessoais e Capacidades Técnicas, descritas a seguir.

##### **5.2.2.1.1 Capacidades Contextuais**

Essas capacidades representam a capacidade dos participantes em se relacionar com o meio no qual estão inseridos, realizando dessa maneira: a) a identificação de problemas socioambientais, b) a identificação de oportunidades de negócios e c) flexibilidade para modificação do modelo de negócio.

Assim como já destacado nos condicionantes materiais e simbólicos, os empreendedores para fundarem seus negócios veem como fundamental estar em contato com a problemática socioambiental que buscam resolver. A capacidade de manter-se em contato com a problemática - imergir naquela realidade e se relacionar com a comunidade - é relatada pelos participantes como essencial para o funcionamento do negócio, como demonstrado nas falas:

E ter empatia, acho que um empreendedor socioambiental tem que ter muita empatia de entender uma comunidade, de entender aquele problema, para poder você conseguir ter resultados, que é muito diferente de um empreendimento normal. Você tem que ter o intuito de, de estar ajudando as pessoas, ou então, o meio ambiente, enfim, tem que ter muita empatia, isso é uma coisa que não pode deixar de ter mesmo. (Participante 2)

E, ao mesmo tempo, o Participante 3, complementa contando sobre o seu contato com o contexto da problemática que buscava resolver, antes mesmo de começar empreender seu negócio:

É sentar com eles, comer com eles, sabe? Tipo, comer o pão com banha, acordar cedo pra ir pegar ovos, né, é... Abater os animais, fazer os embutidos, fazer queijo. Sabe, eu experimentei todas essas, esses processos. Tive oportunidade de experimentar tudo, todas essas realidades, né. Colher (...) E... E também além dos benefícios todo, também as dificuldade, né, de se manter no campo, né. (Participante 2)

E como foi importante vivenciar essas experiências, para conseguir resolver as problemáticas próprias do seu negócio:

Sabe aquela listagem dos problemas da agricultura familiar? Foi lá (*no campo com os agricultores*) que eu aprendi, foi lá que eu aprendi a listagem dos problemas da agricultura familiar, quais são as oportunidades. (Participante 3)

Evidencia-se a capacidade dos participantes de identificar constantemente oportunidades no contexto do qual estão inseridos, devido à uma abertura para experiências e relacionamento com os outros. Isso ocorre em momentos distintos de suas vidas, e é demonstrado nos relatos dos empreendedores em situações de suas vidas muito antes de resolverem empreender. Entretanto, esses indicam que não basta identificar uma problemática e uma oportunidade de resolvê-la, mas também uma oportunidade de negócio, ou seja encontrar uma forma de resolver o

problema que também seja interessante ao mercado e às pessoas que consomem, como destaca o Participante 2:

Nós também enxergamos a oportunidade de negócio por conta que na região aqui do Cariri não tinha ninguém que fizesse essa entrega de alimentos orgânicos de porta em porta. Aí nós também enxergamos isso: "ah, já que ninguém tá fazendo, eu acredito que, a gente acredita que possa ser que tenha uma demanda em torno disso". Porque a demanda por alimentos orgânicos a gente sabia que tinha, porque muita gente hoje em dia não come mais com agrotóxicos. E também como, por conta da pandemia, é, e o delivery em alta, nós juntamos essas duas coisas para potencializar essa proposta. (Participante 2)

E o Participante 6, ainda discorre sobre:

Eu acho que assim, a principal habilidade que eu sinto que eu consegui ler, que eu consegui desenvolver... foi, eu acho que a leitura do mercado, assim, né? Então quando eu falo de ler o mercado é entender o que o mercado tá precisando e como é que a gente se encaixa nele. E tudo isso em termos de posicionamento, assim, eu acho que por mais que a gente seja empreendedor social e a gente tem um problema que é urgente social, a gente também tem que identificar um problema de mercado, né? Então não adianta nada eu ter sei lá, eu tô solucionando o problema do aquecimento global, mas ninguém paga por isso... Então, beleza, eu vou ser uma ONG, eu não vou ser um negócio... E tá tudo bem, é só pra entender que tem certas coisas que não tem como criar mercado mesmo... Mas ler o mercado até você achar um produto que vai ter um *market fit* com ele é muito difícil, né? Então você tem que ir se adaptando ali no processo... (Participante 6)

E diante da necessidade de criar uma oportunidade de negócio para conseguir ser sustentável financeiramente, muitas vezes os empreendedores relatam que precisam de flexibilidade para modificar seu *modelo de negócio*, preservando o propósito, mas buscando alternativas melhores de resolver o problema, até encontrar aquela que seja mais efetiva e, ao mesmo tempo, sustentável financeiramente, como destaca ainda o Participante 6:

Dessa caminhada, foi que a empatia pelo problema social ela é fundamental então você nunca deve deixar de atacar ele, mas pensar que a solução pra você resolver ele, ela vai mudar constantemente então como eu te falei, né? A gente começou vendendo picolé com pessoas em situação de rua e hoje a gente é um sistema... Meu Deus... Como é que a gente chegou aí? (ri) Cara... Tá pegando o problema, eu tô atuando no mesmo problema, só que uma outra perspectiva... Tudo isso foi a gente tentando inovar no processo... Então acho que é esse caminho de trajetória que as pessoas têm que fazer, sabe? (Participante 6)

E a Participante 7, complementa, falando sobre sua disposição para recomeçar diversas vezes e mudar totalmente a sua solução para que aumente seu impacto:

É desde 2017 **pivotando**, apreendendo, **pivotando**, recebendo não, e **pivotando, pivotantando, pivotantando, pivotantando**. Eu falo que eu sou a rainha da **pivotagem** e zero problemas com isso, a minha última **pivotagem** foi há três semanas atrás quando foi para falar sobre o sistema de tratamento de água. Que a ideia era fazer igual aquele que eu apresentei no BNDES, que era o sistema em baldes e tudo, e dentro dessa incubação que eu tô participando com os mentores de fora né, que eles estão todos em Bruxelas e tal. Eles falaram: “Olha tu pode ir por esse caminho bem aqui, tu consegue reduzir isso daqui, isso daqui, isso daqui”, mostraram todos os parâmetros. E nós percebemos que, ao colocar uma planta de potabilização dentro de uma comunidade, a gente não fica com toda a responsabilidade que teria se fosse só os baldes e a gente ainda consegue gerar renda para a comunidade...(Participante 7)

Evidencia-se então a importância da capacidade de fazer para: a) a identificação de problemas socioambientais, b) a identificação de oportunidades de negócios e c) flexibilidade para modificação do modelo de negócio. Entretanto, executar essas ações também gera frustração e angústia aos empreendedores, uma vez que, na maioria das vezes, ajustar uma problemática a uma demanda do mercado é uma atividade extremamente desafiadora, esse tensionamento, fica expresso na fala do Participante 6:

Uma coisa que eu falei, mas eu acho que é importante frisar acho que o empreendedor social, o maior desafio dele é achar um problema social e um problema de mercado que se conversem... Porque se você não tem um problema social, você é só empreendedor, se você não tem problema de mercado, você é uma ONG e alinhar esses dois é um processo muito dolorido, assim... (Participante 6)

#### 5.2.2.1.2 Capacidades Pessoais

Ao longo das entrevistas, ao relatarem os acontecimentos, situações e contextos de suas trajetórias pessoais e empreendedoras, os participantes significam um conjunto de capacidades pessoais, construídas nesses eventos, que colaboram para a capacidade de fazer seus Negócios de Impacto Socioambiental. Essas foram organizadas na Tabela 5.

Tabela 5: Apresentação dos subtemas da Capacidade de fazer: Capacidades Pessoais

| Tema                 | Subtemas  |
|----------------------|---|
| Capacidades Pessoais | a) disposição para criar relacionamentos<br>b) disposição para buscar ajuda<br>c) disposição para resolver problemas<br>d) disposição para persistir<br>e) disposição para lidar com as emoções |

Fonte: Elaborada pela autora (2022)

Os empreendedores significam que a capacidade de criar relacionamentos é fundamental para o desenvolvimento do negócio e o desempenhar das atividades cotidianas. As relações perpassam estabelecer contatos com diferentes pessoas: clientes, equipe, mentores, comunidade.

Eu acho que uma, uma habilidade que eu já tinha, mas acho que eu consegui potencializar é muito a construção de networking, né? Então que é fundamental, trabalhar em rede, é muito necessário, (é ser) bem lembrado, e as pessoas lembrarem de ti de uma forma positiva é fundamental... (Participante 6)

Diante de tantos atores para se relacionar, o Participante 3 ainda destaca:

Acho que uma característica minha, assim, é que eu não tô acomodado a um grupo social só, sabe? Eu sou uma pessoa que consegue se adequar a vários grupos sociais, porque disso, né?! (Participante 3)

Assim como a fala do Participante 3, muitos dos empreendedores destacam que essa capacidade de transitar por espaços e se relacionar com pessoas de diferentes classes envolve suas histórias de mobilidade social, que os permite conviver com diferentes públicos e fazer parte de realidades que se conectam em seus negócios. Assim, é comum que um dia estejam inseridos na comunidade

enfrentando a problemática socioambiental que buscam resolver e, em outro, estejam em reuniões com mentores ou potenciais investidores.

Essa capacidade de se relacionar com o outro, e estabelecer relações, conecta-se também com o subtema seguinte: “Disposição para pedir ajuda”. Os participantes estão sempre em busca de aprender coisas novas e, para empreender, precisam acessar uma série de conhecimentos e informações dos quais até então não tinham acesso; por isso, utilizam de mecanismo de pesquisa e acesso a pessoas mais experientes para se desenvolverem, como é relatado pela Participante 5:

A gente teve muito ajuda, a gente conheceu nessa época do Sebrae uma pessoa muito bacana que tem uma empresa aqui em São Carlos também e que... É... Trabalha com essa coisa da precificação, então ele ajudou... Bastante a gente numa consultoria informal e... Enfim, a gente vai se, se apoiando um pouco assim, vai fazendo curso, vai conversando, vai trocando ideia. (Participante 5)

Muito da necessidade de pedir ajuda relaciona-se com o fato de, cotidianamente, depararem-se com problemas os quais não sabem resolver. Os participantes relatam que, ao longo das suas jornadas empreendedoras, ter a capacidade de resolver problemas é uma das coisas mais importantes, devido o alto volume de problemas que surgem:

Eu fico pensando em solução e não, não ficar com raiva, porque se você ficar com raiva dos problemas, porque sempre tem, não tem nem para onde correr, sempre tem uma pessoa reclamando, sempre tem alguma coisa para resolver. (Participante 2)

E a Participante 4 fala sobre um dos problemas cotidianos que precisa resolver:

A gente faz de tudo para sair, mas às vezes nunca sai perfeito, porque, assim, não depende só de mim, entendeu? Depende do [*nome do parceiro*] que tá produzindo, depende de quem vai pegar as coisas para chegar na minha casa, depende de mim para montar cestas e organizar, depende do entregador que vai entregar... Ou seja, é eu vou dar só um exemplo que aconteceu semana passada, né? É doce, né? Que a gente vende também, ele chegou derramado na casa do cliente... foi uma coisa que aconteceu, né? Não sei se foi na entrega que balançou muito, enfim, mas chegou balançado... Derramado lá... Aí o cliente, perdemos um cliente por causa disso, entendeu? Aí tem que ter paciência né? Lidar com os problemas e resolver. (Participante 4)

Diante dos problemas, conflitos e situações que fogem do controle, os empreendedores relatam precisar de disposição para persistir.

A capacidade de persistir é uma das que mais aparecem quando os participantes são questionados sobre as capacidades que reconhecem como primordiais para empreender. Diante de tantos desafios, problemas, falta de recursos financeiros e adversidades, a desistência sempre se coloca no horizonte, na luta constante com a persistência na jornada empreendedora. Como reunido nas falas a seguir:

Paciência não desistir num primeiro obstáculo... Porque eu acredito que o que faz um empreendedor desistir é quando ele encontra aquele obstáculo, né? O qual ele não consegue resolver... Tem possibilidades para que ele possa resolver... mas, né? É tanto desânimo, tanta vamos se dizer, tantas coisas que caem ao mesmo tempo que faz com que o empreendedor, ele não prossiga... Eu acho que a palavra certa é só persistência... E tentar, né? Mais uma vez... E mais uma vez também... (Participante 4)

E muitas vezes, a persistência soa quase como uma teimosia de continuar tentando até funcionar, como trazido pelo Participante 3:

Eu nunca, eu nunca fico contente quando uma porta se fecha na minha frente, sabe? Tipo, eu num... "Ai fechou essa porta e eu vou sentar ali até essa porta se abrir.", cara, tipo... Se a porta fechou, eu vou achar uma janela pra entrar. Se a janela tá fechada, eu vou pegar uma marreta e tentar abrir essa parede. Entendeu? Eu tenho muito essa visão, assim, cara, meu, mas eu tenho que passar por aqui. (Participante 3)

E para persistir, e continuar resistindo, os empreendedores também acenam para a capacidade de lidar com as emoções e, conseqüentemente, o autoconhecimento.

