



Revista Organizações & Sociedade
2023, 30(105), 270-307

© Autores 2023

DOI 10.1590/1984-92302023v30n0009PT

eISSN 1984-9230 | ISSN 1413-585X

www.revistaoes.ufba.br

NPGA, Escola de Administração

Universidade Federal da Bahia

Editora Associada:

Andrea Cardoso Ventura

Recebido: 13/03/2022

Aceito: 14/11/2022

História de Vida de Empreendedores Socioambientais

Roberta Feitosa de Lucena Cavalcante^a

José Milton de Sousa Filho^a

^a Universidade de Fortaleza, Fortaleza, Brasil

Resumo

Esta pesquisa objetivou analisar a influência dos antecedentes do comportamento dos empreendedores socioambientais (ES) por meio da história de vida. Para isso, foram utilizadas as dimensões da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), as quais abrangem atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido, além de intenção comportamental. Para tal propositura, foi realizada uma pesquisa qualitativa básica, descritiva-exploratória, classificando-se como estudo de campo. Para a coleta de dados foram realizadas entrevistas semiestruturadas com trinta empreendedores socioambientais brasileiros, em forma de narrativas autobiográficas. Para analisar os dados, foram usadas as estratégias análise de conteúdo e o método abdução. Em ambas as etapas, adotou-se o *software* New NVivo. Dentre os resultados obtidos, permitiu-se apresentar um modelo teórico, mediante dimensões, que emergiram da TCP e da pesquisa de campo, caracterizando-se como predecessores, explicando-se como a história de vida, que age de forma transversal, influencia os antecedentes do comportamento dos empreendedores socioambientais. Este estudo permitiu o avanço das discussões e a mostra de novas perspectivas sobre o empreendedorismo socioambiental. Percebe-se que esta investigação deve contribuir para o preenchimento de uma lacuna teórica, apontada na literatura sobre a identificação de características e trajetórias dos empreendedores socioambientais, a partir das narrativas de história de vida, sobre o ponto de vista do empreendedor, enquanto pessoa, e não em um nível organizacional de instituições.

Palavras-chave: empreendedor socioambiental; motivação para empreender; reconhecimento de oportunidade; teoria do comportamento planejado.

Introdução

A dimensão do empreendedorismo direcionada ao campo social é conhecida como empreendedorismo social, considerado um subcampo da área (Dacin, Dacin, & Tracey, 2011). Este, no Brasil, emergiu, na década de 1990, diante do aumento das demandas sociais, da diminuição de investimento público em causas sociais pela esfera governamental, do progresso em investimentos privados nessas causas, além da expansão de organizações no terceiro setor e dos investimentos, por parte das empresas, em ações sociais (Castelo, Santos, Silva, & Aquino, 2022; Limeira, 2015).

A relação entre esse campo do empreendedorismo e a geração de valor social tem, como figura central, o ator ou sujeito, cujas ações individuais são responsáveis por reconstruir, na coletividade, o processo de socialização, criando qualidade e fortalecendo as relações entre as pessoas (Itelvino, Costa, Gohn, Ramacciotti, & Porto, 2018). Por ser capaz de converter assuntos relacionados à sociedade em oportunidades, de criar e transformar a experiência empreendedora em conhecimento, o empreendedor social, portanto, torna-se um gerador de transformação da realidade (Muñoz & Kibler, 2016).

Observa-se que a trajetória empreendedora se inicia com uma ideia promissora. As ideias, geralmente, advêm da experiência pessoal do empreendedor. Entretanto, nota-se que essa vivência pessoal não representa o único fator que pode estimular os empreendedores sociais a promoverem ideias eficazes para serem desenvolvidas. O reconhecimento das necessidades, oportunidades e dos ativos sociais, além de mudanças, também podem proporcionar a criação de ideias promissoras (Guclu, Dees, & Anderson, 2002).

Asarkaya e Taysir (2019) deliberam que os empreendedores sociais são influenciados pela exposição passada a certas experiências e pessoas. Esses fatores são denominados de antecedentes e/ou dimensões principais. Deve-se adotar, portanto, a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) como principal referencial teórico, enfatizando-se, especialmente, como as atitudes pessoais, as normas subjetivas, o controle comportamental percebido e a intenção comportamental influenciam, junto aos antecedentes, no processo de se tornar um empreendedor social (Ajzen, 1991).

Da percepção, entender os antecedentes do comportamento do empreendedor social, levando em consideração, também, aqueles que atuam na área ambiental, a partir da avaliação de seu propósito, motivação e percepção, vertentes, formação, trajetória, carreira e experiências, engajamento, habilidades, desafios e de que forma reconhecem as oportunidades, a partir das narrativas de suas histórias de vida, revela-se como um fato relevante, visto que, na literatura, Carneiro e Bernardino (2019) manifestam que há uma falha sobre como são as descrições e características desse empreendedor.

Diante do exposto, destaca-se a seguinte problemática: como os antecedentes do comportamento dos empreendedores socioambientais influenciam sua história de vida?

A partir do citado problema de pesquisa que norteia este trabalho, tem-se o seguinte objetivo geral: analisar a influência dos antecedentes do comportamento dos empreendedores socioambientais por meio da história de vida.

Esta pesquisa se justifica pelo seu intuito de enriquecer o conhecimento, tanto em nível nacional quanto internacional, na área do empreendedorismo socioambiental e dos antecedentes

de tal comportamento, uma vez que, nesse meio, embora relativamente nova, porém, promissora, assim como o conceito e a prática (Monteiro, Sánchez-García, Hernández-Sánchez, & Cardella, 2022; Romani-Dias, Lizuka, Walchhuter, & Barbosa, 2017), mas ainda relativamente incipiente e, em vários aspectos, pouco esclarecedora (Oliveira, 2019). A pretensão é de, sobretudo, contribuir para fomentar reflexões que gerem novos modos de pensar, novos modelos, novas teorias e conceitos.

Por último, é ainda importante referir que o fato de se estudar o empreendedorismo social do ponto de vista do empreendedor (enquanto pessoa) e não ao nível organizacional (instituições), torna-se pertinente por existirem poucos estudos que foquem no empreendedor social (Lambrechts, Caniels, Molderez, Venn, & Oorbeek, 2020).

Além disso, embora existam diversos estudos sobre a personalidade do empreendedor, a maioria da investigação existente na área tem-se focado essencialmente ao nível institucional (Nascimento & Salazar, 2020), pelo que alguns autores sugerem um foco no indivíduo (Fridhi, 2021; Saebi, Foss, & Linder, 2018). Isso parece particularmente importante quando se fala de motivações para o empreendedorismo, mais concretamente com a compreensão do papel da ação (Sadílek, Kročil, & Müller, 2022; Wanyoike & Maseno, 2021; Yamini, Soloveva, & Xiaobao, 2022).

Fundamentação teórica

Empreendedorismo social

Diversas iniciativas se revelaram, no campo prático, com a finalidade de se atenuar os problemas sociais e sanar os desafios do século XXI (Cunha & Benneworth, 2014), reconhecendo-se, dentre estas, o empreendedorismo social, compondo-se como um subcampo do empreendedorismo, que vem sendo pesquisado há três décadas. Observa-se que, decorridos anos de pesquisas, até então, não se chegou a um consenso conceitual sobre esse fenômeno (Lubberink, Blok, van Ophem, & Omta, 2019).

Isso ocorre porque os empreendimentos sociais são organizações complexas e assumem diferentes formas em diferentes contextos (Bignotti & Myres, 2022). O tipo de tensões e desafios enfrentados pela organização será distinto entre os diferentes ambientes. Essa complexidade pode ser vista em estudos como os de Zahra, Gedajlovic, Neubaum e Schulman (2009); Dacin, Dacin e Matear, (2010); Kerlin (2012); Bacq e Janssen (2011); e Mair (2020), relatando definições díspares de empreendedorismo social.

Nesse sentido, tem havido apelos para estender as teorias existentes ou mesmo gerar novas, investigando fenômenos específicos do contexto, incluindo o empreendedorismo social (Chandra & Kerlin, 2020; George, Corbishley, Khayesi, Haas, & Tihanyi, 2016), em países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil.

O empreendedorismo social fornece uma ilustração clara de organização híbrida que engloba uma missão social juntamente com habilidades e soluções tradicionalmente baseadas em lógicas de mercado. Convém salientar que o conceito de empreendedorismo social parte do pressuposto da combinação do valor social com o econômico, sendo amplamente aceita como uma característica central, visto que é a partir desse tipo de empreendedorismo que se permite desenvolver modelos inovadores para resolver as dificuldades da sociedade sendo frequentemente associado à inovação social (Manjon, Merino, & Cairns, 2022; Mirvis & Googins, 2018).

Nessa perspectiva, o empreendedorismo social não é considerado somente a replicação de algo já existente, mas a criação do novo, tratando-se de um problema social, com uma estrutura organizada e foco na mobilização de recursos indispensáveis para a resolução de tal problema. Desse modo, o que ocasiona essa atividade não é a riqueza, mas o problema a ser solucionado. Portanto, a riqueza é apenas o meio para se concretizar o objetivo (Austin, Stevenson, & Weisbäck, 2006).

Baseado em conceitos já observados, o empreendedor social é aquele que apresenta uma missão social clara e central de melhorar a sociedade, partindo do pressuposto da combinação do valor social com o econômico, desenvolvendo modelos inovadores que têm o foco principal na resolução, ou minimização, de problemas, gerando transformações e contribuindo para o bem-estar nas comunidades em que estão inseridas.

Características do empreendedor social

O perfil do empreendedor social se refere ao conjunto de características ou qualidades que permitem distinguir alguém ou algo dos outros. Dessa forma, o conjunto de valores e de atitudes que os empreendedores sociais refletem consiste nos atributos que os identificam, mas, também, os diferenciam dos empreendedores tradicionais (Caldera, Ortega, & Sánchez, 2016).

No entanto, características pessoais como habilidades de comunicação e inovação, a capacidade de detectar oportunidades e o compromisso social alimentam as competências de *marketing*, que levam à vantagem competitiva (Palacios-Marqués, Martí-Sánchez, & Auguacil, 2019). Os empreendedores são apaixonados, entusiasmados, ambiciosos e resilientes, mas muitas vezes enfrentam riscos e podem falhar nos negócios (Cacciotti, Hayton, Mitchell, & Giazitzoglu, 2016). Os empreendedores sociais se esforçam para criar valor com recursos limitados, explorando suas habilidades para encontrar e usar oportunidades, projetar inovação, suportar riscos e entregar mudanças sociais (Farinha, Sebastião, Sampaio, & Lopes, 2020; Lubberink et al., 2019).

Esses agentes geram benefícios, diretamente, para a sociedade, visto que a principal meta do seu empreendimento é alcançar objetivos sociais, em detrimento de fins comerciais e financeiros. É necessário elucidar que, essas finalidades, obviamente, não têm o propósito de incorrer em perdas de empreendimentos, porque a viabilidade e a sobrevivência deste devem ser possíveis para se manter no mercado, comparado a outros tipos de empreendedores que, embora também alcancem fins sociais, não os priorizam como o objetivo principal (Navarro, Climent, & Palacio, 2011).

Cruz (2013) afirma que, dentre os atributos predominantes desse empreendedor, destacam-se a busca de oportunidades e a criação da inovação; a propensão em assumir riscos (Nakamura, 2022) e a tolerância às incertezas; o elevado grau de credibilidade e transparência na gestão; e a motivação por uma missão, com base no objetivo em longo prazo, movidos pela busca de um bem-estar social (Bessant & Tidd, 2009), revelando uma motivação sociomoral por trás de suas atividades (Nicholls, 2006).

Vale acrescentar que outra característica do empreendedor social é a sua habilidade em instituir valor a partir da inovação social (Tracey, Phillips, & Jarvis, 2011). Verifica-se, portanto, que a sua capacidade de imaginar e criar é essencial.

Validando os argumentos de Gigauri, Ponait, Apostu e Raimi (2022), os autores destacam certos traços inerentes aos empreendedores sociais: os apontam como felizes, apaixonados, entusiasmados, extrovertidos, ambiciosos, resilientes e interessados em política, além de colaborarem com atividades de voluntariado e se mostrarem mais liberais que as outras pessoas.

De maneira semelhante, Shaw (2004) compara o contexto empreendedor de empresas com fins lucrativos com o de empreendimentos sociais. Para a autora, ambos os contextos compartilham a existência de uma liderança e de uma visão voltadas para a consecução dos objetivos da organização, em face à escassez de recursos. Porém, enquanto o empreendimento com fins lucrativos busca suprir uma necessidade de mercado não atendida, a social visa satisfazer as necessidades sociais.

Teoria do Comportamento Planejado

A *Theory of Planned Behaviour* (Teoria do Comportamento Planejado — TCP) definida por Ajzen (1991), busca compreender, de forma geral, as contínuas mudanças que orientam as ações empreendidas, por meio do comportamento humano, considerando-se que as crenças influenciam as atitudes que, por sua vez, influenciam as intenções e estas definem o comportamento (Romero-Colmenares & Reyes-Rodríguez, 2022).