Na vida a gente, a única coisa que a gente pode controlar na vida é a nossa reação perante ela, né, e nada mais. Então, acho que o empreender é muito disso, sabe?! Porque sempre vai vir algumas circunstâncias ruins, que às vezes você não sabe lidar, mas você tem que manter a sua calma pra poder aprender como lidar com ela, porque se você se desespera, você já perde o foco, entendeu (Participante 3)

Um trecho que sintetiza uma situação que exigiu a capacidade de lidar com as emoções é exposto a seguir. Nesse, o Participante 3 relata um momento que

considera difícil em sua jornada empreendedora, em que precisou rever o modelo do seu negócio por conta da pandemia:

Não. Vamos respirar, vamos ver que alternativas nós temos dentro dessa listagem de problemas que a gente tem da agricultura familiar. Tipo, sentei bem calmo, assim, pleno e falei: "Ah, tá bom, não deu certo aqui...", só que por fora, né? Por dentro eu estava desesperado [risos]. Mas, tem que, a gente tem que ser resiliente, assim, nesse processo, sabe? Mas, uma resiliência não é dessa forma que o pessoal explica, que é aquele exemplo da mola, né? Que você estica a mola, ela volta para o seu estado natural, acho que uma resiliência mais de reinvenção, assim, sabe? Tipo, meu, você foi estressado ali numa adversidade, mas, tipo, tu não volta a tua forma natural, você voltou mais forte, voltou mais experiente, voltou com mais bagagem. Por exemplo, que nem essa parte, eu tinha todo um roadmap pronto e veio uma pandemia e destruiu meu roadmap, agora eu sei que, cara, eu não posso mais ter um roadmap, eu tenho que ter mais de três, né, porque daí se vem uma pandemia eu já tenho um segundo, se vem outra coisa eu tenho um terceiro, entendeu? E eu não fico frustrado. (Participante 3)

Evidencia-se, ao final do trecho, a importância não apenas das capacidades pessoais, mas a capacidade técnica de usar uma ferramenta de negócios (*roadmap*) para estabelecer um novo modelo de negócio, esse indicativo demonstra a necessidade das "Capacidades técnicas", como apresentado no último tema.

#### 5.2.2.1.3 Capacidades Técnicas

Assim como as capacidades contextuais e as pessoais, as capacidades técnicas são destacadas pelos participantes como importantes para sua jornada empreendedora e ainda as significam como as que mais sentem necessidade de desenvolver, de todas as capacidades. Esses também evidenciam a necessidade de aprender no dia-a-dia, desempenhando o gerenciamento do negócio, o que exige uma capacidade de lidar com os processos de gestão de pessoas, administrativo, jurídico, financeiro, entre outros. Processos esses considerados desafios para os empreendedores:

Que... Ainda precisa ser um pouco mais desenvolvida na verdade essa coisa do negócio, né, acho que é uma habilidade que a gente ainda... E aí eu falo por nós quatro...Essas habilidades do negócio em si, da parte comercial, elas ainda nos, nos faltam de uma certa forma...Então, onde a gente apanha é nessa parte da empresa, né, é... Da contabilidade, de como se calcula sempre um percentual. Quando você cobra tem que ter um percentual a mais pra poder ficar pra empresa pra poder pagar os custos operacionais, né... Então, assim, a gente apanha um pouco nessa parte

porque é tudo biólogo e tal... Mas também, assim, a gente vai aprendendo, né. (Participante 5)

E a Participante 4 ainda relata os desafios por não ter a capacidade técnica:

Isso, os indicadores, eu nunca fui realmente a atuar nesse ponto, eu acredito que faltou isso em mim, entendeu? Falta isso em mim.. em relação a ver realmente como tá fluindo em um papel, entendeu? Eu sempre fui o braçal, a pessoa que atua, a pessoa que tá lá e faz acontecer no campo, entendeu? Mas, como vou dar um exemplo, a volta para o escritório é como se fosse um zero, como se fosse um zero ninguém, entendeu? Como se eu não tivesse experiência de... Eu acho que tu tá entendendo o que eu quero falar... (Participante 4)

Diante do conjunto de capacidades de fazer significadas como necessárias pelos participantes, reconhece-se o quanto essas são desenvolvidas ao longo da jornada empreendedora e da história de vida, o que evidencia a intersecção e a interação entre as capacidades de fazer, os condicionantes materiais e simbólicos e as vivências construídas na trajetória de vida. Além deles, verifica-se que a capacidade de fazer também se relaciona com a capacidade projetiva, isso é a execução de ações se dá também em razão de uma força motriz para alcançar seu propósito de vida e a intencionalidade do seu negócio. Tem a ver assim com a esperança projetual.

Entretanto destaca-se que equilibrar essas múltiplas capacidades de fazer, as contextuais, pessoais e técnicas não é uma tarefa fácil. Não é à toa que os empreendedores de Negócio Socioambiental muitas vezes são denominados e se denominam como heróis, mas essa sobrecarga de funções muitas vezes os fazem adoecer ou fazer jornadas exaustivas de trabalhos, como relatado nos trechos a seguir:

Antes eu trabalhava igual a uma louca, trabalhava até de domingo, e... Quando eu comecei a ter tempo pra descansar eu me sentia mal, mas eu me sentia mal assim mentalmente e fisicamente, como se eu não merecesse descansar, tipo, eu não tô fazendo nada, eu não to sendo útil (Participante 1)

Esses dias eu levei uma jornalista lá pra participar do processo de coleta de buriti, e aí ela acompanhou um pouco do processo da coleta, da indústria, aí ela falou: "Participante 9, agora eu entendi porque você não tem vida social" [risos]. Porque a gente vive em função... Mas é de segunda a segunda fazendo o projeto acontecer, por isso que eu falo pra você que não é fácil empreender aqui (Participante 9)

Essa sobrecarga muitas vezes tensiona, com o objetivo dos empreendedores de quererem empreender, por buscarem liberdade e flexibilidade, para poder encontrar um equilíbrio entre vida profissional e pessoal, como demonstrado na Fala da Participante 7 que diz que desistiu da CLT, por conta disso:

Ai mais eu lembro que era assim eu entrava duas horas da tarde e saía às seis, e cara tu entra duas horas da tarde tá um sol maravilhoso como esse, tu sai seis horas da tarde já tá lua, eu lembro que eu tinha dez minutos de intervalo eu ia para fora ficava só olhando o dia, e eu falei para mim, cara eu não nasci para ver o meu dia passar por uma janela, eu quero ter liberdade...Entendeu? (Participante 7)

Diante dessa realidade, torna-se necessário que os empreendedores agreguem em suas rotinas outros apoios, dividindo as tarefas e sobrecargas. Como é demonstrado na próxima sessão.

### ***5.2.2.2 Os condicionantes materiais e os tensionamentos para manter um negócio socioambiental***

Destaca-se alguns condicionantes materiais que os empreendedores reconhecem como importantes para a manutenção e crescimento dos seus negócios e, ao mesmo tempo, as tensões que surgem juntamente com a necessidade de manutenção e crescimento do negócio. Ambos serão retratados a seguir:

#### ***5.2.2.2.1 Acesso à educação empreendedora: impulso para o crescimento***

Ao questionar os empreendedores sobre elementos que fizeram a diferença no desenvolvimento dos seus negócios, esses destacam a importância de participar de processos de incubação e aceleração que os permitiram desenvolver suas capacidades técnicas de gerir um negócio, pensar em modelos de negócios mais sustentáveis, além de também conectá-los com uma rede de outros empreendedores e mentores, primordiais em especial no começo de seus projetos, como destaca o Participante 6:

Assim, acho que o processo foi uma coisa que a gente entendeu que precisava de uma rede de apoio... Eu acho que a gente planejava um produto social, principalmente um produto social tocada por duas pessoas pretas, né, que é eu e

minha sócia. Acarreta que tem certas estruturas que a gente não tem acesso, né? O acesso vai ficar muito restrito, a gente não tinha nenhuma noção de gente que tinha empreendido anteriormente, então tinham algumas dificuldades ali, algumas barreiras, muito fundamentais. E aí o que fez a gente conter elas foi justamente essas incubações, né? Então tipo, a gente fez incubação do BNDES, incubação da Telefônica, a gente tá agora na aceleração do BNDES, então a gente tá em outro momento agora, sendo acelerado por eles... A gente participou de outra aceleração... Então a gente tem agora o entendimento que cara, o negócio é feito por pessoas, e estar em rede é fundamental para isso, então para a gente ir aumentando e pulando de fases, assim, desse processo. A gente foi se aproximando de pessoas que poderiam nos ajudar e tinham interesse também genuíno nesse processo, né, então... (Participante 6)

Assim como o acesso à formação empreendedora aparece como relevante para a manutenção e fortalecimento dos negócios, ela também cumpre uma função importante de apresentar aos participantes o que são os Negócios de Impacto Socioambiental ou de introduzi-los à um ecossistema, com pessoas que pensam e empreendem de forma semelhante:

Nesse processo, um mentor meu virou e falou: "Cara, se você está desconfortável com o nosso modelo de trabalhar as startups, por quê que você não procura algum programa que tenha os princípios que você acredita?". E daí nesse ano, na virada do ano de 2019, eu encontrei o programa Pense Grande. Foi divisor de águas, né? Divisor de águas, porque eu estava desistindo de empreender, sabe? (Participante 3)

Mesmo reconhecendo a importância dessa formação empreendedora, evidencia-se o quanto alguns empreendedores se privilegiam devido sua localização geográfica e outros enfrentam dificuldades para acessar aceleradoras e incubadoras por não morarem/empreenderem no eixo Rio-São Paulo (que concentra mais oportunidades), ou quando moram estão na periferia, local não acessado pelos programas de formação, como relata a Participante 9:

Porque é difícil empreender aqui na nossa região [*Amazônia*], é muito difícil...As dificuldades que a gente tem aqui é logística, conhecimento, essa falta de preparo pelos órgãos que tem aqui... Aqui nós não temos a parte de conhecimento, (uhum) nós não temos uma, um preparo mesmo. (Participante 9)

Não podendo recorrer aos programas de aceleração e incubação, muitos empreendedores buscam acessar ajuda por meio de mentores, o próximo tema a ser apresentado.

#### 5.2.2.2 Acesso a mentoria: bússola para o negócio

Dos 10 participantes, todos relatam a importância de contarem com a ajuda de pessoas externas ao negócio. Para eles foi fundamental criar uma rede de apoio que os auxiliasse nos momentos mais difíceis e desafiadores, compartilhando suas experiências e conhecimentos que geralmente não detêm. A Participante 5 informa o quanto acessar mentores especialistas em outras áreas foi significativo para o desenvolvimento da sua empresa e das suas capacidades:

Mas, assim, isso é fundamental... Você pode... Os livros tão aí, entra na internet, tem muito material gratuito e tal, mas esses cursos é... Eu me lembro esse fim de semana, por exemplo, em São Paulo, eles montaram, uma das últimas atividades, eles montaram é... Diversas estações em que você, antes da pandemia é claro, né, em que você ia conversando, eles distribuíram os empreendedores pra diferentes mentores, então você ia passando por um mentor mais da área comercial, um mentor mais de vendas e a gente, e aí, assim, é aquela coisa, né, conversar é muito bom e se você conversa com alguém que é da área e você tem essas conversas bem francas, né, bem honestas, isso ajuda pra caramba, você tira dúvidas, você ouve sugestões. (Participante 5)

E a Participante 9, complementa:

Ninguém tinha dinheiro, mas graças a Deus, toda a nossa trajetória, Deus sempre colocou pessoas boas que acreditaram na nossa história e ajudaram de alguma forma, e às vezes a ajuda, ela não é só financeira, né? É conhecimento. Então teve algumas pessoas que abraçou a gente... Esse dono dessa faculdade, teve o pessoal da Embrapa que tem, o pessoal da Embrapa que tá com a gente até hoje, junto. Foram essas duas pessoas, e é muita gente que acreditou, mas que ajudou de forma bem direta foram essas duas figuras... Porque se a gente tivesse que, na época, tirar do bolso todos esses profissionais, ia ser muito mais difícil materializar essa ideia hoje. (Participante 9)

A fala da Participante 9 indica que a rede é mais do que construir um número razoável de pessoas e contatos, o que poderia supor uma concepção utilitarista dos apoios. Ela evidencia a força de pessoas significativas, que permitem vivências socioculturais e emocionais associadas e comprometidas com o desenvolvimento das potencialidades dos sujeitos e que, de forma indissociada, fortalecem as escolhas do negócio, cognições e afetos, numa coconstituição e em um compartilhamento de propósitos e sonhos.

Contar com o apoio de pessoas relevantes que acreditam no negócio é uma forma de validar que se está no caminho certo, um motivador importante para os empreendedores que constantemente lidam com sentimentos de frustração e desânimo.

#### 5.2.2.2.3 Reconhecimento: motivação para persistir

Os empreendedores relatam o quanto empreender é desafiador. Como já demonstrado anteriormente, são muitos os momentos de desânimo, frustração e vontade de desistir. Diante de tanta instabilidade, incertezas e problemas, receber incentivos a continuar se mostrou como um fator protetivo para motivá-los a continuar empreendendo, como relata a Participante 7 “o (*nome do prêmio*) veio como uma coisa de falar cara, tu tá no caminho certo” e o Participante 8 afirma:

Sim e aí foi um passo a passo, né, porque, talvez, se a gente não tivesse ganhado aquele Hackathon é... Em 2019, talvez eu não estaria hoje com o Negócio G, talvez não existiria o (*nome do produto*). É... Talvez, né?! Assim, a gente não sabe ainda, mas, foi um estímulo, assim, de fato, foi um incentivo muito grande. Olha, teve uma premiação em dinheiro, mas pra mim isso não, não foi o diferencial, o diferencial foi mesmo ter ganhado esse prêmio, né, ou ter ganhado o Hackathon de fato. Então, ter o nome ali na, na manchete. Enfim, aparecer. Eu falei: "Olha, a gente precisa tocar esse negócio, a gente não pode deixar isso morrer agora em 2019." (Participante 8)

Ressalta-se ainda que a necessidade de reconhecimento não se atrela a um caráter monetário, mas sim à visibilidade do trabalho que vem sendo realizado. Entretanto, mesmo que o dinheiro não seja necessariamente o ponto central nas premiações, a questão de captar recursos, receber investimentos e manter a sustentabilidade financeira ocupa um lugar importante na jornada dos empreendedores, gerando tensões, como explorado a seguir.

#### 5.2.2.2.4 Sustentabilidade financeira: sobrevivência e tensionamento

A sustentabilidade financeira é algo central para a definição dos negócios de impacto socioambiental, ao mesmo tempo é vivido como um ponto de tensão constante pelos e entre os participantes.

Enquanto que para alguns ganhar dinheiro realizando uma atividade socioambiental soa como um conflito moral a ser resolvido, para outros, não poder lucrar com o trabalho socioambiental é uma contradição do sistema capitalista. Esses sentimentos, mobilizam afetos e inquietações, como ficam evidentes nas falas dos Participantes 1 e 10:

Eu já estava bem engajada nesses assuntos, mas tinha dificuldade de divulgar isso comercialmente sem parecer oportunista e algumas outras coisas do tipo. Então, todas essas, esses esclarecimentos, assim, da nossa atuação, a gente já fazia, mas passou a comunicar de um jeito diferente por indicação de outras pessoas... Tanto que eu tive dificuldade de assumir esse papel, social, socioambiental, porque eu falava assim: "Gente, eu não posso falar que eu sou uma ativista socioambiental, né. Eu sou ativista se for para a rua, se eu, sei lá, né, se eu estou tratando as pessoas como elas deveriam ser tratadas, não devia se chamar uma ativista social por causa disso". Então, foi até uma dificuldade que eu tive de entender o meu papel por causa disso, eu não admitia, falava: "Não pode ser.". (Participante 1)

No contraponto, o Participante 10, questiona:

As pessoas falam "não, você é uma ONG", aí vem um ponto muito interessante que é conscientização da pessoa. Para destruir o planeta, queimar, explodir e explorar até a última gota eu posso ter lucro, mas quando a gente fala em restaurar, a pessoa fala "mas você vai ter lucro?" **Peraí, para destruir eu posso ter lucro, para restaurar e recuperar que é muito mais difícil eu não posso ter lucro?** Quando a gente coloca nessa perspectiva, todo mundo fala "É faz sentido", tipo assim todo mundo fala "Você não é canalha de pensar nisso", mas sempre fica um sentimento porque assim para recuperar você tá fazendo uma coisa boa, e fazer coisas boas em caráter social tem que ser uma ONG, **para mim destruir o planeta que deveria ser proibido ter lucro, mas não, tiram lucros infinitos né, tanto que podem jogar fora, desperdiçar, aí quando você tá lá restaurando o cara pergunta: "Não, você vai ganhar com isso? Você consegue sobreviver?"** E eu falo: "Velho porque eu não posso ter lucro recuperando, oferecendo um serviço de restauração?" (Participante 10)

Independentemente dos conflitos morais que perpassam a compreensão de buscar por sustentabilidade financeira, a maior parte dos participantes ressaltam que ganhar dinheiro relaciona-se com uma forma de sobrevivência do negócio e também pessoal:

E principalmente por conta de dinheiro, é muito difícil você ganhar dinheiro inicialmente, e você tem que se sustentar, né? Digo, você tem que conseguir pelo menos uma fonte de renda. Aí sempre fica, nesse começo é difícil por conta dessa parte financeira. (Participante 2)

E é pela necessidade de se sustentar financeiramente que quase metade dos participantes fazem dupla jornada de trabalho, revezando-se entre o negócio e outras fontes de renda:

Então, a gente ainda tá um pouco na, na dupla jornada, né?! Todo mundo tem seu emprego e toca também o negócio, né, como pode, então a gente tá um pouco dividido ainda, a gente espera que no futuro a gente consiga, talvez ano que vem, enfim... Conseguir isso só... De forma... É... Independente, né?! Tocar o negócio, então com mais, mais flexibilidade. É... A gente tem uma jornada, como eu falei, uma dupla jornada, né, cada um tem o seu negócio, o seu trabalho e a gente tem uma divisão de tarefas. (Participante 8)

Além disso, ressaltam a dificuldade de se manter e manter os negócios devido a empresa demandar investimentos iniciais:

Não tem como ainda eu me desvincular do Estado [funcionária pública], porque o Negócio H ainda não teve um retorno, ainda, porque tudo que a gente vende, a gente vai reinvestindo, tudo é muito caro, né? (Participante 9)

Hoje a gente praticamente não é remunerado, como a gente tem um modelo de negócio que tudo que entra, praticamente volta para ser reinvestido dentro, é muito uma coisa assim de paciência. (Participante 2)

E é nesse cenário de incerteza, no qual os empreendedores enfrentam dificuldades para manter o negócio e se sustentar a curto e médio prazo, que a captação de recursos se torna importante. Evidencia-se papel positivo, para o crescimento de alguns dos negócios, ter acesso a apoio e financiamento a fundo perdido. São obtidos por meio da participação em processos de aceleração e incubação, submissão a editais de empresas privadas e o acesso a programas de fomento governamentais como o PIPE (Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas), agências estaduais de fomento à pesquisa e o FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), como destaca o empreendedor:

Porque nós tínhamos... tudo para conseguir porque uma coisa nós tínhamos: investimento. Graças às parcerias, graças a ENACTUS Brasil, nós tivemos todo esse investimento, tínhamos o dinheiro e também tínhamos uma pessoa para atuar mais diretamente. (Participante 2)

E a Participante 5, que recebeu investimento via PIPE, ainda comenta a importância do apoio para crescimento da equipe:

Essa terceira fase do PIPE, ela... Ela é um pouco diferente, ela não dá nenhuma bolsa, mas ela nos dá din... Recurso para contratação, CLT mesmo. Nós vamos ter os primeiros funcionários, que até agora a empresa só tinha a gente, né, quatro sócias e os bolsistas da Fapesp. Agora com esse recurso da Fapesp, eles, a gente pode contratar. Então, a gente está com vaga, a gente já tem a... A pessoa de tecnologia, de TI, que vai ser o mesmo que era o nosso bolsista, vai continuar com a gente e a gente está com vaga aberta para *marketing*, vendas e *design*, *web design*. Agora nós vamos contratar os nossos primeiros funcionários [risos] é dinheiro da Fapesp.(Participante 5)

Reconhecendo a importância de captar recursos e, ao mesmo tempo, a dificuldade de acessar linhas de fomento governamentais, os empreendedores relatam os percalços de crescer sem capital e a escolha que fazem em não buscar outros tipos de investimento:

Mistura porque a nossa equipe é pequena, né? Se a gente tivesse uma equipe maior, a gente ia dividir atribuições. Hoje a gente não consegue fazer isso, cada uma faz um pouquinho de cada, é, até as vendas acontecerem e a gente ter, aí é onde uma, outra, a dificuldade que eu te falei de capital, né? Se a gente já tivesse capital para estar estruturado e ter mão de obra ou parceiros, aí as coisas vão começar a fluir melhor, né?... Por isso que eu falo para você: não é fácil empreender, principalmente quando você não tem capital, né? Mas eu, eu também, eu tenho as minhas dúvidas se uma pessoa com capital, se teria os mesmos pilares como a gente, eu acredito que não... Porque hoje se você traz um investidor, se a gente traz um investidor para nosso projeto, que tem dinheiro, ele vai engolir nós três e o nosso sonho, e talvez nesse engolir aí ele não vai manter os mesmos pilares que a gente, a história pode se perder aí. A gente já teve proposta de pessoas com capital para entrar, mas aí vamos produzir em grande escala, vamos reduzir isso aqui, aí vai, a pessoa vai se perdendo, né, o propósito do projeto, e a ideia não é essa, né? O nosso produto, ele não vai ser aquele produto que tem em grande escala, que tem em vários lugares, é um produto exclusivo, porque as pessoas tem que se conscientizar: os insumos amazônicos, eles são limitados, eles não são infinitos. E artesanal também não é possível fazer em grande quantidade, então é uma matemática que não fecha quando você vê uma grande indústria, com uma larga escala. E esses insumos? Quem tá lá na ponta está sustentável? Como está sendo esse manejo, as pessoas estão retirando do meio ambiente, estão devolvendo? Tudo isso aí as pessoas deveriam se preocupar hoje quando pensa em comprar um produto da região amazônica, né? E outra, todo o dinheiro dos nossos produtos, hoje ele é revertido aqui em Rondônia, e essas grandes indústrias, pra onde vai? (Participante 9)

Reconhece-se na fala da Participante 9 o medo de receber investimentos privados, como de *anjos* ou de fundos de *venture capital*, tensão que abre espaço para o conflito da busca de capital para crescer e se desenvolver como negócio e como equipe, mas ao mesmo tempo o dilema de não querer se submeter a sistemas

e condições que podem os pressionar a se desvincular dos seus propósitos e intencionalidades.

#### 5.2.2.2.5 Equipe: chave no desenvolvimento do Negócio

Por fim, outro elemento significado pelos participantes como chave para o desenvolvimento dos seus negócios foi a composição de uma equipe de trabalho alinhada com os seus propósitos. Os empreendedores ainda discorrem sobre a importância de delegar funções e dividir tarefas: *“É... me conscientizar que eu não preciso dar conta de tudo sozinha [foi importante], porque depois que eu comecei a contratar foi que a empresa começou a crescer, porque eu fazendo as coisas sozinha não ia dar conta.”* (Participante 1). Além de reconhecer a importância de contratar pessoas para estar junto, o Participante 6 também reforça o diferencial de ter sócios e pessoas na equipe com competências complementares às suas:

Aqui a gente é o contrário, a gente fala que a gente é o exemplo que é possível, mas a gente é super complementar, assim, então eu sou a parte de criação, estratégia. Ela [sócia] traz o pé no chão objetividade, então a gente acaba se complementando muito bem, assim...(Participante 6)

Destaca-se ainda que, mesmo com competências complementares, é fundamental trazer para o grupo pessoas que compartilhem dos mesmos objetivos.