Utilizando-se da TCP (Ajzen, 1991) como uma base teórica, foi conferida uma ênfase especial ao modo como as intenções e as atitudes empreendedoras sociais são influenciadas. Notadamente, sugere-se que estas devem ser movidas pela preocupação dos empreendedores em relação aos problemas sociais, à sustentabilidade e ao interesse quanto ao retorno financeiro (Ahuja, Akhtar, & Wali, 2019).

Analisa-se que a TCP se propõe a explicar, de maneira geral, o comportamento humano diante de uma determinada situação. Essa teoria sustenta que o comportamento e a intenção de realizar uma ação resultam da combinação de três atitudes distintas e independentes, que antecedem essa intenção e que, por sua vez, precede o comportamento. Tais atitudes preveem a intenção de agir, quais sejam: (a) da atitude pessoal do indivíduo diante do comportamento; (b) da norma subjetiva que lhe é implícita; e (c) da percepção sobre o controle comportamental percebido em causa (Ajzen, 1991; Kumar, 2020).

A atitude pessoal vinculada ao comportamento é influenciada pelas crenças comportamentais dos indivíduos. Se estas indicam que resultados positivos podem ser conquistados por meio da participação em um comportamento específico, os indivíduos possivelmente teriam uma atitude positiva em relação a ele. Normas subjetivas lidam com o apoio percebido ou a falta de apoio oferecido por outros atores relevantes para se engajar no comportamento específico de interesse. Por fim, o controle comportamental percebido trata com quanto controle ou confiança os indivíduos têm em suas habilidades para realizar o comportamento de interesse (Ajzen & Fishbein, 1980; Liñán & Chen, 2009; Zaremohzzabieh et al., 2019).

A intenção empreendedora é o centro da TCP (Ajzen, 1991) e, de acordo com essa teoria, indica o esforço que a pessoa vai fazer para realizar um comportamento empreendedor e, assim, capta os três fatores motivacionais (atitude, norma e comportamento) ou antecedentes, influenciando o comportamento (Ajzen, 1991; Bae, Qian, Miao, & Fiet, 2014). Um dos benefícios da

estrutura dessa teoria, de acordo com Liñán, Nabi e Krueger (2013) é que, centrando-se nas intenções ao invés de simplesmente nas atitudes, aumenta-se a capacidade de identificação de tendências de longo prazo.

Examinar as atitudes dos indivíduos pode ser útil na previsão do comportamento por meio da sua influência sobre as intenções do empreendedorismo (Segal, Borgia, & Schoenfeld, 2005). Alguns estudos, tais como Hayton e Cacciotti (2013); Wach, Kruse, Costa e Moriano (2021); e Zapkau, Schwens, Steinmetz e Kabst (2015), mostram que crenças, valores e atitudes podem afetar a decisão de se tornar um empreendedor. Da mesma forma, esses estudos têm demonstrado uma relação significativa entre a atitude e a intenção empreendedora.

Para Liñán, Rodríguez-Cohard e Rueda-Cantuche (2011), o desejo percebido está relacionado com a atração do indivíduo por um determinado comportamento (no caso da pesquisa, tornar-se um empreendedor socioambiental), enquanto a viabilidade percebida refere-se ao grau em que as pessoas se consideram capazes de realizar determinado comportamento (a presença de modelos, mentores ou parceiros seria um elemento decisivo para estabelecer o nível de viabilidade empreendedora do indivíduo). Para Shapero e Sokol (1982), essas percepções são determinadas por fatores culturais e sociais, por meio de sua influência no sistema de valores do indivíduo.

História de vida

A estratégia história de vida tem como premissa a narrativa, a partir de registros escritos de histórias individuais decorrentes de uma vida inteira, originando-se a sua coleta por meio de mediação de entrevistas (Vogt & Bulgacov, 2019).

Examina-se que a história de vida tem se mostrado, nas últimas décadas, uma importante ferramenta para a análise da vida de indivíduos. Ademais, os seus resultados têm revelado um potencial considerável para o desenvolvimento teórico do campo da administração, principalmente nos estudos sobre gênero, cultura, poder e mudança (Mageste & Lopes, 2007).

No trabalho em pauta, a história de vida é apresentada como uma estratégia orientadora e como um método para se conduzir a coleta de dados (Hatch & Wisniewski, 2006; Yitshaki, Kropp, & Honig, 2021), integrando o senso de si e o significado da vida por meio de narrativas de empreendedores sociais, expandindo suas identidades empreendedoras para além das restrições de suas histórias de vida individuais (Cunningham, Xiong, Hashim, & Yunis, 2022).

Contudo, pode-se perceber, por meio do aprofundamento teórico do método história de vida, modo esse diversificado, com recursos abrangentes, a partir do olhar e comportamento do próprio sujeito, a vantagem advinda da busca pela constatação e compreensão de seus reflexos no meio social (Colling & Oltramari, 2019).

Nesse sentido, este estudo baseia-se em um processo de descoberta, que pode se condicionar a uma conceituação teórica, que revela padrões de ações e interações entre os vários tipos de unidades sociais (Strauss & Corbin, 1994, p. 278).

Desse modo, demonstra-se vasto potencial, referente ao auxílio do entendimento e estudo, em parceria com a TCP (Ajzen, 1991), de forma a se compreender o comportamento humano específico, originando-se de histórias de vida de empreendedores socioambientais.

Método de pesquisa

A pesquisa foi desenhada com uma abordagem qualitativa básica, descritiva e exploratória (Cooper & Schindler, 2003). Quanto ao escopo, que condizia com a amplitude e profundidade, a pesquisa pôde ser classificada como estudo de campo (Bailey, 2007). O método de investigação escolhido foi o de história de vida (Rae & Carswell, 2000). Os procedimentos de coleta de dados ocorreram pela utilização de instrumentos de pesquisas, que, neste artigo, foram representados por dados primários e secundários, publicações, pesquisas nacionais e internacionais, entrevistas semiestruturadas (Mann, 1992) e observação direta (Patton, 2002). Os dados foram analisados por meio de técnicas de análise de conteúdo e narrativa (Freitas & Janissek, 2000), para extrair as percepções dos entrevistados sobre os temas abordados.

O roteiro de entrevista semiestruturado aplicado a empreendedores sociais sobre a influência da sua história de vida nos empreendimentos sociais foi elaborado pelos autores, contudo, abordando as premissas da TCP. Em primeiro momento, foi realizado um pré-teste por meio da aplicação do roteiro com um empreendedor socioambiental, o qual apresentou características da população incluída na pesquisa; número que permitiu identificar a necessidade de alguns ajustes. Essa prática tem por objetivo revisar e direcionar aspectos da investigação que não estejam completamente delimitados (Richardson, 1989).

Para se identificar os empreendedores socioambientais, no contexto brasileiro, tornou-se necessário delimitar o universo de pesquisa (Asiamah, Mensah, & Oteng-Abayie, 2017). Dessa forma, a seleção dos empreendedores socioambientais se realizou com base nos seguintes critérios: (a) criador/fundador ou membro de empreendimento socioambiental; (b) desempenhar, atualmente, ou já ter desempenhado atividades gerenciais, no empreendimento socioambiental; (c) que a localização do empreendimento socioambiental fosse limitada no Brasil, independentemente do ramo de atividade, do tamanho, ou da lucratividade do empreendimento; e (d) empreendimentos e/ou iniciativas socioambientais, com no mínimo um ano de atuação, que gerassem impacto na sociedade.

Os empreendedores socioambientais foram selecionados, ainda, por critério intencional, e não-probabilísticos, em princípio, por pertencerem aos diferentes setores, incluindo-se o reconhecimento do empreendimento socioambiental, na realidade local, por meio de técnica de amostragem *snowball sampling*, também conhecido por cadeia de informantes ou método bola de neve (Cohen & Arieli, 2011).

Concluída a coleta dos dados, passou-se à fase de exploração analítica desses dados pelo método da triangulação, que foi um procedimento utilizado para se maximizar a confiabilidade. Para esse fim, quando são usadas mais de uma maneira de se obter dados, tais como entrevistas, coleta de dados secundários, observação, entre outros, são possibilitadas comparações entre os dados levantados por cada uma, realizando-se, dessa forma, uma triangulação de fontes (Alves-Mazzotti & Gewandszajder, 1999).

Vale explicar que a triangulação, na coleta e análise dos dados, foi utilizada na pesquisa qualitativa, minimizando-se a fragmentação, crescendo-se a capacidade de coerência das expressões dos diferentes sujeitos (Minayo, 2014).

Esse processo requereu que os métodos, as técnicas e as estratégias fossem trianguladas com precisão científica, considerando-se as especificidades e a adequação de cada um ao processo

de análise, de forma distinta e, ao mesmo tempo, combinada (Minayo, Souza, Constantino, & Santos, 2005).

Inicialmente, no mês de agosto de 2020, entrou-se em contato com 68 possíveis empreendedores sociais, a serem entrevistados por conexões diretas, via e-mail, Instagram e WhatsApp, dentre os quais 26 se recusaram ou não responderam à solicitação de entrevista, e doze não tiveram tempo suficiente para conciliar esse compromisso com suas agendas de trabalho.

A coleta de dados ocorreu no mês de setembro de 2020, sendo utilizado como principal método a realização de entrevistas semiestruturadas, em profundidade, por videoconferência, com duração média de 45 minutos, num total de trinta empreendedores socioambientais brasileiros, conforme exhibe a Tabela 1.

Tabela 1

Empreendedores socioambientais entrevistados

Empreendedor (a) Social	Idade	Formação	Estado	Cargo no Empreendimento Social	Ano de Fundação	Atividade Social da Organização
ES1	56	Música	Ceará	Fundador(a) do Empreendimento Social	1992	Educação
ES2	31	Processos Gerenciais	São Paulo	Vice-Presidente	2017	Transporte particular voltado para a periferia
ES3	52	Ciências da Computação	Distrito Federal	Fundador(a) e Presidente	2017	Energia solar
ES4	22	Biotecnologia	Bahia	Fundador(a) e CEO	2013	Água
ES5	32	Educação Física	Ceará	Fundador(a) e Presidente	2014	Esporte e educação
ES6	35	Enfermagem e Administração de Empresas	Ceará	Fundador(a) e Coordenador(a) Geral	2018	Desenvolvimento local
ES7	32	Letras	Ceará	Fundador(a) e CEO	2015	Educação
ES8	35	Psicologia	Bahia	Fundador(a) e Presidente	2013	Saúde
ES9	60	Física	Ceará	Fundador(a) e Coordenador(a) Geral	1993	Ciência e tecnologia
ES10	43	Administração de Empresas	Pernambuco	Fundador(a) e Presidente	2016	Incubadora de projetos e negócios de impacto

ES11	29	Administração de Empresas	Santa Catarina	Cofundador(a) e CEO	2016	Educação para surdos
ES12	30	Economia	Ceará	Presidente	2006	Educação
ES13	24	Administração de Empresas	Ceará	Presidente	2016	Desenvolvimento local
ES14	58	Ciências Religiosas	Ceará	Fundador(a)	1998	Finanças sociais
ES15	34	Relações internacionais	Rio de Janeiro	Fundador(a)	2013	Agência especializada em férias voluntárias
ES16	27	Relações internacionais	Paraíba	Cofundador(a)	2019	Educação empreendedora
ES17	27	Administração de Empresas	Maranhão	Fundador(a) e Diretor(a)	2017	Empreendedorismo de impacto social
ES18	23	Comunicação Social	Pará	Presidente	2018	Desenvolvimento local
ES19	40	Ciências Sociais e Administração de Empresas	Ceará	Fundador(a) e Presidente	2007	Conectar apoiadores com causas sociais transformadoras.
ES20	38	Pedagogia	Ceará	Fundador(a) e CEO	2016	Agricultura
ES21	28	Engenharia Química	Ceará	Fundador(a) e CEO	2019	Educação
ES22	28	Advocacia, Administração de Empresas e Economia	Rio de Janeiro	Fundador(a) e Presidente	2013	Saúde
ES23	51	Biologia	Ceará	Coordenador(a) Geral	2001	Meio ambiente
ES24	34	Publicidade e Propaganda	Alagoas	Cofundador(a) e CEO	2012	Educação para surdos
ES25	23	Engenharia Elétrica	Ceará	Fundador(a) e CEO	2017	Mobilidade para cegos
ES26	28	Comunicação Social	Bahia	Cofundador(a) e Sócia	2016	Tratamento de resíduos orgânicos
ES27	27	Publicidade e Propaganda	Pernambuco	Fundador(a) e CEO	2016	Mobilidade urbana segura para mulheres

ES28	33	Turismo	Pernambuco	Fundador(a) e Coordenador(a) Geral	2015	Educação na zona rural
ES29	35	Engenharia Civil	Pernambuco	Fundador(a)	2019	Reformas para o público popular
ES30	24	Arquitetura e Urbanismo	Ceará	Cofundador(a)	2018	Reformas para o público popular

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Concluída a coleta dos dados e a transcrição dos áudios gravados, por intermédio da ferramenta Express Scribe, passou-se à fase de exploração analítica desses dados, pelo método da triangulação de fontes (Alves-Mazzotti & Gewandsznajder, 1999), com o auxílio do *software* New NVivo.

A concepção do processo de análise de métodos qualitativos se apresentou, como narrativas em histórias de vida, por meio de percurso metodológico abduutivo, sendo proposto, então, analisar os eventos marcantes dos empreendedores socioambientais, bem como levantar as expressões e atitudes determinantes de sua atuação social (Adam, 2008).