Mas sempre o importante é procurar as pessoas que estão na mesma frequência que você e que queiram fazer acontecer. Isso até, eu sou repetitivo com isso, mas é muito sua equipe, é muito quem tá perto de você, quem tá lá ajudando, que, de principal assim, você não constrói nada sozinho, nada, nada, nada mesmo. E essas pessoas que estão ao seu redor é que vão fazer ser mais divertido e também, é, conseguir ter mais resultado. (Participante 2)

A constatação da necessidade de agregar outras pessoas ao negócio e compartilhar o sonho fica evidente nos discursos dos participantes, que ainda relatam o quanto não escolher as pessoas nessa direção desencadeia crises e dificuldades para o empreendimento:

Eu acho que se, então a gente teve esse erro em gestão de pessoas, que prejudicou o andamento das atividades e isso, assim, é, vale para qualquer equipe. Tem pessoas que prejudicam e tem pessoas que contribuem muito. Assim, se você... nós realmente conseguirmos ter mais resultados, seria ter mais cuidado na formação

dessa equipe, ter muito cuidado nas pessoas que estão ao seu redor. Para nós foi um grande desafio, nós temos várias, vários problemas por conta disso, e se fosse para mudar alguma coisa assim, a gente teve um desafio muito grande nisso. (Participante 2)

Fica demarcado que, com o crescimento da empresa, aparecem novos desafios aos empreendedores, como recrutar e selecionar pessoas. Na fala do Participante 2, evidenciam-se as consequências de uma má escolha e o Participante 8, a seguir, relata a necessidade de se conectar com pessoas que não busquem apenas lucros e resultados, mas que estejam alinhados à missão do negócio:

Vem esse problema de equipe, então é exatamente isso, o time que não tá muito entrosado, tem pessoas que não querem muito tocar o negócio, mas tão ali mais por dinheiro. Enfim, essas pessoas acabam arruinando às vezes o negócio, né, então elas criam um problema de erosão mesmo no projeto. (Participante 8)

Diante do apresentado evidencia-se que os empreendedores em sua jornada de fazer um negócio de impacto socioambiental contam com condicionantes de apoio importantes como: Acesso a uma educação empreendedora, apoio de mentores e reconhecimento por meio de premiações, ao mesmo tempo sofrem ao longo da jornada uma série de tensionamentos, como a árdua jornada por alcançar a sustentabilidade financeira, o conflito da busca por investimento e a necessidade de criação de uma equipe.

### **5.2.3 Futuro: A capacidade projetiva para imaginar novos cenários socioambientais**

A capacidade projetiva é o ato de projetar o mundo, vislumbrar novos cenários para o futuro. Entretanto, essa depende da capacidade de fazer, pois segundo Maldonado (1972), o fazer sem projeto pode ser visto como um jogo enquanto que o projeto sem fazer seria visto como uma utopia. A seguir será apresentado o processo dos participantes de projetar novos cenários e como esses se articulam com a realidade.

Todos os participantes demonstram respaldar seus negócios em uma utopia. Esses vislumbram um mundo melhor e uma sociedade mais justa para se viver, em que as pessoas podem ter melhor qualidade de vida e a natureza possa ser

respeitada e que não se enfrente mais as problemáticas pelas quais os participantes se debruçam para resolver, como por exemplo fica expresso na fala da Participante 9:

É, trabalhar o futuro é que, essa desigualdade de gênero, ela não exista. Essa desigualdade de renda. Que o nosso meio ambiente, as pessoas estejam mais, eu acredito que essa nova geração, essa, eu acredito que você é da minha geração, também, nós somos um público mais consciente. Então acredito que a gente vai conseguir mudar. (Participante 9)

E ainda o Participante 6 completa *“acho que pro futuro, primeiro, eu acho que dentro de um processo de utopia, né? tipo, eu imagino um dia a gente tendo processos de inclusão, sistêmicos, então constantes...”*

E o Participante 3 ainda completa:

Eu tenho a minha utopia [risos]. Eu tenho a minha utopia de que a gente caia na real o mais rápido possível de que já deu o que tinha que dar o ecossistema ambiental, né? E a gente comece a tomar, começar a tomar medidas mitigadoras... (Participante 3)

Identifica-se que os empreendedores sonham com mundos melhores e buscam como propósito essa utopia, mas, ao mesmo tempo, têm consciência de que entre utopia e realidade é necessário um projeto concreto. E diante desse projeto assumem uma postura bastante pragmática para lidar com o presente, como destaca a Participante 1:

E aí tem outras questões que a gente tem que analisar, né, não dá para a gente criar uma realidade paralela e esquecer o mundo que a gente vive, de onde a gente veio e as condições que a gente tem... Porque não adianta você querer fazer o ideal sem passar pela realidade, né?! Porque precisa do filtro da realidade nesse idealismo para a gente entender o que é possível e o que não é. (Participante 1)

E é nesse cenário de averiguar o que é possível dentro da realidade concreta que eles unem modos de fazer velhos, para criar novos mundos, utilizando do sistema econômico vigente para criar saídas de transição, como é ressaltado pela Participante 1:

Você ainda está numa estrutura capitalista de comercialização de produtos, né, então você tem que pegar o que te interessa para conseguir fazer uma mudança progressiva nesse processo. Então, é o que a gente faz, a gente olha as duas coisas, né, porque geralmente você fala que é empreendedor social, o pessoal vira as costas, assim, do mercado tradicional e fala assim: "Eu não quero saber de nada disso.". Mas é um, um sistema capitalista, ele está há quantos anos dando certo? Porque se ele está nesse tempo é porque ele está dando certo, né? Tem uma visão é. Que pode ser ética ou moral do que que dá certo? Tem. Mas, ele tá aí, né. Então, a gente tem que pegar o que funciona dessa estrutura, porque se ela tá aí há tanto tempo, ela não é de todo de se jogar fora. Então, a gente fazer essa análise... (Participante 1)

Diante desse contexto de criar novos cenários dentro de um sistema vigente, eles distanciam-se da utopia, mas ao mesmo tempo a materializam, mesmo que em fragmentos, e são conscientes desse processo:

A gente não pode achar que vai ser solução para tudo, né, por exemplo, o que a gente fez aqui, tem feito, não é a solução para resolver, eliminar a violência doméstica, a violência contra mulher, mas é uma solução que é... Pode ser diferente de todas as outras já feitas até então, que pode ajudar também. (Participante 8)

Assim como o Participante 8, que reconhece que sua atuação não é suficiente para resolver um problema completamente, o Participante 3 ainda complementa:

Então, aí que eu vi que o propósito do Negócio C, não que eu vou resolver todas essas mazelas sociais, muito longe disso de resolver tudo isso, mas eu vou conseguir trazer uma reflexão. Por onde a gente passa, a gente consegue mostrar a nossa reflexão, que, tipo "Cara, tem alguma coisa errada." (Participante 3)

E a participante 5 ainda reafirma:

Não, não mesmo. E, assim, se o Negócio D tem algum papel a cumprir nisso, eu acho que o Negócio D cumpre um papel é... Bacana é... Na educação, né. Então, eu acho que uma pessoa que vem participar de um dos nossos processos formativos, ela sai pelo menos uma pessoa com... Eu tenho impressão, assim, que pra muita gente vai abrir uma perspectiva que ela não tinha antes, ela pode começar a considerar outras maneiras de olhar, né, pra realidade e pro mundo é... Então, acho que nesse sentido a gente faz e vai continuar fazendo esse papel, né, de propagar essa mensagem na qual a gente acredita, que a gente acredita que ela é uma mensagem que levaria, que leva a uma transformação sim, mas dentro da possibilidade que isso tem, né, do alcance que isso tem, que não é também um alcance muito grande, né. (Participante 5)

Diante da constatação de que estão construindo projetos de futuro que devem ser realizáveis, uma vez que não se conformam em apenas criar utopias, os empreendedores levantam a necessidade de contar com outras pessoas no processo; afinal a capacidade projetiva deles só se faz efetiva e só se aproxima da utopia, se for acompanhada por outros indivíduos, como afirma a Participante 1: *“Não é uma pessoa só que vai mudar o mundo, não é uma empresa só que vai mudar o mundo, né? Não adianta eu fazer isso se todos os outros não estiverem fazendo”* e continua a empreendedora do Negócio H:

É, se todo mundo fizer, porque as pessoas também às vezes pensam grande: "ah, eu não posso salvar a Amazônia". Eu sozinha não, mas quantas, como você disse, Participante 1., 2., 3., quantas pessoas assim não vão, aí vai somando e logo, logo a gente pode reverter esse quadro, né? (Participante 9)

E é considerando a importância do coletivo para assegurar a transformação social que os empreendedores reforçam que, juntamente com suas soluções, é necessário continuar lutando por políticas públicas consolidadas e ações políticas para ocorrer mudanças perenes e sistêmicas, como ilustrado pela fala do Participante 8, *“Eu espero que o país possa investir mais em todas as suas esferas de governo, investir mais em políticas públicas eficientes.”* e pela fala da Participante 5:

Eu vejo que a gente não está só, né, acho que a gente não... A gente não está batalhando sozinho, mas a gente está numa luta árdua, né, uma luta pelo... Pelo... Acho que a gente precisa entrar mais na seara política, acho que a gente precisa concorrer mais, se candidatar mais, né, ter candidatos melhores, votar melhor. Acho que tem várias coisas que a gente precisa fazer, mas não acho que vai ser, não acho que as portas vão se abrir magicamente, que de repente tudo vai virar um paraíso não.

E enquanto as mudanças sistêmicas não acontecem e a utopia parece longe de ser alcançada, os empreendedores seguem se contentando em modificar suas próprias realidades e saírem transformados dela:

Tá, o que é o mundo, qual é o mundo que eu quero mudar? Mundo planeta terra ou o mundo de cada pessoa que passa na minha vida? Então quando eu estou conversando aqui contigo, se eu falar algo para ti que vai fazer tu ter uma atitude diferente que vai te direcionar para algo que vai fazer sentido para ti, eu estou mudando o mundo da Bianca, e então cheguei à conclusão que cada pessoa é o mundo e esse é o mundo que eu quero mudar. (Participante 7)

E nessa jornada empreendedora, de esperança projectual, cada participante, segue identificando seu lugar e seu papel na transformação do sistema vigente, propondo-se assim a realizar ações no nível micro, que são concretas e possíveis na sua realidade, ocasionando com uma certeza a transformação em seu próprio microcosmo:

E minha trajetória [r] do início a até agora, né? ela foi revolucionária, né? Porque eu não tenho nem palavras para falar em relação a isso, foi muito, muito aprendizado que eu consegui ter, é com essa trajetória e também, é qual era tua outra pergunta? (Participante 4)

## 6. DISCUSSÃO

Esse trabalho teve como objetivo descrever os condicionantes materiais e simbólicos, as capacidades de fazer e projetar que os empreendedores identificam como determinantes para abertura e a manutenção dos seus Negócios de Impacto Socioambiental.

Identificou-se que os participantes do estudo significam o tornam-se empreendedores por um conjunto de vivências, permeadas por eventos dramáticos e singulares das suas histórias. Ao longo de uma trajetória individual, estes assimilam diferentes eventos e, em uma atividade criadora, fundam seus negócios.

Entretanto, o que pode parecer apenas um processo individual e intrínseco aos empreendedores, dá-se em uma relação processual com o coletivo, uma vez que a significação dos acontecimentos, atribuindo sentidos às vivências, ocorre a partir da relação com o meio externo.

Destaca-se ainda que, isoladamente, os eventos vivenciados por cada empreendedor não explicam o processo de vir a ser empreendedor, mas é no jogo dramático, de internalizar cada um dos acontecimentos, de atribuir um significado à eles e de combiná-los, que os empreendedores desenvolvem a atividade criadora de construir um Negócio de Impacto Socioambiental.

Ainda assim, como propõe Vygotsky (2018), o comum a toda atividade criadora é a repetição, ou seja nossas experiências anteriores são recombinações com as novas experiências de forma a criar novas situações, até então não existentes no passado, e na nossa memória, mas que podem vir a existir no presente e no futuro, se postas em ação.