Análise e discussão dos resultados

Perfil dos empreendedores entrevistados

Tal pesquisa permitiu, também, esclarecer qual o perfil sociodemográfico dos trinta empreendedores socioambientais entrevistados, constituído por quinze mulheres e quinze homens, composto na grande maioria por jovens, que se concentram abaixo dos 35 anos. No tocante ao estado civil, a maioria compreendia profissionais solteiros, que correspondeu a vinte respondentes; oito entrevistados casados; e dois viúvos. No que se refere aos filhos, 22 dos interrogados não detinham descendentes, enquanto apenas oito apresentavam filhos, constatou-se que se tratava de novos achados da pesquisa, que emergiram deste estudo.

No que se referiu à formação acadêmica, não houve um padrão que se destacasse na escolha do curso superior. Observou-se que o curso mais presente era o de administração de empresas, constituído por quatro respondentes. Sobre o cargo ocupado, no momento da entrevista, sete ocupavam cargos de presidentes, e, os demais, fundadores ou cofundadores, CEO, coordenadores, diretores, vice-presidentes e criadores.

Evidenciou-se, assim, a diversidade da formação acadêmica dos empreendedores socioambientais entrevistados, a maioria dos respondentes tinha formação superior e, apenas uma pequena proporção, ensino médio, materializada na heterogeneidade das áreas dos cursos superiores. Contudo, a área mais evidente foi a de ciências humanas, tendo o curso mais presente o de administração, seguido por comunicação social, relações internacionais e publicidade e propaganda.

Atitude pessoal

Para analisar a influência dos antecedentes do comportamento dos empreendedores socioambientais, por meio da história de vida, foram utilizadas as dimensões da TCP, as quais abrangem atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido, além de intenção comportamental.

Quanto à atitude pessoal, a dimensão analisada, que emergiu do campo dos estudos, foram as influências e habilidades na infância, com ênfase na etapa escolar. No que se refere ao relato das descrições inerentes, parte dos entrevistados salientaram poucas lembranças desse marco da vida. Ao serem indagados se foram bons alunos, afirmaram que sim, dispendo de um bom desempenho escolar. Entre as matérias que mais se identificavam, geografia e história se destacaram. Tais relatos se evidenciaram, conforme a seguir se transcreve:

Na época da escola, eu sempre fui muito criativa, lembro que eu gostava muito de criar histórias, da parte de divulgação, e eu viajava muito com história. (ES2, 2020)

Acho que a matéria que, em muitos momentos, despertou em mim muita reflexão social foi história. (ES19, 2020)

Eu era muito melhor em humanas. Sempre fui muito boa em geografia, história, português, redação e não gostava muito de física. (ES26, 2020)

Portanto, o que se observou a partir dessa afirmação foram padrões que emergiram em relação aos estudos da perspectiva comportamentalista que se apoiavam em concepções vindas das ciências humanas, tal como a história, geografia, sociologia e filosofia.

Ao serem questionados sobre o que queriam ser quando crescessem, e, ainda, sobre os seus sonhos de criança, como adultos, surgiram profissões como a diplomacia, a advocacia, entre outras. Nesse contexto, mereceu destaque a referência sobre o processo e desenvolvimento intelectual independente do autodidatismo, conforme foi depreendido a partir dos seguintes trechos:

Eu sou um músico autodidata porque eu não estudei música em uma escola, aprendi sozinho, com doze anos de idade. (ES1, 2020)

Sempre estudei muito sozinho, sendo muito autodidata, e corria muito atrás dos meus objetivos . . . eu tenho uma memória de ameba, então, muita coisa eu tive que usar a cabeça para compensar a falta de memória. (ES3, 2020)

Olha, na etapa escolar, o ensino formal não influenciou quase nada, fosse antes ou depois, eu tive pouca influência, eu gosto mais de ser um autodidata porque tem muita coisa que não ensinaram nos tempos escolares. (ES9, 2020)

É oportuno registrar que alguns obtiveram esse aprendizado pela trajetória da escola e da universidade, e outros o adquiriram por caminhos alternativos. Ademais, alguns realizaram a etapa formal, em princípio, outros a concretizaram como uma etapa complementar, além daqueles que celebraram um percurso autodidata exitoso, conforme corroborado por Hilsdorf (2015, p. 18).

O modelo de Ajzen (1991) compreendeu três variáveis independentes, que precediam a formação da intenção e que, por sua vez, previam o comportamento. Evidenciou-se, nesse viés, que a primeira variável representava a atitude face ao comportamento, permitindo-se determinar o momento favorável para a ocorrência deste. Entretanto, tal momento, conforme se constatou em diversas falas dos empreendedores socioambientais entrevistados, não ocorreu durante a infância/etapa escolar.

Na dimensão verificada, vinculada à atitude pessoal, que emergiu do campo dos estudos sobre as influências e habilidades na juventude, direcionada à graduação, inquiriu-se aos entrevistados se o ambiente acadêmico influenciou de alguma forma para transformar em realidade o desejo de empreender socioambientalmente. Considerou-se, ainda, que a formação no ensino superior não se mostrou como uma predominante fonte de influência para o empreendedorismo socioambiental, tendo-se como motivação missões destinadas a melhorar o bem-estar de um grupo específico ou da sociedade, em geral, certificando-se a prevalência em se adotar a atividade socioambiental como uma opção de vida. Como resposta, apenas nove, entre os trinta respondentes, afirmaram que houve essa influência:

Eu nunca tive nenhuma inspiração na vida acadêmica, a vida acadêmica nunca foi um estímulo . . . inclusive, nunca fui o aluno da nota dez, eu sempre fui o do sete, . . . porque como eu sou muito prático, comecei a trabalhar, ganhar dinheiro e empreender cedo, a parte acadêmica se encaixava no que eu fazia e não o contrário, então, acho que eu aprendi na prática, sabe?! (ES10, 2020)

Eu me frustrei muito com a faculdade por eu ver o quão distante ela estava do mercado e da prática, eu ainda acho que a faculdade está muito distante do que a gente vê no dia a dia. (ES25, 2020)

Atestou-se que 60,9% dos entrevistados não foram influenciados pelo ambiente acadêmico a atuar no empreendedorismo socioambiental, e 39,1% destes confirmaram tal interferência.

Enfatizou-se que, outra descoberta desta pesquisa, com ênfase nessa etapa da vida, uma parte significativa dos empreendedores socioambientais, a saber, 25 entrevistados, buscaram participar de programas de mentoria, incubação e aceleração. Ressaltou-se que existia uma diferença quanto à idade dos empreendedores, quais fossem os da geração Y, que englobava as pessoas as quais nasceram no final da década de 1970 até o início da década de 1990.

A adoção de tais ferramentas de desenvolvimento profissional mostrou-se relevante para esse grupo pesquisado, em conformidade com o relato de que tal procedimento os ajudou e os impulsionou a empreender socioambientalmente, mesmo destituídos de outras experiências profissionais. Interrogados sobre como ocorreu essa iniciativa, foi constatado que não se tratava do curso superior escolhido em comum que os beneficiava, mas de uma atitude própria dos indivíduos empreendedores, que buscavam esse tipo de processo de acordo com os seguintes argumentos:

Eu fui para o Canadá fazer intercâmbio, vi tudo sobre incubadoras, bem como as diferenças de ação de inovação e incubadoras existentes, no Brasil e no Canadá. A partir daí, formou-se na minha mente o que era empreendedorismo social. (ES8, 2020)

Eu tive mentoria com Jorge Paulo Lemann, Carlos Alberto Sicupira, Marcel Herrmann Telles, Luíza Helena Trajano, enfim, mantive contato com todos os grandes empresários do Brasil. (ES22, 2020)

Hoje, eu sou mentor de negócios de impacto social tanto da Artemisia quanto do Quintessa. (ES24, 2020)

Então, a gente foi incubado e acelerado pelo Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (Cesar) também, onde eu tive que desenvolver mais a ideia, construir e consertar os pontos fracos. (ES29, 2020)

Destacou-se que, dos empreendedores entrevistados, 83,3% participaram de programas de mentoria, incubação e aceleração, e 16,7% não efetivaram participação. Pode-se reconhecer que essas manifestações citadas por Silva, Cruz, Gomes e Paixão (2017) corroboraram que a mentoria, a incubação e a aceleração auxiliaram os empreendedores socioambientais entrevistados a criarem os seus empreendimentos.

Outro ponto que mereceu enfoque, junto aos empreendedores socioambientais interrogados, foi a alta participação em atividades extracurriculares, divididas em diversos segmentos, tais como empresa júnior, diretório acadêmico, grêmio estudantil, intercâmbio, cursos extras, trabalhos sociais, entre outros, todos exercidos de forma voluntária. Incluíram-se, ainda, atividades que não estavam associadas ao curso escolhido, e, nessa conjuntura, muitos entrevistados optaram por atividades distintas das que assimilavam na área acadêmica, justificando-se a necessidade de sair da zona de conforto, conforme se depreendeu a partir dos trechos a seguir:

Eu encaro o voluntariado como uma forma de empreender, você dá um pouco da sua vida, do seu tempo . . . existe, também, uma cooperação para que esse novo profissional do futuro tenha uma mente colaborativa de trabalhar em parceria, com resiliência, saúde emocional, uma agenda de sensibilidade e empatia para liderar. Por isso, eu comecei a me envolver, no voluntariado, a partir de uma ação solidária, porque cinquenta mil pessoas perderam tudo. (ES10, 2020)

Eu fiquei durante um ano na empresa júnior e, depois, eu resolvi encontrar alguma outra atividade que envolvesse voluntariado. Então, eu fui ser voluntária na Aiesec, na Venezuela, e eu escolhi o projeto não por país, porque eu não tinha muitas boas informações sobre lá, mas pelo projeto, que visava dar aula de empreendedorismo social para jovens. A partir daí, comecei a pesquisar sobre o que era esse empreendedorismo social. (ES17, 2020)

O trabalho voluntário é incrível, e é interessante porque, quando eu estava na faculdade, em Zurique, fiz isso no escritório do grêmio estudantil, depois, fui para a Irlanda fazer o mestrado, entrei numa organização social conhecida como Dublin Simon Community, que trabalha com moradores de rua, e durante os dois anos de mestrado, estava eu, à noite, no abrigo da Simon Community, a serviço de algo maior. (ES23, 2020)

O meu trabalho voluntário, no sertão, começou no ano de 2012, e esse trabalho todo começou a partir da minha família, e depois de aproximadamente dois anos de trabalho, o grupo virou um negócio social, que atua no sertão. (ES28, 2020)

Evidenciou-se que 83,3% dos entrevistados exerceram trabalho voluntário, e 16,7% não desempenharam tal atividade. Nesse contexto, o voluntariado constituiu, indubitavelmente, um recurso valioso, sendo uma dimensão considerável em relação aos antecedentes que, também, explicaria a formação da intenção empreendedora socioambiental.

A última dimensão investigada, em atitude pessoal, que emergiu do campo dos estudos, foi se o empreendedor socioambiental já havia considerado a possibilidade de abrir um empreendimento socioambiental como uma opção de vida. Dos interrogados, 28 respondentes afirmaram, enfaticamente, que isso poderia ser percebido, conforme as narrativas elencadas:

Eu não entrei nisso por negócio, eu entrei nisso pelo coração, então, eu tinha a sensibilidade de que, primeiramente, iria ser muito mais feliz do que eu era, mesmo sabendo que eu poderia falir. (ES10, 2020)

Hoje, pode me dar um bilhão de reais, que eu não vendo a plataforma, e sabe por quê? É uma missão de vida, desde que eu me tornei empreendedor, porque empreendedores têm a sua ideia, o seu projeto, como uma missão de vida, e sem isso, nada, para mim, faz sentido. (ES14, 2020)

Acho que é a minha vida . . . isso é para o resto da vida. (ES20, 2020)

Afirmou-se que, dos empreendedores socioambientais entrevistados, 96,6% tinham o empreendimento socioambiental como opção de vida, enquanto apenas 3,4% não formalizaram tal desejo.

Quando interrogado se ser empreendedor socioambiental, no Brasil, implicava em mais vantagens do que desvantagens sociais e econômicas, a maioria dos respondentes replicou que há mais vantagens, mesmo com as diversas dificuldades existentes, conforme se aduziu nas narrativas a seguir:

Há muitas vantagens, eu aprendi muito mais com o meu negócio social do que na faculdade ou no Banco. (ES2, 2020)

Para mim, só tem vantagens, eu não conseguiria ser feliz se não fosse empreendedora social. Eu acho que a gente consegue ganhar dinheiro e ajudar, isso é mais que perfeito. (ES20, 2020)

Mais vantagens, na totalidade, e isso é indiscutível, sabe por quê? Porque o processo nos fortalece, então, ter recurso ou não nos obriga a ter que reinventar e a nos reinventar. Nós temos que ter projetos inovadores, criativos, impactantes e, na falta de recurso, você tem que ser o melhor de si. Isso é a mesma coisa que um negócio não social. (ES23, 2020)

Ser empreendedor socioambiental, no Brasil, implica em mais vantagens do que desvantagens, ou se essa conjuntura abrange os dois aspectos, em termos percentuais, de acordo com informações dos participantes da entrevista. Conclui-se que, dos entrevistados, 93,1% ratificam ser vantajoso esse atributo.

Observou-se que outra dimensão identificada nas entrevistas, e que tornou-se significativa na formação da atitude empreendedora socioambiental, validando os argumentos de Pangriya (2019), foi o contentamento, sentimento esse de satisfação e felicidade com o trabalho. Evidenciou-se que fazer algo bom para a comunidade proporciona felicidade aos empreendedores socioambientais. Além disso, a sua intenção em causar um impacto real e duradouro na vida das pessoas conferia-lhes uma satisfação máxima com o seu trabalho. Ressalta-se que essa era uma característica única dos empreendedores socioambientais, o que os tornavam diferentes dos empresários comerciais, no real sentido.

Normas subjetivas

A dimensão analisada consistiu na norma subjetiva, que abrangeu as dimensões influência familiar, entorno pessoal e fatores motivacionais.

A dimensão investigada, que vinda do campo dos estudos influência familiar, mostrou, entre os respondentes, que apesar destes terem as figuras familiares mais próximas como as suas inspirações pessoais, para o empreendedorismo socioambiental a influência destas não era algo predominante, mas ainda era mais prevalente do que a de amigos ou conhecidos. Esta pôde não ter a sua origem no núcleo familiar, mas era nesse núcleo que se obtinha o apoio necessário.

Ao serem interrogados se alguma pessoa, na família, serviu como inspiração, a maioria dos respondentes citou alguém próximo, tais como pais, mãe ou pai, além da presença de avós, tios, irmãos e primos. Dos respondentes, apenas cinco não citaram qualquer membro familiar como inspiração para o empreendedorismo socioambiental, conforme manifestos:

Quem me inspirou 100% foi o meu pai. (ES2, 2020)

Eu me inspirei muito na minha mãe, com essa perseverança. (ES3, 2020)

Uma coisa é interessante, que o meu pai sempre me influenciou e encorajou, do jeito dele, muitas vezes ele acreditou que eu não fosse dar certo, então, acho que, apesar de que muitas vezes ele apostava que não ia dar certo, sempre permitiu que eu prosseguisse e me apoiou. (ES5, 2020)

Eu sei que muitas vezes minha mãe ficava aflita quanto ao que eu estava fazendo, mas sempre esteve ao meu lado, me apoiando, me incentivando. Minha mãe sempre foi franca ela não recebeu essa educação, não ia aprender a passar isso para os filhos, mas estava presente, e sempre que eu precisava conversar, ela me ouvia. (ES27, 2020)

Referente ao fato de ter havido ou não apoio familiar coligado aos participantes da pesquisa, também foi retratada essa realidade em que 83,3% dos entrevistados confirmaram ter tido esse apoio, junto ao empreendimento socioambiental, e 16,7% indicaram a objeção, por parte da família, em relação ao trabalho.

O que pôde ser compreendido no decorrer dos achados que emergiram desta pesquisa, conectado com as narrativas dos entrevistados, foi que, independentemente de qualquer perspectiva, em relação ao apoio familiar, as suas missões socioambientais seriam postas em

prática, em função de seus objetivos, sem depender da opinião dos mais próximos, tais como pais, irmãos e cônjuges.

A dimensão analisada, que emergiu do campo dos estudos, foi o entorno pessoal. Ao serem questionados se houve alguma influência de amigos/conhecidos ou sociedade na decisão de se tornar um empreendedor socioambiental, a maioria dos empreendedores não recebeu esse apoio de amigos ou de conhecidos. Poucos dos entrevistados alegaram ter tido esse apoio, muitas vezes, fruto da não compreensão total de seu entorno pessoal sobre a atividade exercida, que reflete essa realidade por meio dos casos correspondentes aos participantes da pesquisa.

Conforme se aludiu, em diversas falas, parte dos(as) entrevistados(as) citaram o quanto as pessoas os(as) acharam loucos(as) por abandonarem uma carreira tradicional para outra, destinada à área socioambiental, consoante se manifesta:

A minha família não me apoiou de imediato, mas depois que visitaram o meu negócio social e viram realmente o que eu estava fazendo, mudaram de opinião. Algumas pessoas até me perguntam por que e para que eu faço isso, se eu vivo bem. (ES3, 2020)

Todos os meus amigos acharam a minha atitude insana porque eu iria sair de uma situação profissional estável para um negócio sem perspectiva de quanto poderia ganhar e, ainda, acreditavam que como seria algo que dependeria só de mim. Nesse ponto, eu respondi que esse era o principal motivo da minha decisão, ter algo que dependesse apenas de mim. (ES12, 2020)

Como eu já falei que em negócio social as pessoas não acreditam . . . acham que é tudo mito, aquela tapinha nas costas, e pensam que é filantropia. (ES30, 2020)

Conforme citado, tornou-se evidente a tentativa de interferência, advinda do entorno pessoal e círculo social em que viviam os empreendedores socioambientais, exercida para a não realização de atividades voltadas para o campo socioambiental. Entretanto, assim como o apoio familiar, os seus propósitos socioambientais seriam executados em razão de seus objetivos, independentemente da opinião dos mais próximos, tais como pais, irmãos, cônjuges, amigos e colegas de trabalho.

Pode-se constatar nas ideias de Liñán e Chen (2009) e Ajzen (2011) que as normas subjetivas se referiam à pressão social exercida sobre o indivíduo para se tornar ou não um empreendedor social, proveniente não só do círculo familiar em que se vive, mas também da percepção do indivíduo em relação ao julgamento social dos seus companheiros, amigos, colegas de trabalho, entre outros, com o intuito de se proceder ou não com tal comportamento.

A dimensão observada, que se insurgiu do campo dos estudos, são os fatores motivacionais. Tratou-se do principal motivador, no empreendedorismo socioambiental, qual seja a humanidade ou filantropia (Boluk & Mottiar, 2014). Averiguou-se que, para o empreendedor socioambiental criar valor para a sociedade, deveria ser o principal motivador (Santos, 2012). Outro fator determinante é que esses empreendedores socioambientais instituíram valor, sem preocupação com os lucros, e isso se deveu à sua motivação em propiciar algo para a humanidade (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017).

Observou-se que o motivo para se tornar um empreendedor socioambiental era as intenções dos indivíduos, seguidas por eventos desencadeadores, que conduziam à identificação de oportunidades. Tais ocasiões de gatilho direcionaram a conexão entre intenções e comportamentos e criaram a consistência dessas intenções para enquadrá-lo. Desse modo, os respondentes se manifestaram quanto às motivações para se tornarem empreendedores socioambientais:

Eu passei por uma situação de quase morte. Eu me afoguei, em um rio e, estando num redemoinho, no ano de 2012, consegui escapar, por um triz. Depois disso, eu comecei a pensar um pouco, repensar os meus valores. Antes, eu era uma pessoa que pensava muito em dinheiro, e eu vi que não adiantava pensar só nisso. Então, eu comecei a focar um pouco nessa área social, e a participar de grupos de ações voluntárias. Isso foi o grande marco da minha vida. Eu vi, pela primeira vez, a dificuldade que é viver no escuro. Até então, não tinha essa noção, eu nunca tinha experimentado usar uma lamparina a diesel, que é o que essas comunidades rurais, hoje em dia, usam. (ES3, 2020)

A gente tem uma motivação intrínseca, ela está dentro de você, é o que te mantém em pé todo o tempo ali, o seu projeto de vida, o impacto social que você gera, então vem daí a motivação. É claro que o mercado é importante, e o faturamento também, mas ele parte de uma motivação que vem de dentro de você. (ES7, 2020)

A motivação foi justamente perceber que eu poderia fazer a diferença na vida de alguém. (ES24, 2020)

Conforme foi explicado nos excertos das entrevistas, e fundamentado em Ghalwash, Tolba e Ismail (2017), dificuldades sociais atuais, tais como encontros individuais, inspiração individual, entre outros, foram os principais motivos para os empreendedores socioambientais. Além disso, a experiência anterior em empreendimentos, na área social e ambiental, os desafios sociais e ambientais presentes e o desejo foram considerados os principais fatores motivacionais para empreendimentos socioambientais.

Corroborou-se com Sharir e Lerner (2006) para o fato de que, às vezes, o apoio da comunidade, em termos de recursos, reconhecimento, informação e redes, também motivam um indivíduo a migrar para o empreendimento socioambiental. As experiências e a própria história de vida motivavam os indivíduos a instituírem empreendimentos socioambientais.

Valeu acrescentar que outro fator de inspiração para os empreendedores socioambientais consistiu na crença no poder divino, que incentivava os empreendedores socioambientais a aprimorarem a sua comunidade (MacDonald & Howorth, 2018). Além desses, há ainda fatores ambientais, demográficos, pessoais e psicológicos que motivaram os indivíduos a se tornarem empreendedores socioambientais.

Outro aspecto identificado nas entrevistas, que se tornou uma dimensão em relação aos antecedentes e, também, na formação das normas subjetivas e motivações dos empreendedores socioambientais, validado pelos argumentos de Pangriya (2019), foram a autotranscendência, as ideias únicas e a inovação para resolver pontos de dor, inspiração e experiência pessoal.

O desejo de retribuir à sociedade, sem esperar nada em troca, refletia o motivo de autotranscendência dos empreendedores socioambientais, conforme se aduziu nas narrativas a

seguir:

Eu saí do trabalho formal, com carteira assinada, tive uma redução drástica de remuneração, mas eu voltei para o negócio social do qual fui beneficiado e, nesse momento, eu vi que eu tinha que retribuir. Essa foi a minha maior motivação. Eu tive acesso aos cursos técnicos, pelo negócio social, a minha faculdade foi facilitada por uma bolsa de estudo de cem por cento, e isso foi conquistado através do negócio social, do qual, hoje, sou presidente. (ES12, 2020)

Como uma maneira de retribuir para a sociedade tudo o que eu recebi, no meu negócio social, a gente começou a desenhar um projeto, e explicávamos que este tinha que ser um projeto escalável, de alto impacto social. A gente deve identificar um problema nacional, e tentar resolvê-lo. Então, o processo consistiu em tentar retribuir um pouco as oportunidades que eu recebi. (ES22, 2020)

Um novo antecedente que, similarmente, explicou a formação das normas subjetivas e motivações dos empreendedores socioambientais foi a empatia, sendo uma capacidade importante, que antecedia a intenção empreendedora socioambiental. Bockorny e Youssef-Morgan (2019) discutiram o papel da coragem, confiança, esperança, otimismo e resiliência sobre o empreendedorismo, e os referiram, coletivamente, como um capital psicológico.

Verificou-se que foi explorada a relação entre a coragem dos empreendedores, que abrange o capital psicológico, a vida e a satisfação, e a dos empreendedores socioambientais, que correspondiam à satisfação com a vida. Além disso, observou-se que o capital psicológico modera o relacionamento. Os respondentes da pesquisa, nessa conjectura, manifestaram-se da seguinte forma:

Quando eu identifico um problema, eu tento solucionar, como sempre fiz, em toda a minha vida . . . isso fez com que eu me deparasse com algumas mazelas sociais da região, mostrando-me que eu sempre tinha que resolver algo, e que havia algo a se fazer para mudar. (ES13, 2020)

Eu acho que a indignação com o mundo, do jeito que ele se apresenta, hoje, a vontade de fazer a diferença e deixar um legado, a empatia que eu tenho com outras pessoas, que estão vivendo outras situações, e que a gente pode ajudar, de alguma forma, unindo todo o conhecimento que eu tenho para fazer o bem. (ES22, 2020)

Eu penso, principalmente, que talvez a empatia seja fundamental, porque me incomoda muito ver o que as outras pessoas estão passando, inclusive, o meio ambiente, e ficar com aquele sentimento de impotência. Então, isso me move muito para causar essas transformações. (ES24, 2020)

Seguindo essa linha de raciocínio, atestou-se que o reconhecimento pela execução do empreendimento socioambiental, por intermédio de prêmios nacionais e internacionais, teve uma considerável força motivacional sobre os empreendedores socioambientais, desempenhando um papel essencial junto à sua resiliência, coragem, força e perseverança, prosperando-se prestígio e

motivando o empreendedor socioambiental a dar o melhor de si, conforme se percebe, nos trechos seguintes:

Em 2017, eu fui eleita para o Gasc da ONU Mulheres, e esse foi um momento em que vibrei por acreditar estar no caminho certo. Em 2020 fui uma das eleitas do programa dos Jovens Líderes das Américas do governo dos Estados Unidos, da Ylai . . . então, embora tenha sido algo difícil, foi um processo de seleção desafiador, em que ter conseguido alcançá-lo foi um reconhecimento importante. (ES5, 2020)

A Microsoft tinha um programa chamado Student to Business, S2B, voltado somente para universitários. A Microsoft apoia muito os negócios sociais, então, em 2011, essa empresa afirmou, desta forma: “Vocês são o melhor negócio social que a gente apoia, vocês querem ser cobaia para testar isso?” (ES9, 2020)

Com o prêmio da ONU, a gente se torna nacionalmente reconhecido, então, quem não acreditava ou desconfiava, pensava que, para quem havia ganhado o prêmio, tinha alguma coisa por trás disso tudo. Acontece que, no período de abril de 2017, recebemos o convite para apresentar a solução para o Papa Francisco, no Vaticano, portanto, aí há uma ajuda maior, entende? (ES10, 2020)

Controle comportamental percebido

A dimensão analisada foi o controle comportamental percebido, que abrangeu as dimensões transição de carreira, reconhecimento de oportunidade e principais desafios.