Dessa forma, a atividade de criar um Negócio de Impacto Socioambiental, como observado nos processos singulares de cada empreendedor, ocorre como proposto por Vygotsky (2018) de forma lenta e gradativa, a partir da transformação de um conjunto de experiências anteriores dos empreendedores, que combinadas constituem o novo, que até então nunca tinha sido feito ou vivenciado, mas que de alguma forma sempre esteve ali. Esse raciocínio parte da ideia de que a imaginação e a capacidade projetiva constroem-se sempre de elementos anteriores retirados da realidade e presentes na vivência dos indivíduos. (Vygotsky, 2018)

Nesse estudo, além de verificar os processos singulares e as trajetórias individuais de cada empreendedor, buscou-se também identificar os condicionantes materiais e simbólicos presentes nas suas jornadas antes de empreender e as capacidades de fazer e projetivas para a manutenção dos seus negócios.

Constatou-se assim 7 elementos comuns às jornadas dos participantes, anteriores ao início do processo de empreender, elencados a seguir: a) Pertencimento de classe, racial e territorial: marcadores de identidade; b) Incentivo ao estudo: impulso a ascensão social; c) Experiências educacionais: novas realidades, aprendizados e protagonismo; d) Experiências com empreendedorismo: crítica e caminho para os Negócios de Impacto Socioambiental; e) Experiências no voluntariado: encontro com pessoas que desejam resolver problemas; f) Religiosidade/espiritualidade: a ajuda ao outro; g) Exposição às problemáticas socioambientais: consciência e apelo para empreender.

Verificou-se assim como Van an Ryzin et al (2009), Cohen e Katz (2016), Hart e Levie (2011) e Cohen e Katz (2016) que, em geral, os empreendedores entrevistados advém de condições de vida desfavoráveis economicamente, e identificam-se a partir de um recorte racial e de classe específico, associando a história das suas famílias à uma classe trabalhadora, pertencente de comunidades empobrecidas. Dessa forma, as aspirações concretas dos Negócios de Impacto Socioambiental parecem dialogar com aquelas mantidas pelos participantes, fruto de suas origens e pertencimentos socioespaciais e identitários.

Em busca de mobilidade social, os empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental buscam se escolarizar e encontram na educação a oportunidade de melhorar de vida, apresentando assim maior escolaridade que a média da população (Scheiber, 2016 e Van Ryzin et al, 2019). Para atingirem um padrão elevado de educação, contam com o apoio e o incentivo de pelo menos um dos membro da família que se faz bastante presente em suas histórias, resultado esse divergente de investigações recentes das trajetórias de empreendedores sociais, que discorrem que esses tendem a ter relações conflituosas com seus pais, permeado por uma infância normativa, repleta de estranhamentos e solidão, marcadas por pais ausentes e por uma dinâmica familiar difícil e cheia de privações (Cohen & Katz, 2016).

Os resultados aqui obtidos demonstram que a família não apenas incentiva os filhos a estudarem como também promove oportunidades a eles, inserindo-os em

diferentes atividades extracurriculares. Um perfil mais ativo, assumindo um papel de liderança e um envolvimento em diferentes atividades bem como o estabelecimento de distintas relações sociais, ainda na adolescência e juventude, é outro aspecto comum aos empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental (Cohen & Katz, 2016).

Além das atividades extracurriculares, o voluntariado é algo presente e consolidado na história dos empreendedores, o que demonstra a importância desse condicionante material para que os sujeitos possam adentrar em contato com a realidade e com as problemáticas que, posteriormente, querem resolver, bem como reconhecer problemas sistêmicos dentro das estruturas sociais existentes (Cohen & Katz, 2016; Yitshaki & Kropp, 2016; Zahra et al, 2009; Hota et al, 2019; Scheiber 2016). Aqui também salienta-se a relação do voluntariado com a religiosidade, demonstrando que os empreendedores apresentam uma educação ancorada nos valores de ajuda ao outro, sendo orientados a realizar ações de caridade e de doação ao próximo, mesmo que muitos tenham rompido depois de adultos com as instâncias religiosas.

Ademais, o contato com o empreendedorismo também é algo que se faz presente em boa parte da vida dos empreendedores entrevistados. Assim como o estudo de Levie e Hart (2011), que demonstra que empreendedores sociais são menos propensos a ter um histórico de negócios familiares do que os empreendedores convencionais, a maior parte dos participantes desse estudo relata que os pais não empreendiam ou se sim, não foram necessariamente iniciativas sucedidas, já que desempenhavam a atividade, geralmente precarizada, por necessidade para complementar renda. Entretanto, todos os participantes, de alguma maneira, já haviam tido um contato anterior, por meio da Universidade ou de outra atividade de trabalho relacionada ao empreendedorismo convencional. Isso vai também ao encontro com Levie e Hart (2009) e de Bernardino, Santos, Ribeiro (2018) que concluíram que empreendedores sociais tendem a utilizar suas experiências profissionais anteriores para atuarem em seus empreendimentos.

Em relação ao acesso ao empreendedorismo via Universidade, evidencia-se a importância dessas instituições atuarem como propulsoras de uma cultura empreendedora entre seus alunos, fomentando iniciativas de Negócios de Impacto Socioambiental e inserindo no currículo, principalmente nas faculdades de negócios, conteúdos e matérias relacionadas à temática de empreender com impacto

socioambiental, formando seus alunos para também desenvolver capacidades importantes para a constituição e manutenção de Negócios de Impacto Socioambiental.

Em relação às capacidades, esse estudo identificou e organizou as *capacidades de fazer* um Negócio de Impacto Socioambiental em três temas: a) Capacidades Contextuais b) Capacidades Pessoais c) Capacidades Técnicas.

Nas capacidades contextuais, destaca-se a identificação de problemas socioambientais, identificação de oportunidades de negócios e flexibilidade para modificação no modelo de negócio. Destaca-se assim que os empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental são impulsionados pela geração de valor social e por considerarem que podem resolver um problema social ou ambiental identificado previamente (Dess, 1998; Zahra Et Al, 2009; Yitshaki; Kropp, 2011).

Constata-se ainda que essas capacidades contextuais costumam emocionalmente aos empreendedores, uma vez que conectar um problema socioambiental com as necessidades de mercado em geral é desafiador e dolorido, gerando frustrações, desilusões e conflitos internos. Isso exige constantemente que esses sejam flexíveis e modifiquem seus modelos de negócios, encontrando a maneira mais sustentável e viável de resolver o problema socioambiental que buscam resolver.

Em relação à dimensão das capacidades pessoais, identificou-se 5 subtemas, sendo elas: Disposição para criar relacionamentos, disposição para buscar ajuda, disposição para resolver problemas, disposição para persistir e disposição para lidar com as emoções.

A capacidade para criar relacionamentos é também destaque no estudo de Jeong-Shinhee et al (2020), no qual demonstra que os empreendedores de impacto socioambiental utilizam o capital social como um recurso importante para o desenvolvimento dos seus negócios e aproveitam para construir relações e expandir suas conexões para apoio pessoal e troca de experiências. Além disso, as conexões também estão interligadas à intenção de expandir o bem-estar do meio que estão inseridos, uma vez que os entrevistados buscam compartilhar seus sonhos e agregar pessoas para juntos trabalharem em prol da resolução dos problemas socioambientais.

Já a disposição para resolver problemas, a disposição para persistir e a disposição para lidar com as emoções aparecem em outros estudos (Dees 1998;

Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006; Miller, Il Wesley & Williams, 2012; Matos & Fischer, 2018), demonstrando uma necessidade dos empreendedores resistirem frente às múltiplas adversidades em sustentar um *modelo de negócio* de um Negócio de Impacto Socioambiental.

Destaca-se ainda que esse estudo verifica que as chamadas capacidades pessoais não são intrínsecas e/ou inatas aos empreendedores, uma vez que esses demonstram em suas histórias de vida desenvolver as capacidades a partir de situações diversas enfrentadas anteriormente ao negócio e também durante o desenvolvimento destes. Elas são aprendidas e se apresentam em um meio, constituindo-se a partir das interações sociais e da relação sujeito-sociedade.

Assim, esse estudo também identificou que as *capacidades de fazer* tanto contextuais, quanto pessoais e técnicas, são importantes para a manutenção de um negócio de impacto socioambiental, mas juntamente com elas, outros condicionantes materiais potencializam o crescimento e desenvolvimento do negócio, esses são: a) acesso a educação empreendedora; b) acesso à mentorias; c) acesso a reconhecimento, d) acesso a recursos financeiros; e) acesso a uma equipe qualificada.

Diante disso, fica demarcada a importância do apoio das incubadoras e aceleradoras para o desenvolvimento da figura do empreendedor e também do seu negócio (Gonzalez & Dentchev, 2021). E reforça-se a necessidade desses serviços atenderem as regiões do Brasil fora do eixo econômico São Paulo-Rio, bem como ter capilaridade para atender as periferias dos centros urbanos e áreas rurais. É a partir do ecossistema dos Negócios de Impacto Socioambiental que os empreendedores também podem se conectar com mentores e com outras pessoas que estão vivenciando desafios semelhantes, para se fortalecerem como rede empreendedora, como ressalta Jeong-Shinhee et al (2020).

O acesso a fomento é um fator chave para manutenção dos Negócios de Impacto Socioambiental. Uma vez que esses têm geralmente modelos de negócios complexos e atendem públicos que pagam valores reduzidos pelos serviços oferecidos, dificultando o retorno financeiro a longo prazo e impedindo a sustentabilidade financeira deste (Bellotti, 2019). Assim, evidenciou-se neste estudo a importância das linhas de fomento a fundo perdido oferecidas pelas instituições públicas. E a necessidade de expansão desse tipo de política pública. Também ressalta-se um maior fortalecimento e criação de alternativas de captação de

recursos, como financiamentos coletivos, linhas de créditos para Negócios de Impacto Socioambiental e uma melhor comunicação e diálogo dos *fundos de investimento com teses em impacto* para com os empreendedores.

Outro condicionante destacado é o acesso a reconhecimento (Gonzalez & Dentchev, 2021), que demonstra a busca dos empreendedores por visibilidade, via premiações. Constata-se que, diante de tantas dificuldades e adversidades, ser premiado é uma ação recompensadora e, ao mesmo tempo, incentivadora para os empreendedores manterem seus Negócios de Impacto Socioambiental, assim criar eventos e premiações pode ser uma boa estratégia para atores do ecossistema que buscam apoiar os empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental.

Verifica-se que um último condicionante para o funcionamento do negócio se constitui na formação da equipe. Jeong-Shinhee et al (2020) destaca que os empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental são orientados a querer que o negócio não seja centralizado na sua figura, mas sim compartilhado entre um conjunto de pessoas que acreditam e dividem os mesmos propósitos e valores. Entretanto é pouco discutido sobre como acontecem os processos de criação de equipe, planejamento sucessório e desenvolvimento de liderança dentro dos Negócios de Impacto Socioambiental. E diante dos dilemas dos entrevistados deste estudo verifica-se que, muitas vezes, os empreendedores não estão preparados para ampliar suas equipes, selecionando pessoas com propósitos semelhantes e capacidades técnicas e pessoais complementares.

Por fim, ao longo desse estudo, verificou-se que empreender um Negócio de Impacto Socioambiental gera tensionamentos e contradições. Por exemplo: a busca por capital, mas a recusa de receber investimentos privados; a negação do modelo vigente, mas o funcionamento dentro da lógica capitalista; a busca por mais flexibilidade no trabalho, mas a realização de jornadas duplas. Entretanto, é importante compreender que as contradições são inerentes aos processos humanos e coexistem em unidade (Pasqualini, 2020). E é a partir dessa unidade indissociável que é possível criar novas possibilidades de futuro, criando uma realidade ainda inexistente.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou apontar para a necessidade de compreender o processo de criação e fundação dos Negócios de Impacto Socioambiental e de tornar-se empreendedor como algo dinâmico e multidimensional, ancorado na unidade sujeito-meio.

Por meio das significações trazidas por empreendedores sobre suas trajetórias, foi possível compreender um conjunto de condicionantes materiais e simbólicos que interagem na mediação da constituição de suas jornadas empreendedoras.

Conclui-se que a criação dos Negócios de Impacto Socioambiental pelos empreendedores se dá em um processo paulatino, carregado e repleto de tensões e desafios socioculturais e econômicos a serem enfrentados pessoal e coletivamente.