A dimensão avaliada foi a decisão pela transição de carreira que, conforme o relato do entrevistado, advieram da identificação e do reconhecimento de oportunidade, em conformidade com o que aduz o respondente:

De início, houve muita curiosidade, só que eu gostei muito, então, acabei persistindo, mas, ao mesmo tempo, eu não pensei duas vezes em abdicar do meu serviço e investir 100% nesse negócio social, mesmo sabendo que muitas pessoas têm muito medo disso. A gente tem que arriscar porque é preciso tentar e, se não der certo, vamos para o próximo passo, porque senão a gente se arrepende de não ter arriscado. Hoje, eu consigo pensar assim. (ES2, 2020)

Eu comecei a participar de vários eventos de empreendedorismo, acelerações, incubações, fundei o meu negócio social e tive que desenvolver o meu lado gestora, também, paralelamente a esse lado científico, e uma coisa que me favoreceu muito foi não ter pressão, então, tudo isso eu fiz como hobby. Eu não estava realizando algo por obrigação, ou porque eu tinha que descobrir alguma coisa que me faria ganhar dinheiro para me sustentar. (ES4, 2020)

Eu decidi largar a minha vida empresarial para me submeter a esse mundo social, sem saber como que eu seria monetizado, ou onde é que tinha possibilidade de negócio nisso, do que eu ia viver, como a minha família iria sobreviver, mas eu tinha uma clareza enorme de que eu tinha achado algo maior do que um negócio, que era um propósito, uma realização pessoal e, poderia ajudar muita gente. (ES10, 2020)

Conforme se evidenciou nos relatos da pesquisa e, legitimando-se os autores Shane, Locke e Collins (2003), a transição de carreira para um empreendimento socioambiental decorreu, inicialmente, por meio da identificação de oportunidade, de forma deliberada ou não, seguida da hipótese de se abrir um empreendimento, ligado a um processo de decisão.

Tal procedimento acontecia devido a um estopim externo, tais como fatores sociais e ambientais, insurgindo-se a decisão pela transição de carreira, o desejo prévio de empreender socioambientalmente, levando à execução da ideia e ponderando-se a opção viabilidade e conhecimentos necessários. Analisou-se, em diversas falas dos entrevistados, pelo fato desses indivíduos nunca terem se preparado para serem empreendedores socioambientais, que estes sentiam uma dose de medo ao optarem por esse rumo profissional. Contudo, enfrentaram-se os riscos e tomaram-se atitudes, com dedicação e empenho, para que o empreendimento progredisse.

A dimensão averiguada foi o reconhecimento de oportunidade, que representa o ponto principal do processo de empreendedorismo (Gregoire & Shepherd, 2012). Baseado na perspectiva de Shane e Venkataraman (2000), corroborou-se para a tese de que, o empreendedorismo socioambiental buscava compreender como as oportunidades de desenvolver novos bens e serviços eram identificadas, criadas e exploradas, e, ainda, por quem e com quais consequências sociais, econômicas e ambientais. Evidenciou-se que foram conhecimentos vivenciados por esses indivíduos, de modo particular, de acordo com o que aludem:

O empreendedor desenvolve a percepção, então é o momento que ele conversa consigo mesmo, sobre o momento, e nessa ocasião, vem um insight. Esse cenário estava dentro de mim, e era algo que eu tinha que fazer. Penso que, se você não fizer aquilo que está dentro de você, e que lhe move, fica sujeito a morrer frustrado. Então, eu fui atrás de me autoconhecer, interiormente. Era um sonho, e eu estava me encontrando, no meu sonho. Um dia, tudo o que é para ser seu, vai encontrar um jeito de chegar até você. (ES1, 2020)

Aí você vê que há um milhão de famílias no Brasil que, ainda, estão nessa situação, sem energia, então, aquilo me fez começar o meu negócio social. (ES3, 2020)

Aconteceu, como um susto, sendo sincera, porque eu já estava insatisfeita profissionalmente, porque, como eu já falei, para mim, sempre faltava um propósito. (ES16, 2020)

Baseado em alguns conceitos de Baron e Shane (2007), Gregoire e Shepherd (2012), Shane e Venkataraman (2000), Thompson (2018) e Venkataraman (1997), e da observação das declarações, entendeu-se que os empreendedores socioambientais são pessoas que identificam uma falha na sociedade e a modificam, em uma oportunidade, inserindo imaginação e visão à sua solução. Tratou-se de indivíduos que recrutam e motivam outros para a sua causa e instituem redes de pessoas fundamentais, ao mesmo tempo que asseguram os recursos necessários. Ademais, citados empreendedores ultrapassaram os obstáculos e os desafios, introduzindo sistemas próprios de gestão, oriundos do seu empreendimento socioambiental.

Quando os entrevistados foram indagados sobre qual foi a maior dificuldade em se tornar um empreendedor socioambiental, os principais desafios foram expressos na seguinte narrativa:

Eu vejo o quão difícil é empreender, principalmente socialmente, no Brasil e, na periferia, pois falta recurso, investimento, incentivo. Então, é raro ver as empresas apostarem em projetos, que estão se iniciando, então, para fazer a diferença, a gente participa de diversos eventos, palestras, o projeto é aplaudido por todos, que falam que tem tudo para dar certo, mas, na hora de investir, ninguém tem coragem ou se manifesta. (ES2, 2020)

No Brasil, as pessoas não tinham essa visão da importância do empreendedorismo social, pelo menos, em outra época. Mas, eu vejo que isso está mudando muito, as pessoas estão tomando essa percepção agora. Claro que ainda estamos longe do cenário ideal, mas já melhorou muito, desde que eu comecei. (ES4, 2020)

Havia um ceticismo que, na verdade, trouxe uma questão de a gente não saber exatamente como fazer, além da minha falta de experiência, e eu não conhecia nenhuma pessoa que fosse empreendedora social, não sabia nem conceituar. (ES8, 2020)

Vale complementar que o controle comportamental percebido foi um dos pré-requisitos fundamentais aos empreendedores em potencial (Krueger & Brazeal, 1994), visto que, em certos contextos, a maioria dos principiantes não tinha experiência comercial suficiente (Luthans & Ibrayeva, 2006). O relato disposto a seguir, proferido pelo entrevistado, foi comprobatório do que aduziram os autores citados:

A primeira dificuldade que eu tinha era em conhecimento de gestão; a segunda, era que eu não possuía dinheiro algum para criar um negócio, nenhum tipo de capital, nada, foi basicamente, um pulo num prédio de vinte andares, do tipo se vira para criar alguma coisa até chegar no chão. Então, a história girou em torno de se construir um projeto, por intermédio de parceiros, já que eu não tinha recursos, e, enquanto isso, eu aprofundava o meu conhecimento, eu fui fazendo e aprendendo, na prática, o que era o processo de empreender. (ES7, 2020)

Constatou-se, baseado em diversas falas dos empreendedores socioambientais, e que emergiram em relação à pesquisa, que a participação em editais de fomento de seleção de projetos socioambientais foi realizada por 28 empreendedores. Geralmente, estes participavam de tais editais para o início do empreendimento socioambiental, para o custeio de algum investimento destinado à expansão, entre outras razões, de acordo com a explicação seguinte:

Eu vi a oportunidade de escrever a ideia, em um edital, na época do Social Good Brasil, de Florianópolis. Eles estavam procurando ideias, não eram nem negócios, e até então, eu não achava que essa minha ideia poderia se tornar um negócio . . . (ES7, 2020)

Aconteceu, no segundo ano que eu me inscrevi, no edital. No primeiro ano, eu fui finalista, só que, como eu era consumidora, a concorrência foi muito pesada. Então, a empresa me ligou, dando a mim um feedback porque eu não ganhei, mas a gente deu uma melhorada, na hora do preenchimento dos protocolos, e acabou dando certo. (ES8, 2020)

A gente fez uma cozinha comunitária, realmente industrial, mas isso aí começou com um pequeno aporte porque a gente não tinha recursos financeiros, que eram muito limitados.

Para você ter noção, quando a gente ganhava um edital, recebíamos cinco mil reais, então, não dava para fazer milagre. Então, a gente começou a participar de um edital da Walmart, nesse período, que era o WWE . . . (ES13, 2020)

O projeto foi aprovado, em um edital de empreendedorismo social da RedBull. Depois, o projeto foi escolhido pela Toyota Mobility Foundation, para receber apoio financeiro e institucional, e ainda, um da WRI Brasil. Venci um edital da In3Citi, em 2018, entre treze participantes, e o meu negócio social foi selecionado. (ES27, 2020)

Evidenciou-se que, dos empreendedores socioambientais entrevistados, 93,3% participaram de editais de seleção de projetos socioambientais, e 6,7% não efetivaram participação. Portanto, conforme evidenciado em diversas falas dos empreendedores socioambientais entrevistados, e reforçando os argumentos de Limeira (2015), um dos maiores desafios dos empreendedores socioambientais está em obter acesso a financiamentos e atrair investidores, principalmente na fase inicial do ciclo dos empreendimentos.

Intenção comportamental

A dimensão examinada foi a intenção comportamental, que abrangeu as dimensões conceito de si e experiência profissional.

Na dimensão analisada, que tratou do conceito de si, questionou-se aos entrevistados quais eram as suas características pessoais que influenciavam no ato deste empreender, no campo socioambiental. Algumas das respostas auferidas foi a seguinte:

Eu acho que, no meu caso, é esse trato que tenho de lidar com as pessoas e as necessidades, ver os problemas e procurar solucionar. (ES6, 2020)

Tem a ver com o fato de eu sempre ter uma convicção muito grande com a questão de ajudar o outro. (ES11, 2020)

Eu tenho uma indignação social, eu não consigo ver o outro sofrendo e, enfim, deixar aquela dor passar, eu acho que é empatia mesmo, a necessidade de me colocar no lugar do outro. (ES13, 2020)

Evidenciaram-se, como as características mais presentes e relevantes entre os empreendedores socioambientais: empatia, criatividade, curiosidade, comunicação, indignação, inconformismo, inquietude, resiliência, coragem, responsabilidade, solidariedade, preocupação com o interesse dos outros, aceitação incondicional dos outros e doação de si mesmo a um objetivo, bem como a necessidade de se ser compassivo com os problemas sociais e ambientais, além de persistente e consciente, tendo-se motivação por uma missão, com base em um objetivo, em longo prazo. Verificou-se, portanto, que a capacidade de imaginar e criar era essencial, tendo em vista que a geração de ideias inovadoras propostas pelo empreendedor constituía uma base de organização socioambiental.

Referindo-se à dimensão experiência profissional, que se insurgiu do campo dos estudos, van Ryzin, Grossman, Dipadova-Stocks e Bergrud (2009) delinearam que variáveis, como os traços

da personalidade, e os elementos de natureza sociodemográfica, quais sejam idade, sexo, origem, experiência profissional anterior, entre outros, formavam a intenção empreendedora que influenciava na criação de empreendimentos socioambientais.

Da mesma forma, os referidos autores propuseram que a experiência do indivíduo poderia alterar a sua concepção de valores, favorecendo-se a análise e o desenvolvimento do perfil empreendedor, visto que pessoas com maior nível de escolaridade e de emprego, além de experiências e empreendimentos, detinham maior probabilidade de serem empreendedores socioambientais.

Evidenciou-se, em diversas falas junto aos entrevistados, ao serem indagados se a sua formação profissional influenciou o seu desejo de atuar, como empreendedor socioambiental, a saber:

Sim, desde a época da faculdade, eu levava para o meu curso muitas coisas que eu aprendia na minha área profissional. Desde o início da graduação, eu já participava de alguma coisa que estava me desenvolvendo paralelamente, então, eu vejo muito facilmente o inverso. Assim, eu sempre apliquei, na minha formação profissional, enquanto graduado, coisas que eu aprendi com o meu lado profissional. E, os meus amigos, muitos têm uma história parecida com a minha. Eu tenho um amigo, por exemplo, engenheiro da computação, e a certeza que ele sempre teve é a de que não trabalharia com isso, então, eu tenho o exemplo de casos próximos, como também, de outros que se candidataram a um processo seletivo, que não tinha, absolutamente nada a ver com o curso que participavam. (ES18, 2020)

Sim, o que me influenciou, de maneira determinante, na minha trajetória, foi que sempre, desde o início, eu me mantive atuante, ocupado, fosse estagiando ou trabalhando, como consultor, em instituições sociais. Era como se as organizações sociais fossem o principal ambiente incentivador da minha trajetória, então, eu aprendia muito mais interagindo com os meus colegas de estágios, de trabalhos e de consultorias. (ES19, 2020)

Referente às experiências profissionais anteriores à iniciativa do empreendimento socioambiental, e baseado nas declarações dos entrevistados, que indicam este motivo, a formação profissional influenciou no desejo de atuar como empreendedor socioambiental, posto que, antes de tal iniciativa, os empreendedores criaram alguma organização e já tinham estado envolvidos em outros projetos socioambientais. Nesse lapso temporal, ocorreram mudanças significativas em suas vidas pessoais, deixando-os insatisfeitos com a sua situação profissional, dentre outras razões.