Desde a perspectiva do sujeito, é um processo ancorado em significações próprias do conjunto de acontecimentos da trajetória de vida de cada um deles, permeado por vivências carregadas de cognições, afetos e valores construídos na interação com sujeitos e localidades, instituições e programas diversos. São essas interações que, entre apoios e dificuldades, criam (im)possibilidades e circunstâncias para a constituição tanto dos seus negócios como dos próprios sujeitos, no processo de tornarem-se empreendedores. São elas que permitem vivências entre problemáticas e utopias, impulsionando a consciência e a crítica para a construção da esperança projetual investida em projetos de presente e de futuro, pessoal e coletivo, sintetizados nos negócios de impacto socioambiental dos empreendedores.

A abordagem realizada na pesquisa buscou uma incipiente e desafiadora tentativa de relacionar diferentes áreas do conhecimento, teorias e autores. Contudo, aprofundamentos teóricos na articulação dos conceitos abordados se fazem necessários, o que se sugere para pesquisas futuras.

Sugere-se ainda que outras pesquisas continuem sendo realizadas na tentativa de compreensão dos tensionamentos enfrentados pelos empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental, identificando novas tensões e realizando um aprofundamento das investigações relacionadas aos eventos de ampliação de equipe e busca por sustentabilidade financeira.

Em relação às implicações práticas, os resultados demonstrados podem ser usados pelo ecossistema de apoio aos empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental, para orientar suas práticas de formação em educação empreendedora e os processos de recrutamento e seleção de novos empreendedores, considerando os condicionantes materiais e as capacidades pessoais e contextuais como fontes importantes para estruturar os processos de avaliação. As organizações de voluntariado, universidades e centros religiosos poderiam vir a ser importantes canais de divulgação de programas de aceleração e incubação para captar empreendedores mais diversos. Destaca-se ainda que esse estudo possibilita fundamentar a necessidade da criação de mais linhas de fomento governamentais para o desenvolvimento e crescimento de Negócios de Impacto Socioambiental.

Por fim, espera-se que os resultados também contribuam para os empreendedores de Negócios de Impacto Socioambiental e para os que buscam vir a ser, demonstrando condicionantes materiais e simbólicas que podem facilitar suas jornadas empreendedoras.

## REFERÊNCIAS

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?" *Entrepreneurship Theory and Practice* 30, nº 1 (1º de janeiro de 2006): 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>.
- Bacq, S. & Hartog, C. (2016) Beyond the Moral Portrayal of Social Entrepreneurs: An Empirical Approach to Who They Are and What Drives Them. *Journal of Business Ethics*, v. 133, n. 4, p. 703–718.
- Bansal, T. & Song H. (2017) Similar But Not the Same: Differentiating Corporate Sustainability from Corporate Responsibility. *The Academy of Management Annals* 11(1):105-149
- Barki, E. & Izzo, D. & Torres, H. G. & Aguiar, L. (2013) Negócios com impacto social no Brasil. São Paulo: Petrópolis.
- Barki, E., Comini, G., & Torres, H. *Negócios com Impacto Socioambiental no Brasil*, 2019.
- Beatón, G.A. (2017). Vivência, atribuição de sentido e subjetivação da atividade, a comunicação e relações sociais. In: M. E. M. Bernardes, & G. A. Beatón, G.A. (orgs.), *Trabalho, educação e lazer: contribuições do enfoque Histórico-Cultural para o desenvolvimento humano* (pp. 143-214). São Paulo: EACH/USP.
- Bellotti, P. (2019). Sustentabilidade financeira em empresas de impacto. In Barki, E., Comini, G., & Torres, H. *Negócios com Impacto Socioambiental no Brasil* (pp. 237-245) Rio de Janeiro, RJ: FGV.
- Bernardino, S, Freitas S., J.& Cadima R., J. (2018) Social entrepreneur and gender: what's personality got to do with it? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, v. 10, n. 1, p. 61–82.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, v. 3, n. 2, p. 77–101.
- Braun, V. & Clarke, V. (2019) Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, v. 11, n. 4, p. 589–597.
- Capra, F. (1982) *O ponto de mutação: A ciência, a sociedade e a cultura emergente*. São Paulo: Editora Cultrix.

- Chaves, T. J. & Mezzari, L. (2016) Guia prático para negócios de impacto. Jundiaí: Paco Editorial. D' Angelo, M. J. (2013). Aprendizagem Social para Sustentabilidade: Um estudo sobre negócios sustentáveis em contextos de múltiplos atores sociais, relações e interesses. (Tese de Doutorado em Administração de Empresas). Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo.
- Cohen, H. & Katz, H. (2016) Social entrepreneurs narrating their careers: A psychodynamic-existential perspective: *Australian Journal of Career Development*.
- Cohen, H. & Katz, H. (2019). The social entrepreneur puzzle: the background, personality and motivation of Israeli social entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, v. 10, n. 2, p. 211–231.
- Comini, G. (2016). *Negócios Sociais e Inovação Social: Um retrato de Experiências Brasileiras*. Texto. Universidade de São Paulo.
- Comini, G., Barki, E. & Aguiar, L. (2013) O novo campo dos Negócios com Impacto Social. In Barki, E. & Izzo, D. & Torres, H. G. & Aguiar, L. *Negócios com impacto social no Brasil*. São Paulo: Petrópolis.
- Comissão Mundial sobre o meio ambiente e desenvolvimento (CMMAD) (1987). *Nosso Futuro Comum*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- D' Angelo, M. J. (2013). Aprendizagem Social para Sustentabilidade: Um estudo sobre negócios sustentáveis em contextos de múltiplos atores sociais, relações e interesses. (Tese de Doutorado em Administração de Empresas). Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo.
- Dees, J.G. (1998). The Meaning of "Social Entrepreneurship". The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Kansas City, MO and Palo Alto, CA.
- Ding, Z., Au, K. & Chiang, F. (2015). Social trust and angel investors' decisions: A multilevel analysis across nations. *Journal of Business Venturing*, 30, 307–321. Recuperado de <http://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.08.003>
- Dionisio, M. (2019). The evolution of social entrepreneurship research: A bibliometric analysis. *Social Enterprise Journal*, 15(1), 22–45. <https://doi.org/10.1108/SEJ-05-2018-0042>
- Dorado, S. (2006). Social entrepreneurial ventures: Different values so different process of creation, no? *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(04), 319–343. <https://doi.org/10.1142/S1084946706000453>

- Dorado, S. (2006). Social entrepreneurial ventures: Different values so different process of creation, no? *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(04), 319–343. <https://doi.org/10.1142/S1084946706000453>
- EMF- Ellen Mac Arthur Foudation . (2013). Towards the Circular Economy– Economic and Business Rationale for and Accelerated Transition.
- entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, v. 24, n. 5, p. 519–532, 2009. (Special Issue Ethics and Entrepreneurship).
- Etapé-Dubreuil, G., Ashta, A., & Hédou, J.P. (2012), Micro-equity and social entrepreneurship from a venture capital perspective. *Strategic Change*, 21, 355–368.
- Freitas, M. T. A. (2002). Abordagem sócio-histórica como orientadora da pesquisa qualitativa. *Cadernos de Pesquisa*, 116, 21-39.
- Gonzalez, D. A., & Dentchev, A. N. (2021). “Ecosystems in support of social entrepreneurs: a literature review”. *Social Enterprise Journal* 17, nº 3 (1º de janeiro de 2021): 329–60. <https://doi.org/10.1108/SEJ-08-2020-0064>.
- Günther, H., Elali, G. A., & Pinheiro, J. Q. (2008). A abordagem multimétodos em estudos pessoa-ambiente: características, definições e implicações. *Métodos de pesquisa nos estudos pessoa-ambiente*, 1, 369-380.
- Harrison, R. T., Dibben, M. R., & Mason, C. M. (1997). The role of trust in the informal investor’s investment decision: An exploratory analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(4), 63–82.
- Hota, P. K., Subramanian, B., & Narayanamurthy, G. (2019). Mapping the Intellectual Structure of Social Entrepreneurship Research: A Citation/Co-citation Analysis.
- Jeong-Shinhee, Bailey, Jeanne M., Lee, J.; et al. (2020) “It’s not about me, it’s about us”: a narrative inquiry on living life as a social entrepreneur. *Social Enterprise Journal*, v. 16, n. 3, p. 263–280.
- Jolé, M. (2005). Reconsiderações sobre o “andar” na observação e compreensão do espaço urbano. *Caderno CRH*, 18(45), 423-429.
- Kalmykova, Y. & Sadagopan, M. & Rosado, L. (2018). Circular economy–From review of theories and practices to development of implementation tools. *Resources, Conservation & Recycling* (135)190–201
- Kruse, L. (2004). *Globalização e desenvolvimento sustentável com as questões da psicologia ambiental*. In E. T. O. Tassara, E. P. Rabinovich & M. C. Guedes (orgs.). *Psicologia e Ambiente*. (p. 331-346). São Paulo: EDUC.

- Lawrence, R. J. (2004). *Ecologia humana*. In E. T. O. Tassara, E. P. Rabinovich & M.C. Guedes (orgs.). *Psicologia e Ambiente*. (p. 331-346). São Paulo: EDUC.
- Lélé, S. (1991). Sustainable Development: A critical Review. *World Development* 19 (6), 607-621
- Levie, J. & Hart, M.(2016) Business and social entrepreneurs in the UK: gender, context and commitment. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, v. 3, n. 3, p. 200–217.
- Levie, J., & Hart, M. (2009) e Michael Anyadike-Danes. “The Effect of Business or Enterprise Training on Opportunity Recognition and Entrepreneurial Skills of Graduates and Non-Graduates in the UK”, 29:749–59. USA: Babson, 2009. <https://publications.aston.ac.uk/id/eprint/37351/>.
- Levie, J., & Hart, M. (2011) “Business and social entrepreneurs in the UK: gender, context and commitment”. Organizado por Fidelma Ashe e Lorna Treanor. *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 3, nº 3 (1º de janeiro de 2011): 200–217. <https://doi.org/10.1108/17566261111169304>.
- Liberali, F. C. & Fuga, V. P. (2018) The importance of the concept perezhivanie in the constitution of transformative agent. *Estudos de Psicologia* (Campinas), v. 35, n. 4, p. 363–373.
- Maldonado, T. (1971). *La speranza progettuale: ambiente e società*. Torino: Einaudi.
- Maldonado, T. (1990). *El futuro de la modernidad*. Gijón: Ediciones Júcar Universidad.
- Matos, H. V. de. (2018). *Investidores e empreendedores sociais: Uma análise sobre as competências dos empreendedores de negócios com impacto socioambiental* (Texto, Universidade de São Paulo). <https://doi.org/10.11606/D.12.2019.tde-20122018-170536>
- Miller, L. T., Wesley L. C., & Williams, E. Denise. (2012). “Educating the Minds of Caring Hearts: Comparing the Views of Practitioners and Educators on the Importance of Social Entrepreneurship Competencies”. *Academy of Management Learning & Education* 11, nº 3 (setembro de 2012): 349–70. <https://doi.org/10.5465/amle.2011.0017>.
- Ministério do Meio Ambiente - MMA. Agenda 21 Global. Responsabilidade Socioambiental. Recuperado em 10 de abril de 2019 de <<http://www.mma.gov.br/responsabilidadesocioambiental/agenda-21/agenda-21-global>>

- Ministério do Meio Ambiente- MMA. Agenda 21 Global. Responsabilidade Socioambiental. Recuperado em 10 de abril de 2019 de <<http://www.mma.gov.br/responsabilidadesocioambiental/agenda-21/agenda-21-global>>
- Moser, G. (2004). *La Psicología ambiental: del análisis a la intervención dentro de la perspectiva del desarrollo sustentable*. In E. T. O. Tassara, E. P. Rabinovich & M. C. Guedes (orgs.). *Psicologia e Ambiente*. (p. 331-346). São Paulo: EDUC.
- Moser, G. (2005). Psicologia Ambiental e Estudos Pessoas Ambiente: Que tipo de colaboração multidisciplinar? *Psicologia USP*, São Paulo 16(1/2). 131-140.
- Nações Unidas Brasil - ONU. 17 Objetivos para transformar o mundo. Recuperado em 10 de abril de 2019 de <<https://www.undp.org/content/dam/brazil/docs/publicacoes/documentos-tematicos-ods-07-2017.pdf>>
- Nações Unidas Brasil - ONU. Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Recuperado em 10 de abril de 2019 de <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>
- Newman, F. & Holzman, L. (2002) “O Laboratório como metodologia” e “Práxis: A metodologia instrumento-e-resultado e a psicologia de Vygotsky”. In: Newman, f. & Holzman, L. *Lev Vygotsky - Cientista Revolucionário*. São Paulo: Loyola, 2002.
- Okano, M. T. (2019). Social Enterprise in the current context: A Systematic Review of the last 10 years. *Journal on Innovation and Sustainability RISUS*, 10(2), 109–122. <https://doi.org/10.23925/2179-3565.2019v10i2p109-122>
- Oliveira, E, M. (2004). Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – Notas Introdutórias. *Revista. FAE*, Curitiba (2) .9-18.
- Pinheiro, J. Q. (1997) Psicologia Ambiental: a busca de um ambiente melhor. *Estudos de Psicologia*. 2(2) 377-389
- Pinheiro, J. Q. (2003) Psicologia Ambiental: espaços construídos, problemas ambientais, sustentabilidade. *Estudos de Psicologia*. 8(2) 209-213
- Pinheiro, J. Q., & Pinheiro, T. F. (2007). Cuidado ambiental: ponte entre psicologia e educação ambiental? *Psico*, 38(1), 25-34.
- Pinheiro, J. Q., Elali, G. A., & Fernandes, O. S. (2008). *Observando a interação pessoa-ambiente: Vestígios ambientais e mapeamento comportamental*.