Comportamento dos empreendedores socioambientais

O comportamento, conforme Lopes Jr. e Souza (2005) aludem, era definido não somente por meio da intenção ou atitude, mas, também, por crenças, normas subjetivas e percepções de controle. Em suma, constatou-se que, de acordo com as três dimensões analisadas, à luz da TCP, os entrevistados tiveram uma atitude e intenção voltadas em aptidão ao empreendimento socioambiental. Conforme evidenciado nas falas dos empreendedores socioambientais entrevistados:

O meu negócio social é o meu lado profissional cem por cento. E é isso que eu quero para a minha vida. Eu não tenho intenção de ficar apenas nesse negócio social para toda a minha vida, eu tenho orgulho de tê-lo, mas eu quero ter outros negócios sociais, e outros desafios, também. (ES11, 2020)

O meu negócio no momento é minha opção de vida, porém, não acho que eu vou ficar nele pra sempre, eu quero que o meu negócio social seja uma grande empresa a ponto de eu não conseguir ter capacidade pra administrar isso, acredito que eu ainda tenho mais uns três anos no máximo fazendo parte, mas o empreender é uma questão agora de vida pra mim. Eu me vejo fora do meu negócio, eu me vejo já fazendo vários outros negócios, já estou criando outros, mas eu não me vejo nesse empreendimento pra sempre. (ES20, 2020)

Dessa forma, tal como os empreendedores tradicionais, os socioambientais eram reconhecidos por competências e habilidades que os distinguem. Algumas características e comportamentos foram inerentes à rotina e às atividades desempenhadas por eles. Morgado (2013) listou algumas características dos empreendedores socioambientais, quais sejam motivação, inovação, liderança, ética/moral e, ainda, explicou a importância de cada uma destas.

A motivação se relacionou com a disposição em empreender socioambientalmente, sem se limitar à escassez de recursos. A inovação, por conseguinte, direcionou-se à capacidade de se desprender das normas em vigor, procurou novas soluções ou adaptações já existentes, para servir à missão socioambiental, conforme se observou nos trechos seguintes:

Eu não vou gastar tempo com absolutamente nada do que não seja a missão. Negócio social é uma pauta muito dura, mas eu sou combativo na distração porque, enquanto a gente se distrai, tem alguém passando fome; alguém sem acesso à educação, à saúde; ou, um projeto com probabilidade de fechar. Então, assim, é um valor que eu carrego: não ter paz, num país com tanta gente sem paz. (ES10, 2020)

Eu pensei que era uma missão de vida, assim que eu me tornei empreendedor, porque empreendedores têm a sua ideia, o seu projeto como uma missão de vida. Sem isso, para mim, nada tem sentido. Ser empreendedor social foi uma decisão de vida, eu decidi que minha vida era isso: lutar pela igualdade, pelas comunidades, empreender, buscar soluções. Eu acho que você toma uma decisão, e tem que ser empreendedor social por opção, não para ganhar dinheiro. Não vou ser empreendedor social porque dá dinheiro, eu acho que a maioria dos empreendedores sociais começam, realmente, sem nada, só com a ideia, força de vontade, de início, a não ser um dos que sejam abastados, do contrário, eu acho que é na base de muito esforço. (ES14, 2020)

Para Morgado (2013), a liderança era vista, ainda, como um fator fundamental, visto que, em geral, os empreendedores socioambientais ocupariam cargos de chefia e precisariam envolver os colaboradores, de forma a realizar, da melhor maneira possível, as atividades da organização. Por último, a ética e a moral indicam a preocupação com o próximo; a importância do planejamento das atividades em equipe, do diálogo entre as partes interessadas; e o elevado senso de transparência

para com os seus parceiros e para com o público, conforme se evidenciou nos seguintes trechos:

Eu sempre fui meio inquieta, e já era da minha natureza tentar resolver problemas que eu não poderia resolver sozinha, então eu acho que, quando o conceito de negócios sociais me foi apresentado, deu muito sentido para a minha vida, porque eu já fazia, eu já era envolvida em algumas atividades sociais. (ES7, 2020)

Mas eu acho que, além do inconformismo, eu tenho habilidades, como a questão da liderança, eu sei que a liderança é uma coisa muito importante, na minha vida, assim como a comunicação e colaboração. (ES16, 2020)

Irengun e Arikboga (2015) identificaram que existe uma relação positiva entre traços de personalidade e intenções de se empreender, socioambientalmente. Para os autores, indivíduos emocionalmente estáveis e com empatia tenderiam a desenvolver relações humanas bem-sucedidas, e apresentariam uma relação positiva com a dimensão socioambiental.

História de vida

O último fator motivador encontrado foram as histórias de vida dos empreendedores socioambientais interrogados, atuando de forma transversal. Investigaram-se os detalhes de suas histórias de vida, que poderiam ter contribuído para a decisão de se fundar empreendimentos socioambientais relevantes, por intermédio de suas experiências, dores, problemas, entre outros, que os motivaram a encontrar a solução para as dificuldades socioambientais. Em tais experiências, a formação do empreendedor socioambiental desempenhou um papel relevante (Pangriya, 2019).

Prabhu (1999) afirmou que a fundação de um empreendimento socioambiental poderia ser desencadeada pelos antecedentes do fundador, por meio da forma com que foram influenciados à exposição passada a certas experiências e pessoas. Na referida pesquisa, esses fatores foram intitulados de antecedentes e/ou dimensões principais, vinculados à TCP, que explica o processo de se tornar um empreendedor (Ajzen, 1991), nesse caso, um empreendedor socioambiental.

É oportuno deliberar que a exploração de comportamentos, concentrando-se nas histórias dos empreendedores socioambientais, pôde fornecer uma visão profunda de suas motivações (Gartner, 2010). Com efeito, o método de histórias de vida analisou a maneira como os respondentes expressavam a sua autoidentidade, pelas referências às ações passadas, presentes e futuras (Lieblich, Tuval-Mashiach, & Zilber, 1998).

Conforme foi explicado nos excertos das entrevistas, e fundamentado em Yitshaki, Kropp e Honig (2021) e Cunningham et al. (2022), tal propositura expôs inúmeras histórias surpreendentes de pessoas corajosas, bem como atitudes que mudaram, de forma satisfatória, a vida de muitos indivíduos, os quais optaram por se dedicar ao próximo, a fim de contribuir para uma sociedade igualitária e justa, inferindo-se a diferença na vida do outro por meio de diversas ações. Percebe-se que, o que prevaleceu nas lembranças e memórias dos empreendedores socioambientais, em relação as histórias de vida, foi a percepção do marco da vida e o seu impacto afetivo, de acordo com as explicações seguintes:

Tenho várias histórias de famílias que me contam, principalmente, as primeiras, que remontam algum tempo. Se eu começar a contar isso para você, eu vou chorar, porque foi realmente muito marcante . . . (ES4, 2020)

Ah, eu tenho, a gente tem muito acervo de histórias, eu costumo dizer que a conta bancária do negócio social são essas histórias. (ES10, 2020)

Diversas histórias marcantes, a gente já atendeu cento e cinquenta mil pessoas, em vinte e um estados do Brasil, além de Moçambique, Haiti e Índia, imagina só a quantidade de histórias para contar. (ES22, 2020)

Modelo teórico

Esta pesquisa pôde contribuir para o preenchimento de uma lacuna teórica apontada, na literatura, sobre empreendedorismo socioambiental. As diversidades das dimensões, que emergiram da literatura científica e da pesquisa de campo, caracterizam-se como predecessores, explicando como a história de vida, que age de forma transversal, influenciava os antecedentes do comportamento dos empreendedores socioambientais, sob a luz da TCP, caracterizando-se como um modelo dominante, buscando-se explicitar a intenção comportamental empreendedora socioambiental dos indivíduos com esse perfil.

De tal forma, uma parte do modelo teórico proposto emergiu do campo, e por isso vem descrito após os resultados, com ênfase na influência dos antecedentes do comportamento dos empreendedores socioambientais por meio da história de vida, conforme pôde ser demonstrado na Figura 1.

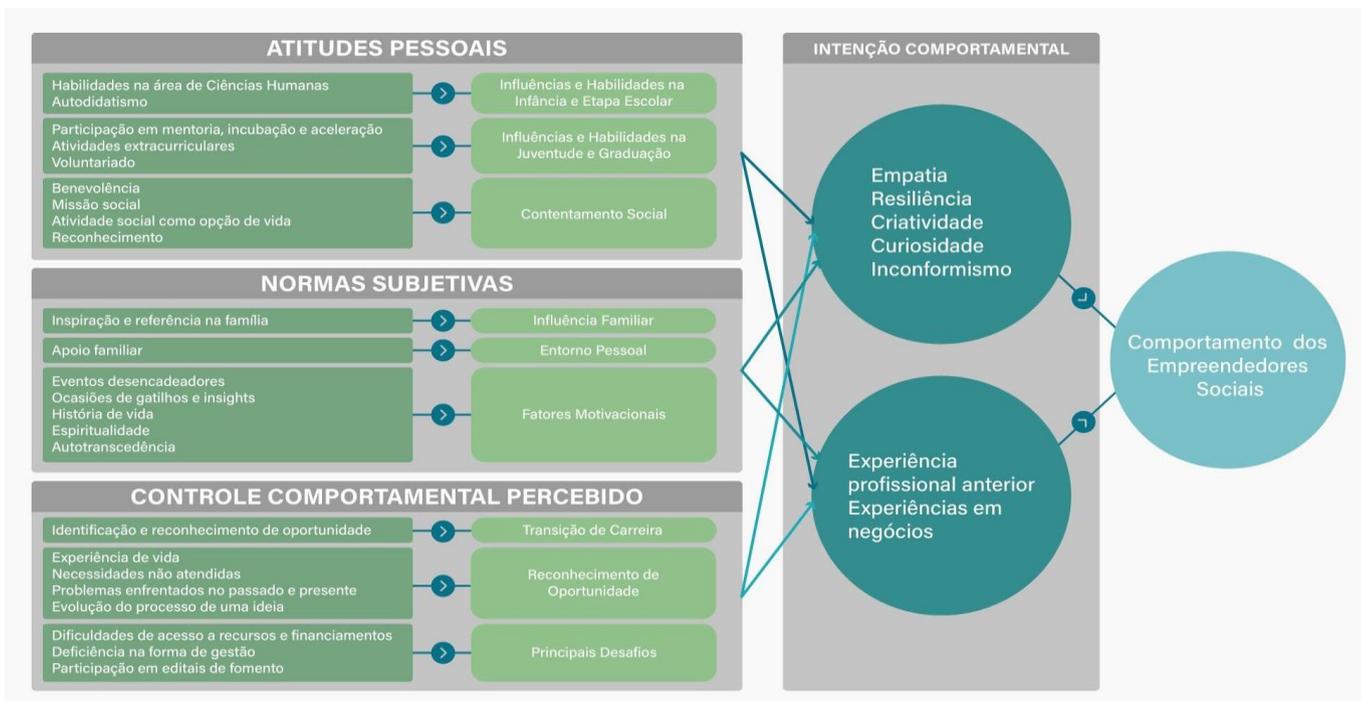


Figura 1. Modelo teórico da influência dos antecedentes do comportamento dos empreendedores socioambientais por meio da história de vida.

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Considerações finais

Esta pesquisa buscou conhecer, por meio dos empreendedores socioambientais, as suas histórias de vida, referente aos antecedentes de seus comportamentos, para realizar mudanças socioambientais, sendo essas o cerne desta pesquisa. Como resposta ao questionamento proposto inicialmente e que norteou o estudo: como os antecedentes do comportamento dos empreendedores socioambientais influenciam sua história de vida?

No que diz respeito a compreender como a atitude pessoal dos empreendedores socioambientais influenciam sua história de vida, atitudes favoráveis justificaram percepções apropriadas à conveniência dos comportamentos relacionados ao objetivo de se tornar empreendedor socioambiental. Concluiu-se, portanto, que as atitudes positivas, no que se referiu ao empreendedorismo socioambiental, poderiam afetar positivamente a atratividade pessoal de se iniciar o próprio empreendimento, constatando que as atitudes constituíam o papel mais importante na explicação das intenções.

No que se refere a compreender como as normas subjetivas dos empreendedores socioambientais influenciam sua história de vida, a dimensão fatores motivacionais analisados validou a referida dimensão citada, constatando-se, ainda, que as experiências e a própria história de vida motivaram os entrevistados a iniciar empreendimento socioambientais, sendo o fator motivacional central aprender com a vida e, na vida, experimentando situações, e compartilhando-as com os outros.

Com relação a compreender como o controle comportamental percebido dos empreendedores socioambientais influenciam sua história de vida, observou-se que as experiências profissionais criaram estímulos a esses indivíduos, para aprenderem a observar e vivenciar melhor a própria vida, os influenciando sobre a intenção de atuar, como empreendedores socioambientais, criando um predominante senso de responsabilidade para atingir metas, desenvolvendo a iniciativa, a liberdade de escolha e a forma de se relacionar com as pessoas.