- In J. Q. Pinheiro & H. Günther (Orgs.), Métodos de pesquisa nos estudos pessoa-ambiente (pp. 75-104). São Paulo: Casa do Psicólogo.
- Pipe Social. (2019). O que são negócios de impacto [recurso eletrônico] : características que definem empreendimentos como negócios de impacto. Pipe Social, Instituto de Cidadania Empresarial. São Paulo, SP. Recuperado em junho de 2020 em: <https://aliancapeloimpacto.org.br/wp-content/uploads/2020/03/ice-estudo-negocios-de-impacto-2019-web.pdf>
- Pol, E. (1993). Environmental Psychology in Europe: from Architectural Psychology to Green Psychology. Aldershot, Reino Unido. Avebury
- Pinheiro, J. Q., & Pinheiro, T. F. (2007). Cuidado ambiental: ponte entre psicologia e educação ambiental? *Psico*, 38(1), 25-34.
- Rattner H. *Liderança para uma sociedade sustentável*. São Paulo: Nobel; 1998.
- Rheingantz, P. A. & Azevedo, G. A. & Brasileiro, A. & Alcantara, D. & Queiroz, M. (2009) Observando a qualidade do lugar: procedimentos para a avaliação pós-ocupação. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo.
- Sassmannshausen, S. P., & Volkmann, C. (2018). The Scientometrics of Social Entrepreneurship and Its Establishment as an Academic Field. *Journal of Small Business Management*, 56(2), 251–273. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12254>
- Scheiber, L. (2016). How social entrepreneurs in the third sector learn from life experiences. *VOLUNTAS:International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, v. 27, n. 4, p. 1694–1717, 2016.
- Shrivastava, P. (1995). Ecocentric management for risk society. *Academy of Management Review*, New York, 2 (1), 118-137
- Silva, A. P. S. (2016). Espaço rural e relações intergeracionais: considerações a partir de uma experiência em assentamento da reforma agrária (Tese de Livre Docência em Psicologia). Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto.
- Sommer, R., & Sommer, B. B. (1997). *Behavioral mapping*. In R. Sommer & B. B. Sommer, A practical guide to behavioral research: Tools and techniques (3rd ed., pp. 60-78). New York: Oxford University Press.
- Stephan, U., & Drencheva, A. (2017). The Person in Social Entrepreneurship. In *The Wiley Handbook of Entrepreneurship* (p. 205–229). <https://doi.org/10.1002/9781118970812.ch10>

- Toassa, G. & Souza, M. P. R. (2010) de. As vivências: questões de tradução, sentidos e fontes epistemológicas no legado de Vigotski. *Psicologia USP*, v. 21, n. 4, p. 00–00, 2010.
- Uzzell, D. (2004). *A psicologia ambiental como a chave para mudar atitudes e ações para a sustentabilidade*. In E. T. O. Tassara, E. P. Rabinovich & M. C. Guedes (orgs.). *Psicologia e Ambiente*. (p. 331-346). São Paulo: EDUC.
- Van Ryzin, G.G., Grossman, S. & Dipadova-Stocks, L.; et al. Portrait of the Social Entrepreneur: Statistical Evidence from a US Panel. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, v. 20, n. 2, p. 129–140, 2009.
- Vygotsky, L. S. (2001) *A construção do pensamento e da linguagem*. São Paulo: Martins Fontes.
- Vygotsky, L. S. (2007) Problemas de método. In: Vygotsky, Lev Semenovitch, L. S. *Formação social da mente: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores*. 7 ed. São Paulo: Martins Fontes.
- Vygotsky, L. S. (2010) Quarta aula: A questão do meio na pedologia. *Psicologia USP*, 21(4), 681-701.
- Vygotsky, L. S. (2001). *A construção do pensamento e da linguagem*. São Paulo: Martins Fontes.
- Vygotsky, L. S. (2006). *Obras escogidas IV: Psicologia Infantil*. Madrid: Visor y A. Machado Libros. (Original publicado em 1933).
- Vygotsky, L.S (2018). *Imaginação e criação na infância*. São Paulo: Expressão Popular.
- Webster, K. (2015). *The circular economy a wealth of flows*. United Kingdom: Ellen Mac Arthur Foudation Publishing
- Wiesenfeld, E. *A Psicologia Ambiental e as diversas realidade humanas* (2005). *Psicologia USP*, São Paulo, 16(1/2) 53-69
- Yitshaki, R & Kropp, F. (2016) Motivations and Opportunity Recognition of Social Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, v. 54, n. 2, p. 546–565.
- Yunus, M. & Moingeon, B. & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. *Long Range Planning*, (43) 308-325.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E & Neubaum, D. O.(2009) et al. A typology of social

Zanella, A. V, Reis, A. C. & Titon, A. P., Urnau, L. C., & Dassoler, T. R. (2007). Questões de método em textos de Vygotski: contribuições à pesquisa em psicologia. *Psicologia & Sociedade*, v. 19, n. 2, p. 25–33.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A

#### QUESTIONÁRIO GOOGLE FORMS: COLETA DE INFORMAÇÕES INICIAIS

##### **Procura-se empreendedores sociais**

Esse formulário serve para você demonstrar interesse em participar da pesquisa de mestrado "Empreendedores na construção de projetos de presente e de futuro para uma nova economia", desenvolvido pela pesquisadora Bianca Oliveira de Macedo, sob orientação da Profa. Dra. Ana Paula Soares da Silva, vinculada ao Departamento de Psicologia da Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Ribeirão Preto/Universidade de São Paulo.

Para entender melhor sobre sua participação, leia na figura abaixo o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, no qual explica em detalhes o objetivo e como funcionará a pesquisa. Caso prefira, é possível fazer a leitura neste link: <https://bitly.com/95Go7>

Você aceita participar da pesquisa?

SIM

NÃO

##### **Dados sobre você e o seu negócio**

Aqui serão solicitadas informações básicas para sabermos se você e seu negócio se enquadram nos requisitos do nosso estudo e também para já podermos entrar em contato para tirar suas dúvidas sobre a pesquisa e sua participação.

Qual seu nome?

Email:

Telefone de contato:

Cidade:

Qual sua idade?

Qual sua formação?

Qual sua cor/ etnia?

Qual o nome do seu negócio?

Seu negócio tem redes sociais? Se sim, pode passar o link para gente?  
Há quanto tempo seu negócio existe?

- Até de 2 anos
- De 3 a 5 anos
- Mais de 5 anos

Seu negócio tem finalidade de gerar impacto social e ou ambiental?

- SIM
- NÃO
- TALVEZ

Seu negócio funciona na lógica de mercado? (comercializa um produto ou serviço)

- SIM
- NÃO
- TALVEZ

Seu negócio já está em operação?

- SIM
- NÃO
- TALVEZ

Agradecemos desde já o envio das respostas. Em breve iremos te escrever para te dar mais informações sobre o estudo e marcarmos uma entrevista caso você tenha disponibilidade.

## APÊNDICE B

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado a participar do estudo intitulado “Empreendedores na construção de projetos de presente e de futuro para uma nova economia”, desenvolvido pela pesquisadora Bianca Oliveira de Macedo, sob orientação da Profa. Dra. Ana Paula Soares da Silva, vinculado ao Departamento de Psicologia da Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Ribeirão Preto/Universidade de São Paulo. O estudo tem como objetivo identificar quais os elementos da história de vida que são significados pelos empreendedores como constitutivos de si mesmos e das práticas que constroem nos seus negócios que tem como propósito gerar impacto positivo para o planeta e para as pessoas. Buscaremos dessa forma, conhecer a trajetória de vida e o cotidiano dos empreendedores que fundaram e/ou atuam nesses negócios.

Caso concorde em participar, serão realizados três encontros acordados previamente com você, sendo que dois deles serão realizados remotamente e o último presencialmente apenas se não houver pandemia. Cada encontro poderá ter duração mínima de 30 minutos e máxima de 1 hora e meia a depender da sua disponibilidade, todos os encontros serão audio gravados (mediante sua permissão) e posteriormente transcritos. O primeiro e segundo encontro consistem na realização de entrevistas (conversas), essas terão perguntas que objetivam conhecer suas vivências em relação ao negócio do qual empreende, sua trajetória pessoal e profissional, sua rotina atual e desafios em empreender, bem como seus sonhos e objetivos para o seu futuro e do planeta. As entrevistas, serão feitas remotamente pelo Google Meet e serão gravadas via recurso da própria plataforma (mediante sua permissão). Durante o primeiro encontro será feita uma única pergunta disparadora perguntando quais foram os acontecimentos, influências, pessoas e reflexões importantes na sua vida que contribuíram para começar a empreender e para se tornar um empreendedor. Posteriormente a resposta será realizado uma atividade de construção de uma linha do tempo da sua história pessoal (*Linha do tempo de Trajetórias de vida*). Essa atividade consiste em desenhar junto com a pesquisadora em um site chamado Padlet, uma linha do tempo da sua vida, nessa será solicitado que escreva em tópicos os fatos que considera mais marcantes na sua trajetória para virar empreendedor e como imagina seu futuro e do planeta, destacando também os fatos que acredita que mais colaboraram para que estivesse envolvido no negócio do qual faz parte. No segundo encontro também via meet e com duração entre 30 minutos à 1h30 será conversado sobre o seu negócio, no qual será perguntado a quanto tempo ele existe, sobre como esse funciona, quais são seus produtos e/ou serviços, quais são as atividades cotidianas exigido no mesmo, as habilidades requeridas e os desafios de empreender um negócio de impacto socioambiental em comparação com um negócio tradicional. Por fim, o terceiro encontro consiste em você e a pesquisadora realizar uma caminhada pelo seu negócio (percurso comentado) com o objetivo de apresentar o ambiente no qual atua, e as lembranças, experiências e vivências que têm nesse lugar, esse encontro será feita apenas se não houver pandemia e se você tiver disponibilidade. Todas as atividades propostas nesses três encontros serão explicadas detalhadamente antes de sua realização a fim de tirar todas as suas dúvidas sobre cada uma delas.

As informações obtidas nesses encontros serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos e de divulgação da pesquisa, sem prejuízo previstos para você ou qualquer participante. Explicitamos ainda que você tem garantia de indenização diante de eventuais

danos decorrentes da pesquisa e sua participação nesta é livre e não trará gastos previstos, mas, caso você tenha alguma eventual despesa, decorrente da participação, haverá ressarcimento. Você também poderá interromper sua participação a qualquer momento sem que isso resulte em qualquer penalidade, prejuízo ou represálias de qualquer natureza. Seu nome será mantido em sigilo, assim como o nome do seu negócio e imagens de sua pessoa, a menos que você queira a identificação. Se a pesquisa lhe causar algum desconforto, fazendo com que se sinta comovido ou mobilizado emocionalmente a pesquisadora interromperá a pesquisa e perguntará se deseja continuar participando, caso seja necessário também indicará serviços públicos que realizam atendimento psicológico, entretanto não há garantia que você será atendido por esses serviços. Além disso, se, em qualquer momento, você não desejar continuar a participar, fique tranquilo para informar isso à pesquisadora. Ela também se colocará a disposição para conversar sobre remotamente via ligações telefônicas, troca de mensagens (whatsapp) ou via chamada de vídeo (Google Meet) se você quiser. A participação na pesquisa não traz benefícios específicos para você, mas, de modo geral, este estudo poderá contribuir para trazer visibilidade a essa nova forma de fazer negócios do qual você está inserido e contribuir para o desenvolvimento de programas de formação para empreendedores de negócios de impacto socioambiental. Todos(as) os(as) participantes da pesquisa terão acesso ao resultado do estudo e poderão solicitar uma conversa remotamente (via google meet) ou presencialmente pós pandemia, para falar sobre os resultados encontrados nesse, além disso será fornecido a você uma cópia deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado pela pesquisadora. Caso tenha alguma dúvida ou queira algum esclarecimento ou informação referente à pesquisa, poderá entrar em contato com a pesquisadora e sua supervisora:

Contato da pesquisadora responsável: Bianca Oliveira de Macedo- Telefone: (16) 98221-8481- E-mail:bianca.macedo@usp.br Endereço da pesquisadora responsável: Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto –Universidade de São Paulo (FFCLRP-USP). Departamento de Psicologia. Av. Bandeirantes, 3900. Bairro Monte Alegre – Ribeirão Preto (SP) – Brasil. CEP 14040-901.

Contato da pesquisadora supervisora deste projeto de pesquisa: Prof. Dra. Ana Paula Soares da Silva- Telefone: 55 (16) 3315 3659.- E-mail: apsoares.silva@usp.br Endereço: Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto – Universidade de São Paulo (FFCLRP-USP). Departamento de Psicologia. Av. Bandeirantes, 3900. Bairro Monte Alegre – Ribeirão Preto (SP) – Brasil. CEP 14040-901. Telefone: 55 (16) 3315 3659.

Se você ainda quiser sanar eventuais dúvidas sobre questões éticas do projeto poderá entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da em Pesquisa da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto – USP, pelo endereço Av. Bandeirantes, 3900 – Faculdade de Filosofia, Ciência e Letras de Ribeirão Preto da USP Bloco 1 – ADM – sala 07 Ribeirão Preto, SP; pelo telefone (16) 3315-4811 ou pelo e- mail coetp@listas.ffclrp.usp.br.

Caso você considere que está esclarecido dos objetivos, procedimentos e implicações desta pesquisa e concorde com a sua participação, rubrique as páginas e assine ao final deste documento, que possui duas vias, sendo uma delas sua, e a outra, minha.

Ribeirão Preto, 21 de setembro de 2021

---

Pesquisadora  
Bianca Oliveira de Macedo

---

Participante da pesquisa

## APÊNDICE C

### ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADO- VERSÃO INICIAL

#### **Encontro 1:**

Duração Estimada: 1h30 à 2h

**Início:** Apresentações pontuais e agradecimentos.

*(Inserir Nome do participante (a)), primeiramente gostaríamos de agradecer a sua participação. Como já comentei estou investigando a trajetória de empreendedoras de negócios de impacto socioambiental e as suas singularidades, então ouvi-lo (a) falar sobre sua trajetória vai ser muito relevante para minha pesquisa.*

#### **Desenvolvimento:**

*A ideia é você me contar um pouco da sua história e construímos juntos uma linha do tempo sobre sua jornada empreendedora. Então vou te fazer uma pergunta para disparar a nossa conversa e depois de você me responder, te passarei algumas instruções e juntos vamos construir uma linha do tempo sobre suas vivências.*

*Sabemos que o ato de empreender está extremamente ligado com a nossa vida pessoal e seus acontecimentos. Então nesse momento gostaria de te pedir para me contar como você chegou nesse momento da sua vida atual. **Quais foram os acontecimentos, episódios, aprendizados, influências, pessoas e reflexões importantes que você considera que contribuíram para começar a empreender e para se tornar um (a) empreendedor (a)?***

*Para minha pesquisa qualquer informação e história que você contar é relevante mesmo aquelas que achar que podem não fazer sentido para os outros ou que os outros achariam que não tem muita relevância. Sinta-se à vontade para contar episódios da sua infância, adolescência, família, formação etc. Proponho que você comece a contar em forma cronológica, mas ao mesmo tempo sei que você pode se lembrar de episódios de forma aleatória ao longo da nossa conversa, então fique a*

*vontade para falar o que vier a sua cabeça mesmo que fora de ordem, é justamente por saber disso que vamos juntos (as) montar a sua linha do tempo, posteriormente a sua fala, assim iremos organizar em ordem cronológica essa linha, pode ser?*

Depois dessa conversa inicial, e ao perceber que a pessoa não tem mais o que dizer, irei convidá-la a construir a linha do tempo com o que foi dito, apresentarei a plataforma Padlet, compartilharei a tela e enviarei o link para a pessoa, convidando-a a ordenar o que ela contou anteriormente, em uma linha do tempo.

### **Encerramento:**

Depois de pronta a linha, retomarei a linha do tempo montada com a participante. Pedirei para a pessoa ressaltar daquelas experiências relatadas, quais que ela acha que foram mais relevantes e definidoras da sua história empreendedora. Questionar também o (a) participante:

*Olhando para a linha, você consegue pensar em mais alguma coisa que não está aí, mas que você acha que também foi relevante? Tem mais alguma coisa que gostaria de falar que não conversamos e que você acha relevante para a pesquisa?*

Agradecimentos, explicação do que será feito no próximo encontro e despedidas

## **Encontro 2:**

Duração estimada: 1h30 à 2h

### **Início:**

Saudações iniciais e retomada do primeiro encontro.

*(Inserir nome do Participante), no último encontro estivemos juntos e conversamos sobre sua jornada empreendedora, retomamos sua história e muitos momentos importantes. Hoje continuaremos falando sobre essa jornada, mas nosso foco estará principalmente no presente e futuro. Para dar continuidade ao nosso último*

*encontro vou te fazer algumas perguntas sobre o seu negócio e sobre sua rotina e posteriormente retomaremos sua linha do tempo.*

## **Desenvolvimento**

### **1. Sobre o negócio**

*Para começar você poderia me contar com mais detalhes como funciona o seu negócio?*

*Como você o apresentaria para as pessoas que não o conhecem? Qual a missão dele? O que comercializa? Quais são as atividades desenvolvidas? Qual o público alvo? Há quanto tempo existe?*

*Por que você acha que ele é diferente de um negócio tradicional? Como se dá a sustentabilidade no mesmo?*

*Você já tinha tido contato com o tema de negócios de impacto antes de fundar o seu?*

*Se sim, como seu primeiro contato com a temática aconteceu? E com a sustentabilidade? Como se deu sua aproximação com essa temática?*

*Por que resolveu empreender, um negócio de impacto socioambiental?*

### **2. Sobre as capacidades de Fazer**

*Sabemos que empreender envolve vários processos, atividades, habilidades. Diante disso, quais são suas atribuições no dia-a-dia como empreendedor? Você poderia me contar como é um dia da sua rotina?*

*Quais são suas atividades e obrigações? Quais os desafios enfrentados no dia-a-dia?*

*Que habilidades você acha que precisa ter/ precisou desenvolver para desempenhar essas atividades cotidianas?*

Depois da participante responder, o convidarei a olhar a linha do tempo do último encontro e questionarei se ele consegue pensar em momentos que foram importantes para desenvolver essas habilidades que acabou de compartilhar, diante das respostas, pedirei para destacar esses episódios na linha do tempo.

### **3. Sobre a capacidade de Projetar**

*Para terminar gostaria de saber um pouco sobre o futuro. Como você imagina o seu futuro, o futuro do seu negócio e o do planeta?*

Como você acha que seu negócio poderá contribuir para a melhora do planeta nos próximos anos? Como você gostaria que o planeta fosse? E como você acha que ele será no futuro?

Pedirei que o participante termine sua linha do tempo, colocando momentos que imagina e gostaria de viver no futuro.

### **Encerramento**

*Tem mais alguma coisa que gostaria de falar que não conversamos e que você acha relevante para a pesquisa?*

Agradecimentos, perguntarei se a pessoa gostaria de saber sobre os próximos passos da pesquisa, se gostaria de ter acesso a uma devolutiva e pedirei a indicação de 3 outros empreendedores de negócios de impacto socioambiental.

## APÊNDICE D

### ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADO- VERSÃO FINAL

#### **Encontro 1:**

Duração Estimada: 1h30 à 2h

**Início:** Apresentações pontuais e agradecimentos.

*(Inserir nome do participante (a)), primeiramente gostaríamos de agradecer a sua participação. Como já comentei estou investigando a trajetória de empreendedoras de negócios de impacto socioambiental e as suas singularidades, então ouvi-lo (a) falar sobre sua trajetória vai ser muito relevante para minha pesquisa.*

#### **Desenvolvimento:**

*A ideia é você me contar um pouco do seu negócio e depois um pouco de você e da sua história, o objetivo é construirmos juntos uma linha do tempo sobre sua jornada empreendedora.*

#### **Sobre o negócio**

*Então para começar você poderia me contar com mais detalhes como funciona o seu negócio?*

*Como você o apresentaria para as pessoas que não o conhecem? Qual a missão dele? O que comercializa? Quais são as atividades desenvolvidas? Qual o público alvo? Há quanto tempo existe?*

*Por que você acha que ele é diferente de um negócio tradicional? Como se dá a sustentabilidade no mesmo?*

*Você já tinha tido contato com o tema de negócios de impacto antes de fundar o seu? Se sim, como seu primeiro contato com a temática aconteceu? E com a sustentabilidade? Como se deu sua aproximação com essa temática?*

### **Sobre as capacidades de Fazer**

Sabemos que empreender envolve vários processos, atividades, habilidades. *Diante disso, quais são suas atribuições no dia-a-dia como empreendedor? Você poderia me contar como é um dia da sua rotina?*

*Quais são suas atividades e obrigações? Quais os desafios enfrentados no dia-a-dia?*

*Que habilidades você acha que precisa ter/ precisou desenvolver para desempenhar essas atividades cotidianas?*

### **Sobre a pessoa**

*Sabemos que o ato de empreender está extremamente ligado com a nossa vida pessoal e seus acontecimentos. Então nesse momento gostaria de te pedir para me contar como você chegou nesse momento da sua vida atual. **Quem é você? Qual sua história? Como se tornou empreendedor?***

Depois dessa conversa inicial, e ao perceber que a pessoa não tem mais o que dizer, irei convidá-la a construir a linha do tempo com o que foi dito, apresentarei a plataforma Padlet, compartilharei a tela e enviarei o link para a pessoa, convidando-a a ordenar o que ela contou anteriormente, em uma linha do tempo.

*Para construção da linha do tempo qualquer informação e história que você contar é relevante mesmo aquelas que achar que podem não fazer sentido para os outros ou que os outros achariam que não tem muita relevância. Sinta-se à vontade para contar episódios da sua infância, adolescência, família, formação etc. Proponho que você comece a contar em forma cronológica, mas ao mesmo tempo sei que você pode se lembrar de episódios de forma aleatória ao longo da nossa conversa, então fique a vontade para falar o que vier a sua cabeça mesmo que fora de ordem, depois vamos organizando em ordem cronológica essa linha, pode ser?*

*Nossa pergunta norteadora para construir a linha do tempo é: **Quais foram os acontecimentos (episódios, pessoas e reflexões) importantes que você considera que contribuíram para começar a empreender e para se tornar um (a) empreendedor (a)?***

**Encerramento:**

Depois de pronta a linha, retomarei a linha do tempo montada com a participante. Pedirei para a pessoa ressaltar daquelas experiências relatadas, quais que ela acha que foram mais relevantes e definidoras da sua história empreendedora. Questionar também o (a) participante:

*Olhando para a linha, você consegue pensar em mais alguma coisa que não está aí, mas que você acha que também foi relevante? E olhando para o futuro: Como você imagina o seu futuro, o futuro do seu negócio e o do planeta?*

*Tem mais alguma coisa que gostaria de falar que não conversamos e que você acha relevante para a pesquisa?*

Agradecimentos, perguntarei se a pessoa gostaria de saber sobre os próximos passos da pesquisa, se gostaria de ter acesso a uma devolutiva e pedirei a indicação de outros empreendedores de negócios de impacto socioambiental.