A dimensão denominada intenção comportamental validou que o propósito dos empreendedores socioambientais influencia sua história de vida, conforme a TCP trata daquilo que o indivíduo almeja fazer, e as ações que pretende executar, a fim de transformar esse desejo em realidade. Em contrapartida, o comportamento é visto como o resultado da interação entre as atitudes, bem como a motivação e a intenção de desempenhá-lo.

Concluiu-se, demonstrando-se que a análise da história de vida dos trinta empreendedores socioambientais entrevistados atuou de forma transversal, revelando o processo pelo qual tais indivíduos deram sentido às suas experiências, por meio da explicação de etapas ou marcos na vida. Por oportuno, as narrativas efetuadas demonstraram a relação entre a compreensão de sua missão socioambiental e a maneira como esses respondentes se adaptaram a esse entendimento.

Com base na TCP, tais resultados indicaram diferentes antecedentes, que levaram a ações conscientes e intencionais de empreendedorismo socioambiental. As histórias de vida dos empreendedores socioambientais analisados ratificam os processos de tomada de consciência, que conduzem a ações intencionais, a fim de se alcançar objetivos socioambientais.

Evidencia-se, nesse contexto, que o desejo de se empreender, socioambientalmente, é entendido como um fator motivacional intrínseco, advindo de valores pessoais, tais como vocação,

propósito, chamado, missão, opção de vida, realização pessoal, entre outros. Tais peculiaridades são identificadas por meio de características predominantes, em tais empreendedores socioambientais, destacando-se a inquietude, sendo este atributo essencial, que desperta um olhar exaustivamente curioso, que se debruça sobre a vida.

Trata-se, portanto, de indivíduos altruístas, que resistem às dificuldades e não se intimidam diante desses percalços. Ademais, são sensíveis, espiritualizados e mantenedores da certeza de que vão conseguir realizar os seus objetivos. Decerto que a espiritualidade que os envolve retrata quase uma atmosfera em que existe uma intangibilidade, a qual circunda essas referências, conservando-se uma conexão consagrada, porque esses indivíduos não são movidos pelo dinheiro, estando a serviço de algo maior ou inexplicável.

As histórias de vida analisadas propõem que o empreendedor socioambiental consiste em um *outsider*, o qual não se enquadra nas convenções, sendo este um traço inequívoco desses indivíduos, visto que trabalhar com algo à margem da sociedade lhes concedeu uma perspectiva singular, que lhes permitiu enxergar mais longe, com uma visão crítica, destituída de amarras.

Trata-se, portanto, de um compromisso profético e moral de compartilhar as suas habilidades, inferindo felicidade, proporcionando-se um trabalho com significado afetivo e prazeroso, que se consagra em um legado imensurável e imaterial, mediante experiências e histórias repletas de vários conhecimentos.

Com efeito, em se tratando da contribuição teórica, essa pesquisa, além de se referir a um tema recente, permitiu o avanço das discussões e a mostra de novas perspectivas sobre o empreendedorismo socioambiental. Percebe-se que esta investigação deve contribuir, decerto, para o preenchimento de uma lacuna teórica, apontada na literatura sobre a identificação de características e trajetórias dos empreendedores socioambientais, a partir das narrativas de história de vida sobre o ponto de vista do empreendedor enquanto pessoa, e não em um nível organizacional de instituições.

A pesquisa em pauta contribuiu, também, para a literatura existente sobre a influência da história de vida nos antecedentes do comportamento dos empreendedores socioambientais, além de se reforçar a TCP como um modelo teórico adequado para se mensurar a intenção que se manifesta, a partir de crenças, motivações, valores, como as atitudes pessoais, as normas subjetivas, o controle comportamental percebido, influenciando na intenção comportamental e constituindo o comportamento do empreendedor socioambiental.

Os resultados da pesquisa contribuem para a prática em diversos aspectos. Inicialmente, instituições de ensino e tomadores de decisões de políticas públicas podem investir esforços em proporcionar atividades de voluntariado e experiências sociais para seus públicos, caso queiram formar uma nova geração de empreendedores socioambientais. Além disso, podem trabalhar questões comportamentais e de conscientização buscando desenvolver uma atitude altruísta em seus públicos, uma vez que esse aspecto influencia na criação de futuros empreendedores socioambientais.

Este trabalho apresentou limitações, como na fase inicial da pesquisa de campo surgiram, por parte de certos empreendedores, alguns questionamentos, tais como: *“qual o objetivo da pesquisa? No Brasil, só se estuda empreendedores tradicionais de sucesso; o foco da pesquisa no*

Brasil não está no empreendedorismo socioambiental”, demonstrando certa desconfiança e hostilidade quanto à pesquisa.

Sugere-se que, estudos futuros, pelos quais possam utilizar amostras maiores, diferentes tipos de empreendimentos e organizações socioambientais, bem como empreendedores socioambientais não incluídos nas listas conhecidas podem ser imprescindíveis para se confirmar o resultado da pesquisa, e adicionar conhecimentos às descobertas.

Pesquisas futuras podem considerar o impacto dos antecedentes de se tornar um empreendedor socioambiental, em níveis de desenvolvimento, e vice-versa. Analisando as organizações socioambientais de outros países, pode-se proporcionar uma oportunidade para se comparar as características, em diferentes culturas, e o impacto do contexto, nesses casos.

Pesquisas futuras podem explorar o tema em pesquisas quantitativas com diferentes perfis de empreendedores socioambientais, inclusive para testar o modelo teórico proposto neste artigo. Além disso, acompanhar empreendedores ao longo do tempo pode revelar uma série de novos achados, no âmbito da influência de suas histórias de vida; dessa forma, vale sugerir que futuras pesquisas possam adotar uma abordagem longitudinal para pesquisa de empreendedores socioambientais.

Ainda, outra sugestão para pesquisas futuras compreende a investigação das práticas, sob a perspectiva dos colaboradores e beneficiários de empreendimentos socioambientais, que pode possibilitar o enriquecimento das análises, por meio do cruzamento dos dados, para comportar a realização de estudos comparativos.

Referências

- Adam, J. (2008). *A linguística textual: introdução à análise textual dos discursos*. São Paulo, SP: Cortez.
- Ahuja, V., Akhtar, A., & Wali, O. P. (2019). Development of a comprehensive model of social entrepreneurial intention formation using a quality tool. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(1), 1-27. doi:10.1186/s40497-019-0164-4
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health, 26*(9), 1113-1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Ajzen, I. (1991). *Theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Alves-Mazzotti, A. J., & Gewandsznajder, F. (1999). *O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa*. (2a ed.). São Paulo, SP: Thomson.
- Asarkaya, C., & Taysir, N. K. (2019). Founder's background as a catalyst for social entrepreneurship. *Nonprofit Management and Leadership, 30*(1), 155-166. doi:10.1002/nml.21353

- Asiamah, N., Mensah, H. K., & Oteng-Abayie, E. (2017). General, Target, and Accessible Population: Demystifying the Concepts for Effective Sampling. *The Qualitative Report*, 22(6), 1607-1621. doi: 10.46743/2160-3715/2017.2674
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1–22. doi:10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x
- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6), 373–403. doi:10.1080/08985626.2011.577242
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254. doi:10.1111/etap.12095
- Bailey, C. A. (2007). *A guide to qualitative field research*. London: Pine Forge Press.
- Baron, R. J., & Shane, S. A. (2007). *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São Paulo, SP: Thomson Learning.
- Bessant, J., & Tidd, J. (2009). *Inovação e empreendedorismo*. Porto Alegre, RS: Bookman.
- Bignotti, A., & Myres, K. (2022). A typology of social entrepreneuring models continued: empirical evidence from South Africa. *Africa Journal of Management*, 8(3), 324-346. doi:10.1080/23322373.2022.2071576
- Bockorny, K., & Youssef-Morgan, C. M. (2019). Entrepreneurs courage, psychological capital, and life satisfaction. *Frontiers in Psychology*, (10), 789-794. doi: 10.3389/fpsyg.2019.00789
- Boluk, K. A., & Mottiar, Z. (2014). Motivations of social entrepreneurs: blurring the social contribution and profits dichotomy. *Social Enterprise Journal*, 10(1), 53–68. doi:10.1108/SEJ-01-2013-0001
- Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Giazitzoglu, A. (2016). A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 302-325. doi:10.1016/j.jbusvent.2016.02.002
- Caldera, D. C., Ortega, M. A., & Sánchez, M. E. (2016). The social entrepreneur. A brief characterization. *Ecorfan Journal-Republic of El Salvador*, 2(3), 19-28. Retrieved from <https://bit.ly/3YVH9JI>
- Carneiro, D., & Bernardino, S. (2019). O empreendedor social no Brasil: a importância do perfil, motivações e percepções na criação de iniciativas sociais. *Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting*, 5(10), 23-49. doi:10.54663/2183-3826
- Castelo, J. L., Santos, S. M., Silva, C. R. M., & Aquino, C. V. M. G. (2022). Social innovation in a local community in Brazil. *Community Development*, 53(3), 370-390. doi:10.1080/15575330.2022.2068048
- Chandra, Y., & Kerlin, J. A. (2020). Social entrepreneurship in context: pathways for new contributions in the field. *Journal of Asian Public Policy*, 14(2), 135-151. doi:10.1080/17516234.2020.1845472

- Cohen, N., & Arieli, T. (2011). Field research in conflict environments: methodological challenges and snowball sampling. *Journal of Peace Research*, 48(4), 423-435. doi:10.1177/0022343311405698
- Colling, T., & Oltramari, A. P. (2019). História de vida e teoria interseccional. *Revista ADM.MADE*, 23(2), 59-69. doi:10.21714/2237-51392019v23n2p059069
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2011). *Métodos de pesquisa em administração* (10a ed.). Porto Alegre, RS: Bookman.
- Cruz, G. (2013). *As duas faces do empreendedorismo social*. *RAUnP*, 5(1), 9-20. doi:10.21714/raunp.v5i1.324
- Cunha, J., & Benneworth, P. (2014, July). *Social entrepreneurship and social innovation: are both the same?* In Icopev International Conference on Project Economic Evaluation Braga.
- Cunningham, J., Xiong, L., Hashim, H., & Yunis, M. (2022). Narrating thee 'social': the evolving stories of Pakistan's social entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 34(7-8), 668-685. doi:10.1080/08985626.2022.2077990
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurs hip: a critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203-1213. doi: 10.1287/orsc.1100.0620
- Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37-57. doi:10.5465/amp.24.3.37
- Farinha, L., Sebastião, J. R., Sampaio, C., & Lopes, J. (2020). Social innovation and social entrepreneurship: discovering origins, exploring current and future trends. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17(1), 77-96. doi:10.1007/s12208-020-00243-6
- Freitas, H., & Janissek, R. (2000). *Análise léxica e análise de conteúdo: técnicas complementares, sequenciais e recorrentes para exploração de dados qualitativos*. Porto Alegre, RS: Sphinx Sagra.
- Fridhi, B. (2021). Retraction note: social entrepreneurship and social enterprise phenomenon: toward a collective approach to social innovation in Tunisia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(30). doi:10.1186/s13731-021-00172-6
- Gartner, W. B. (2010). A new path to the waterfall: a narrative on a use of entrepreneurial narrative. *International Small Business Journal*, 28(1), 6-19. doi:10.1177/0266242609351448
- George, G., Corbishley, C., Khayesi, J. N. O., Haas, M. R., & Tihanyi, L. (2016). Bringing Africa in: promising directions for management research. *Academy of Management Journal*, 59(2), 377-393. doi:10.5465/amj.2016.4002
- Ghalwash, S., Tolba, A., & Ismail, A. (2017). What motivates social entrepreneurs to start social ventures? an exploratory study in the context of a developing economy. *Social Enterprise Journal*, 13(3), 268-298. doi:10.1108/SEJ-05-2016-0014
- Gigauri, I., Panait, M., Apostu, S. A., & Raimi, L. (2022). The essence of social entrepreneurship through a Georgian lens: social entrepreneurs' perspectives. *Administrative Sciences*, 12(3), 1-19. doi: 10.3390/admsci12030075

- Gregoire, D. A., & Shepherd, D. A. (2012). Technology-market combinations and the identification of entrepreneurial opportunities: an investigation of the opportunity-individual nexus. *Academy of Management Journal*, 55(4), 753-785. doi:10.5465/amj.2011.0126
- Guclu, A., Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2002, November). The process of social entrepreneurship: creating opportunities worthy of serious pursuit. *Center for the Advancement of Social Entrepreneurship*. Retrieved from <https://bit.ly/3WyQ0hW>
- Hatch, J. A., & Wisniewski, R. (2006). Life history and narrative. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 8(1), 3-4. doi:10.1080/0951839950080102
- Hayton, J. C., & Cacciotti, G. (2013). Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(9-10), 708-731. doi:10.1080/08985626.2013.862962
- Hilsdorf, C. (2015). *Atitudes empreendedoras: como transformar sonhos em realidade e fazer seu projeto de vida acontecer*. São Paulo, SP: Schwarcz S.A.
- Irengun, O., & Arikboga, S. (2015). The effect of personality traits on social entrepreneurship intentions: a field research. *Social and Behavioral Sciences*, 195, 1186-1195. doi:10.1016/j.sbspro.2015.06.172
- Itelvino, L. S., Costa, P. R., Gohn, M. G. M., Ramacciotti, C., & Porto, G. S. (2018). Formação empreendedora para geração de inovações sociais. *Gestão & Regionalidade*, 34(101), 107-133. doi:10.13037/gr.vol34n101.4172
- Kerlin, J. A. (2012). Defining social enterprise across different contexts: a conceptual framework based on institutional factors. In B. Gidron, & Y. Hasenfeld (Eds.), *Social enterprises: an organizational perspective* (pp. 91-117). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104. doi:10.1177/104225879401800307
- Kumar, R. (2020). Theory of planned behaviour in social entrepreneurship. *International Journal in Management and Social Science*, 8(6), 119-131. Retrieved from <https://bit.ly/3YGbhrV>
- Lambrechts, W., Caniëls, M. C. J., Molderez, I., Venn R., & Oorbeek R. (2020). Unraveling the role of empathy and critical life events as triggers for social entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-14. doi:10.3389/fpsyg.2020.579500
- Lieblich, A., Tuval-Mashiach, R., & Zilber, T. (1998). *Narrative research: reading, analysis and interpretation*. Thousand Oaks: Sage.
- Limeira, T. M. V. (2015, outubro). *Empreendedorismo social no Brasil: estado da arte e desafios*. ICE. Recuperado de <https://bit.ly/3jj5nN7>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218. doi:10.1007/s11365-010-0154-z

- Liñán, F., Nabi, G., Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: a comparative study. *Revista de Economía Mundial*, (33), 73-103. Recuperado de <https://bit.ly/3hP87S8>
- Lopes Jr., G. S., & Souza, E. C. L. (2005). Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. *Revista Eletrônica de Administração*, 11(6), 1-21. Recuperado de <https://bit.ly/3WACjiv>
- Lubberink, R., Blok, V., van Ophem, J., & Omta, O. (2019). Responsible innovation by social entrepreneurs: an exploratory study of values integration in innovations. *Journal of Responsible Innovation*, 6(2), 179-210. doi:10.1080/23299460.2019.1572374
- Luthans, F., & Ibrayeva, E. S. (2006). Entrepreneurship self-efficacy in Central Asia transition economies: quantitative and qualitative analysis. *Journal of International Business Studies*, 37(1), 92-110. doi: 10.1057/palgrave.jibs.8400173
- MacDonald, M., & Howorth, C. (2018). Roots of social enterprise: entrepreneurial philanthropy, England 1600-1908. *Social Enterprise Journal*, 14(1), 4-21. doi:10.1108/SEJ-03-2017-0020
- Mageste, G. S., & Lopes, F. T (2007, novembro). *O uso da história de vida nos estudos organizacionais*. In I Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade. Recife, PE.
- Mair, J. (2020). Social entrepreneurship: research as disciplined exploration. In W. W. Powell, & P. Bromley (Eds.), *The nonprofit sector: a research handbook* (pp. 333-357). Stanford: Stanford University Press.
- Manjon, M. J., Merino, A., & Cairns, I. (2022). Business as not usual: a systematic literature review of social entrepreneurship, social innovation, and energy poverty to accelerate the just energy transition. *Energy Research and Social Science*, 90(2), 102624. doi: 10.1016/j.erss.2022.102624
- Mann, P. H. (1992). *Métodos de Investigação Sociológica*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar.
- Minayo, M. C. S, Souza, E. R. S., Constantino, P., & Santos, N. C. (2005). Métodos, técnicas e relações em triangulação. In M. C. S. Minayo, S. G. Assis, & E. R. Souza (Eds.). *Avaliação por triangulação de métodos: abordagem de programas sociais* (pp. 71-104). Rio de Janeiro, RJ: Fiocruz.
- Minayo, M. C. S. (Ed.). (2014). Apresentação. In R. Gomes (Ed.). *Pesquisa qualitativa em saúde*. São Paulo, SP: Instituto Sírio Libanês.
- Mirvis, P., & Googins, B. (2018). Catalyzing social entrepreneurship in Africa: roles for Western Universities, NGOs and corporations. *Africa Journal of Management*, 4(1), 57-83. doi:10.1080/23322373.2018.1428020
- Monteiro, A. A., Sánchez-García, J. C., Hernández-Sánchez, B. R., & Cardella, G. M. (2022). *Social entrepreneurship conceptual approaches*. *Encyclopedia*, 2(2), 1004-1018. doi:10.3390/encyclopedia2020066
- Morgado, C. I. R. (2013). *O Empreendedorismo social na realidade portuguesa: do conceito à prática* (Dissertação de mestrado). Universidade da Beira Interior Ciências Sociais e Humanas, Covilhã.

- Muñoz, P. A., & Kibler, E. (2016) Institutional complexity and social entrepreneurship: a fuzzy-set approach. *Journal of Business Research*, 69(4), 1314-1318. doi:10.1016/j.jbusres.2015.10.098
- Nakamura, H. (2022). Characteristics and relationships of social entrepreneurs and social investors in Japan. *Journal of Social Entrepreneurship*. doi:10.1080/19420676.2022.2090417
- Nascimento, L., & Salazar, V. (2020). On social enterprises and social entrepreneurship: an extension. — *Brazilian Administration Review*, 17(2), 3-25. doi:10.1590/1807-7692bar2020190014
- Navarro, A. M., Climent, V. C., Palacio, J. R. S. (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción em España. Aplicación del método delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *Revesco*, 106, 150-172. doi:10.5209/revreve.2011.v106.37377
- Nicholls, A. (2006). Playing the field: a new approach to the meaning of social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 2(1), 1-5. Retrieved from <https://bit.ly/3hMhRMN>
- Oliveira, R. P. (2019). *Empreendedorismo social e estratégias de inovação: uma análise dos negócios de impacto social e o perfil de seus idealizadores na cidade de Belo Horizonte (MG)* (Dissertação de mestrado). Centro Universitário Unihorizontes, Belo Horizonte, MG.
- Palacios-Marqués, D., Guijarro-García, M., Martí-Sánchez, M., & Alguacil, P. (2019). Social entrepreneurship and organizational performance: A study of the mediating role of distinctive competencies in marketing. *Journal of Business Research*, 101, 426-432. doi:10.1016/j.jbusres.2019.02.004.
- Pangriya, R. (2019). Hidden aspects of social entrepreneurs' life: a content analysis. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(66), 1-19. doi:10.1186/s40497-019-0199-6
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. (3rd ed.). California: SAGE Publications.
- Prabhu, G. N. (1999). Social entrepreneurial leadership. *Career Development International*, 4(3), 140-145. doi:10.1108/13620439910262796
- Rae, D., & Carswell, M. (2000). Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: the development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences. *Education and Training*, 42(4/5), 220-228. doi:10.1108/00400910010373660
- Richardson, R. J. (1989). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo, SP: Atlas.
- Romani-Dias, M., Iizuka, E. S., Walchhutter, S., & Barbosa, A. S. (2017). Agenda de pesquisa em empreendedorismo social e negócios sociais. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*, 8(3), 1-15. doi:10.13059/racef.v8i3.156
- Romero-Colmenares, L., & Reyes-Rodríguez, J. (2022). Sustainable entrepreneurial intentions: exploration of a model based on the theory of planned behaviour among university students in north-east Colombia. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100627. doi: 10.1016/j.ijme.2022.100627

- Sadílek, T., Kročil, O., & Müller, M. (2022). What motivates Czech social entrepreneurs? A qualitative study from an unfavorable social entrepreneurship environment. *Nonprofit Management and Leadership*, 33(2), 249-278. doi:10.1002/nml.21510
- Saebi, F., Foss, N., & Linder, S. (2018). Social entrepreneurship research: past achievements and future promises. *Journal of Management*, 45(15), 70-95. doi:10.1177/0149206318793196
- Santos, F. M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335-351. doi: 10.1007/s10551-012-1413-4
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005) The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 42-57. doi:10.1108/13552550510580834
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. doi:10.2307/259271
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279. doi:10.1016/S1053-4822(03)00017-2
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice-Hall Inc.
- Sharir, M., & Lerner, M. (2006). Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. *Journal of World Business*, 41(1), 6-20. doi:10.1016/j.jwb.2005.09.004
- Shaw, E. (2004). Marketing in the social enterprise context: is it entrepreneurial? *Qualitative Marketing Research*, 7(3), 194-205. doi:10.1108/13522750410540209
- Silva, A. L. S., Cruz, C. A. B., Gomes, I. M. A., & Paixão, A. E. A. (2017). Melhores programas de incubação em universidades da América Latina. *Revista Tecnologia e Sociedade*, 13(29), 85-103. doi:10.3895/rts.v13n29.5025
- Strauss, A., & Corbin, J. (1994). Grounded theory methodology: an overview. In N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 273-285). Thousand Oaks: SAGE.
- Thompson, J. L. (2018). Social enterprise and social entrepreneurship: where have we reached? A summary of issues and discussion points. *Social Enterprise Journal*, 4(2), 149-161. doi:10.1108/17508610810902039
- Tracey, P., Phillips, N., & Jarvis, O. (2011). Bridging institutional entrepreneurship and the creation of new organizational forms: a multilevel model. *Organization Science*, 22(1), 60-80. doi:10.1287/orsc.1090.0522
- van Ryzin, G. G., Grossman, S., Dipadova-Stocks, L., & Bergrud, E. (2009). *Portrait of the social entrepreneur: statistical evidence from a US Panel*. *Voluntas*, 20, 129-40. doi:10.1007/s11266-009-9081-4
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 21, 5-20. doi: <https://doi.org/10.1108/S1074-754020190000021009>

- Vogt, S., & Bulgacov, Y. L. M. (2019). História de vida de empreendedores: estratégia e método de pesquisa para estudar a aprendizagem empreendedora. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 8(3), 99-133. doi:10.14211/regepe.v8i3.1299
- Wach, D., Kruse, P., Costa, S., & Moriano, J. (2021). Exploring social and commercial entrepreneurial intentions from theory of planned behaviour perspective: a cross-country study among Namibian and German students. *Journal of Social Entrepreneurship*. doi:10.1080/19420676.2020.1863250
- Wanyoike, C. N., & Maseno, M. (2021). Exploring the motivation of social entrepreneurs in creating successful social enterprises in East Africa. *New England Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 79-104. doi:10.1108/NEJE-07-2020-0028
- Yamini, R., Soloveva D., & Xiaobao, P. (2022). What inspires social entrepreneurship? The role of prosocial motivation, intrinsic motivation, and gender in forming social entrepreneurial intention. *Entrepreneurship Research Journal*, 12(2), 71-105. doi:10.1515/erj-2019-0129
- Yitshaki, R., Kropp, F., & Honig, B. (2021). The role of compassion in shaping social entrepreneurs' prosocial opportunity recognition. *Journal of Business Ethics*, 179(2), 617-647. doi:10.1007/s10551-021-04860-x.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532. doi: 10.1016/j.jbusvent.2008.04.007
- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639-653. doi:10.1016/j.jbusres.2014.08.007
- Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Krauss, S. E., Samah, A. B. A., Meng, L. K., & Ariffin, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96, 264-276. doi:10.1016/j.jbusres.2018.11.030

Financiamento

Os autores agradecem o apoio financeiro da Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcap).

Autoria

Roberta Feitosa de Lucena Cavalcante

Doutora em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza (Unifor). Pesquisadora em temas de Empreendedorismo na Unifor e Participa do Programa Clusters Econômicos de Inovação, desenvolvido no âmbito do Programa Cientista Chefe, da Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Trabalho do Governo do Estado do Ceará (Sedet).

E-mail: robertafeitosa@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5221-6493>

José Milton de Sousa-Filho

Doutor em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas (FGV-Eaes), com pós-doutorado em Administração pela Egade Business School, Tecnológico de Monterrey (México). Professor Titular da Universidade de Fortaleza (Unifor).

E-mail: miltonsousa@unifor.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3078-3179>

Conflito de interesses

Os autores informam que não há conflito de interesses.

Linguagem inclusiva

Os autores usam linguagem inclusiva que reconhece a diversidade, demonstra respeito por todas as pessoas, é sensível a diferenças e promove oportunidades iguais.

Contribuição dos autores

Primeiro/a autor/a: concepção (líder), curadoria de dados (líder), análise formal (líder), aquisição de financiamento (apoio), investigação (líder), metodologia (igual), administração do projeto (líder), supervisão (apoio), redação – rascunho original (líder), redação – revisão e edição (igual).

Segundo/a autor/a: concepção (apoio), curadoria de dados (apoio), análise formal (apoio), aquisição de financiamento (líder), investigação (apoio), metodologia (igual), administração do projeto (apoio), supervisão (líder), redação – rascunho original (apoio), redação – revisão e edição (igual).

Verificação de plágio

A O&S submete todos os documentos aprovados para a publicação à verificação de plágio, mediante o uso de ferramenta específica.

Disponibilidade de dados

A O&S incentiva o compartilhamento de dados. Entretanto, por respeito a ditames éticos, não requer a divulgação de qualquer meio de identificação dos participantes de pesquisa, preservando plenamente sua privacidade. A prática do open data busca assegurar a transparência dos resultados da pesquisa, sem que seja revelada a identidade dos participantes da pesquisa.

A O&S é signatária do DORA (The Declaration on Research Assessment) e do COPE (Committee on Publication Ethics).



Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional