



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Jéssica Bedin

**Informação para curadoria digital de negócios de impacto no ecossistema de inovação de
Chapecó**

Florianópolis

2022

Jéssica Bedin

**Informação para curadoria digital de negócios de impacto no ecossistema de inovação de
Chapecó**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em
Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa
Catarina, como requisito parcial para a obtenção do título
de Doutora em Ciência da Informação.

Orientador: Prof. William Barbosa Vianna, Dr.

Florianópolis

2022

Bedin, Jéssica

Informação para curadoria digital de negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó / Jéssica Bedin. – 2022.

209 f. : il.

Orientador: Dr. William Barbosa Vianna

Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, 2022.

1. Curadoria Digital. 2. Gestão da Informação. 3. Ecossistema de inovação. 4. Negócios de Impacto. 5. Chapecó, Santa Catarina. I. Vianna, William Barbosa. II. Título.

Jéssica Bedin

**Informação para curadoria digital de negócios de impacto no ecossistema de inovação de
Chapecó**

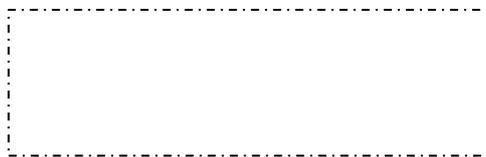
O presente trabalho em nível de Doutorado foi avaliado e aprovado, em 26 de agosto de 2022, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Rogério Aparecido Sá Ramalho, Dr.
Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR)

Prof.(a) Andréa Vasconcelos Carvalho, Dr.(a)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Prof. Odilon Luiz Poli, Dr.
Universidade Comunitária da Região de Chapecó (UNOCHAPECÓ)

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Doutora em Ciência da Informação.



Coordenação do Programa de Pós-Graduação



Prof. William Barbosa Vianna, Dr.
Orientador

Florianópolis, 2022.

Este trabalho é dedicado às pessoas que unem seus ideais de um mundo melhor e a sustentabilidade financeira em um mesmo casulo, possibilitando assim, a concretização dos negócios de impacto.

AGRADECIMENTOS

A Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), agradeço pela educação de qualidade, de forma pública e gratuita, pelas oportunidades durante a formação, em especial ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PGCIN), aos docentes e colegas que estiveram comigo durante o processo de doutoramento, enriquecendo os aprendizados e fortalecendo as amizades nos colégios invisíveis da Ciência. Agradeço ao meu orientador pela oportunidade, pelos ensinamentos e caminhos trilhados durante o doutorado, principalmente pelo incentivo do retorno da pesquisa para a sociedade.

Agradeço a Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) pelas oportunidades no ensino, na pesquisa e na extensão. Tais experiências contribuíram com o desenvolvimento da pesquisa e na minha formação enquanto pesquisadora. Aos espaços de incentivo à inovação, deixo registrada a minha gratidão pelo acolhimento e trocas durante a construção da pesquisa, ao Pollen Parque Científico e Tecnológico e ao Observatório do Pollen.

Em especial agradeço, com muito carinho e admiração aos empreendedores e empreendedoras que participaram da pesquisa, pela coragem e comprometimento com seus ideais individuais que acolhem o coletivo, as questões sociais e ambientais. Ouvir e registrar a história e as experiências de cada um de vocês foi inspirador, me emocionou e construiu uma pesquisa com muito propósito social, que acredita em um mundo melhor, pautado na Resiliência e na Ciência.

Agradeço a minha família, onde iniciei a minha construção enquanto pessoa, pelas vivências no coletivo, com o envolvimento com a comunidade, com a agricultura familiar e as cooperativas, exemplos de luta e valorização das questões locais. Minha base foi fortalecida e ressignificada nesse processo de doutoramento, com questionamentos e reflexões sobre o viver em sociedade. O meu muito obrigada!

Aos meus amigos e amigas que me acompanharam durante o processo de doutoramento, agradeço pela amizade genuína, pelo carinho, pelos incentivos e momentos que compartilharam comigo seus conhecimentos, e sua visão de mundo. Gratidão por permitirem que eu me conhecesse melhor e pudesse olhar para o mundo de uma forma diferente, a partir do encontro com cada um de vocês.

Temos uma oportunidade sem precedentes de mudar a forma com que se dá o crescimento econômico, de aprender com nossos erros e construir sobre nossos sucessos e voltando melhor, mais verde, mais justo e resiliente. Essa transição requer inovações radicais, agilidade e adaptabilidade, portanto os negócios de impacto serão atores chave no desenvolvimento desse novo paradigma (BOTELHO, Tatiana, 2021).¹

¹ Ver: PIPE SOCIAL. 3º Mapa de negócios de impacto: social + ambiental. [S. l.]: Pipe Lobo, 2021.

RESUMO

Na presente pesquisa, tem-se como objetivo desenvolver uma proposta de processo integrado de curadoria digital e gestão de informação para o compartilhamento e uso de informações sobre negócios de impacto entre atores de ecossistema de inovação, universidades e governos, contextualizado para a região de Chapecó. No que tange aos procedimentos metodológicos, trata-se de uma de pesquisa de natureza aplicada, com abordagem do problema qualitativa, exploratório e descritiva. Quanto aos procedimentos técnicos, utilizou-se da pesquisa bibliográfica, documental e do grupo focal. A partir dos resultados da pesquisa, identificou-se as inter-relações entre os processos de gestão de informação e de curadoria digital: 1) necessidades informacionais; 2) aquisição da informação, a) conceituação e b) criação ou recebimento; 3) organização e armazenamento da informação, c) avaliação e seleção, d) admissão, e) ações de preservação, e o f) armazenamento; 4) Produtos e serviços de informação; 5) distribuição da informação; e 6) uso da informação. Mapeou-se os principais atores que apoiam o desenvolvimento dos negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó, sendo eles: SEBRAE, EPAGRI, Unoesc, Unochapecó, UFFS, Incubadora Tecnológica, Parque Pollen, Prefeitura de Chapecó, APACO e a ACIC. Elencou-se as necessidades de informação dos empreendedores, estando alinhadas às: necessidades ligadas à formação continuada dos empreendedores; necessidade voltadas para a captação de recursos financeiros; necessidades de acesso a tecnologias; necessidades voltadas para o debate e ampliação das políticas públicas; e por final, a necessidade de pessoas qualificadas e atuando no segmento de negócios de impacto. No que se refere à utilização da curadoria digital na gestão da informação para os negócios de impacto do ecossistema de inovação de Chapecó, o ponto de partida e conexão foi mediada pelas necessidades informacionais, etapa prevista no modelo de gestão da informação. Assim ao aplicar na gestão da informação, e as fases sequenciais da curadoria digital, estas agregam ao detalhar o tratamento com os dados, garantindo a confiabilidade e a preservação das informações para o futuro, sem redundâncias de trabalho e de informações. Concretizando assim, o objetivo geral ao desenvolver uma proposta de processo integrado de curadoria digital e gestão de informação para o compartilhamento e uso de informações sobre negócios de impacto entre atores de ecossistema de inovação, universidades e governos para a região de Chapecó. Por fim, recomenda-se para a implantação: realizar um processo intensivo de identificação de necessidades informacionais dos envolvidos; aperfeiçoar os recursos tecnológicos da plataforma para dar suportar aos formulários de dados e permitir a implantação dos serviços propostos; definir estratégias para a divulgação e engajamento da comunidade para a coleta de dados e utilizar as informações; aproximação com as universidades, tendo em vista as atividades de ensino, pesquisa e extensão; e fortalecer a interação com os atores para utilizar as informações e direcionar suas ações para o segmento de negócios de impacto.

Palavras-chave: Curadoria Digital; Gestão da informação; Ecossistema de Inovação; Negócios de Impacto; Chapecó/Santa Catarina.

ABSTRACT

The present research aims to develop a proposal for an integrated process of digital curation and information management for sharing and use of information about impact businesses among actors of the innovation ecosystem, universities and governments, contextualized for the region of Chapecó. Regarding the methodological procedures, this is a research of applied nature, with qualitative, exploratory and descriptive approach to the problem, as for the technical procedures used the bibliographic, documentary and focus group research. From the research results, it was identified the interrelations between the information management and digital curation processes: 1) information needs; 2) information acquisition, a) conceptualization and b) creation or receipt; 3) information organization and storage, c) evaluation and selection, d) admission, e) preservation actions, and f) storage; 4) information products and services; 5) information distribution; and 6) information use. The main actors that support the development of impact businesses in the innovation ecosystem of Chapecó were mapped, being them: SEBRAE, EPAGRI, Unoesc, Unochapecó, UFFS, Technology Incubator, Pollen Park, Chapecó City Hall, APACO and ACIC. The information needs of the entrepreneurs are aligned with: needs linked to the continuing education of entrepreneurs; needs for raising financial resources; needs for access to technology; needs for debate and expansion of public policies; and finally, the need for qualified people working in the impact business segment. With respect to the use of digital curation in information management for impact businesses in the innovation ecosystem of Chapecó, the starting point and connection was mediated by informational needs, a stage foreseen in the information management model. Thus, when applying the information management, and the sequential phases of digital curation, these add to the detailed treatment with the data, ensuring the reliability and preservation of information for the future, without redundancies of work and information. Thus, the general objective of developing a proposal for an integrated process of digital curation and information management for sharing and use of information about impact businesses among actors of the innovation ecosystem, universities and governments in the region of Chapecó is achieved. Finally, it is recommended for the implementation: to carry out an intensive process of identification of informational needs of those involved; to improve the technological resources of the platform to support the data forms and allow the implementation of the proposed services; to define strategies for the dissemination and engagement of the community to collect data and use the information; approach with universities, in view of the activities of teaching, research and extension; and strengthen the interaction with the actors to use the information and direct their actions to the impact business segment.

Keywords: Digital Curatorship; Information Management; Innovation Ecosystem; Impact Business; Chapecó/Santa Catarina.

LISTA DE FIGURAS

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	Objetivos.....	18
1.2	Justificativas.....	19
1.3	ESTRUTURA DA TESE.....	23
2	INTERELAÇÕES ENTRE GESTÃO DA INFORMAÇÃO E CURADORIA DIGITAL	25
2.1	Elementos de gestão da informação.....	25
2.2	Contribuições teóricas da curadoria digital.....	29
2.3	Constructo teórico entre gestão da informação e curadoria digital.....	38
3	NEGÓCIOS DE IMPACTO E O ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO	46
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	56
4.1	Caracterização da pesquisa	56
4.2	Busca sistemática ProKnow-c.....	58
4.3	Universo da pesquisa e sujeitos participantes	61
4.4	Coleta, análise e interpretação dos dados.....	63
5	GESTÃO DA INFORMAÇÃO NA CURADORIA DIGITAL PARA OS NEGÓCIOS DE IMPACTO NO ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO DE CHAPECÓ	67
5.1	Caraterização dos negócios de impacto	67
5.2	Atores do ecossistema de inovação apoiadores dos negócios de impacto.....	77
5.3	Identificação das necessidades informacionais.....	86
5.5	Criação e organização das informações sobre os negócios de impacto	94
5.4	COMPARTILHAMENTO E USO DAS INFORMAÇÕES SOBRE OS NEGÓCIOS DE IMPACTO	108
6	CONCLUSÃO	114
6.1	Considerações sobre os objetivos da pesquisa.....	114
6.2	Considerações sobre as contribuições teóricas e práticas.....	117
6.3	Considerações sobre futuras pesquisas	119

REFERÊNCIAS	121
APÊNDICE A – Busca sistemática sobre negócios sociais e inovação	135
APÊNDICE B – Busca sistemática sobre gestão da informação e inovação.....	139
APÊNDICE C – Roteiro do grupo focal.....	146
APÊNDICE D – Modelo termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE).....	148
APÊNDICE E – Grupo Focal 1	150
APÊNDICE F – Grupo Focal 2	174
APÊNDICE G – Formulário para empreendedores(as).....	201
APÊNDICE H – Formulário para os atores do ecossistema	205
APÊNDICE I – Formulário para pesquisadores	207

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Frequência de citação dos atores realizada pelos empreendedores

81

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Ações e processos do Modelo de Ciclo de Vida de Curadoria Digital do DCC	32
Quadro 2 – Ações sequências da Curadoria Digital e os seus processos utilizados para a gestão da informação dos negócios de impacto na região de Chapecó	39
Quadro 3 – Dimensões de um negócio social	49
Quadro 4 – Procedimento da análise qualitativa de conteúdo	65

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACIC	Associação Comercial e Industrial de Chapecó
AMOSC	Associação dos Municípios do Oeste de Santa Catarina
APACO	Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense
BRAPCI	Base de dados de Periódicos em Ciência da Informação
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CGEI	Congresso de Gestão Estratégica da Informação, Empreendedorismo e Inovação
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
DCC	Digital Curation Centre
ENANCIB	Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação
EPAGRI	Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina
FAPESC	Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação de Santa Catarina
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICT	Instituições de Ensino e Tecnologia
IFLA	International Federation of Library Associations and Institutions
INCTECH	Incubadora Tecnológica da Unochapecó
JISC	Joint Information Systems Committee
LISA	Library and Information Science Abstracts
LPD	Lei de Proteção de Dados
MST	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
NDLTD	Networked Digital Library of Theses and Dissertations
NIT	Núcleos de inovação tecnológica
OAIS	Open Archival Information System
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONG	Organizações não governamentais
ONU	Organização das Nações Unidas
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
PB	Portfólio bibliográfico
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
SCIELO	Scientific Electronic Library Online

SDS/SC	Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável, do estado de Santa Catarina
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UCAF	Unidade Central de Apoio às Agroindústrias Familiares do Oeste Catarinense
UFFS	Universidade Federal da Fronteira Sul
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UNOCHAPECÓ	Universidade Comunitária da Região de Chapecó
UNOESC	Universidade do Oeste de Santa Catarina
WOS	Web of Science

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
1.1	Objetivos.....	18
1.2	Justificativas.....	19
1.3	Estrutura da tese.....	23
2	INTERRELAÇÕES ENTRE GESTÃO DA INFORMAÇÃO E CURADORIA DIGITAL	25
2.1	Elementos de gestão da informação.....	25
2.2	Contribuições teóricas da curadoria digital.....	29
2.3	Constructo teórico entre gestão da informação e curadoria digital.....	38
3	NEGÓCIOS DE IMPACTO E O ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO.....	46
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	56
4.1	Caracterização da pesquisa	56
4.2	Busca sistemática ProKnow-c.....	58
4.3	Universo da pesquisa e sujeitos participantes	61
4.4	Coleta, análise e interpretação dos dados.....	63
5	GESTÃO DA INFORMAÇÃO NA CURADORIA DIGITAL PARA OS NEGÓCIOS DE IMPACTO NO ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO DE CHAPECÓ.....	67
5.1	Caraterização dos negócios de impacto	67
5.2	Atores do ecossistema de inovação apoiadores dos negócios de impacto	77
5.3	Identificação das necessidades informacionais.....	86
5.4	Criação e organização das informações sobre os negócios de impacto	94
5.5	Compartilhamento e uso das informações sobre os negócios de impacto	108
6	CONCLUSÃO	114
6.1	Considerações sobre os objetivos da pesquisa.....	114
6.2	Considerações sobre as contribuições teóricas e práticas	117
6.3	Considerações sobre futuras pesquisas	119
	REFERÊNCIAS	121

APÊNDICE A – Busca sistemática sobre negócios sociais e inovação	135
APÊNDICE B – Busca sistemática sobre gestão da informação e inovação.....	139
APÊNDICE C – Roteiro do grupo focal.....	146
APÊNDICE D – Modelo termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE).....	148
APÊNDICE E – Grupo Focal 1.....	150
APÊNDICE F – Grupo Focal 2	174
APÊNDICE G – Formulário para empreendedores(as).....	201
APÊNDICE H – Formulário para os atores do ecossistema	205
APÊNDICE I – Formulário para pesquisadores	207

1 INTRODUÇÃO

A evolução da sociedade, de uma produção industrial para uma economia baseada na informação e no conhecimento, contribuiu para o surgimento de novos arranjos e ambientes de desenvolvimento econômico, social e tecnológico (AUDY; PIQUÉ, 2016). Assim, gerar, explorar e difundir o conhecimento se tornaram atividades primordiais para o crescimento econômico, para o desenvolvimento e o bem-estar das nações (OCDE, 2005).

O conhecimento científico, por sua vez, deixou de ser exclusividade dos centros de pesquisa e das universidades, e passou a pertencer também às áreas de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) no momento em que o governo brasileiro deu passos importantes criando mecanismos, políticas e espaços para viabilizar a transferência de informação científica, efetivando o desenvolvimento da inovação na sociedade (ARANHA, 2016). Esse contexto favoreceu o surgimento e fortalecimento de aglomerados denominados ecossistemas de inovação, compostos por pessoas, infraestrutura, tecnologia, capital e pela cultura. Etzkowitz e Leydesdorff (2000) os aborda como uma rede de relações, na qual a informação e talento fluem, favorecendo a cocriação de valor.

Evidencia-se na cooperação entre as universidades e o setor produtivo oportunidades para gerar alianças estratégicas pertinentes e necessárias à nova economia baseada na informação e na colaboração. Segundo Balestrin e Verschoore (2016), a cooperação tem atraído cada vez mais a atenção na sociedade do conhecimento, pois compreende-se a possibilidade de alcançar objetivos e ganhos individuais e coletivos, principalmente por possibilitar o equilíbrio entre a competitividade coletiva.

Os centros de inovação se tornam um *hub* indispensável para potencializar as interações e gerar parcerias entre as universidades e o setor produtivo, sendo que uma vez adotada a premissa da colaboração, os ecossistemas de inovação são compostos por indivíduos, comunidades, organizações, normas e políticas por meio de universidades, governo, institutos de pesquisa, laboratórios, pequenas e grandes empresas e os mercados financeiros numa determinada região, que trabalham com o intuito de facilitar os fluxos de conhecimento, auxiliando no desenvolvimento tecnológico e gerando inovação para o mercado (WESSNER, 2007).

Assim, para que o desenvolvimento baseado em informação se concretize em organizações que não possuem estrutura para P&D, a cooperação vem sendo uma maneira de potencializar as relações e facilitar a aprendizagem. E as iniciativas desenvolvidas pelos atores locais, quando sistematizadas, colaboram com a instrumentalização das alianças estratégicas

com foco na informação que circula nos ambientes de inovação para o setor produtivo, no seguimento dos negócios de impacto. O que pode vir a contribuir com o processo de ativação do ecossistema, além de promover o empreendedorismo e agregar inovação aos negócios de forma contínua.

Ante esse panorama, emergem os negócios de impacto, conceituados por Cruz, Quitério e Scretas (2019, p. 25) como “empreendimentos com missão e soluções voltadas para a resolução de problemas sociais e ambientais — comprometidos em monitorar seu impacto e gerar resultado financeiro positivo e sustentável”. Esse tipo de negócio vem a corroborar com a Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), cujos objetivos são um “apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade”, alicerçados em três dimensões do desenvolvimento sustentável: econômica, social e ambiental (ONU, 2022).

Nota-se um ganho recíproco, a universidade pode se valer de informações relevantes e atuais que circulam nesses ambientes produtivos para rever e analisar seus programas de pesquisa, produtos e inserção social com vistas a exercer um papel de maior relevância social, fazendo com que a pesquisa deixe de ser o que se chama de “produção cinzenta”, ou seja, desconectada de uma função e utilidade social. E as organizações produtivas podem se valer do conhecimento científico aplicado e gerado em contextos específicos.

No entanto, as interações e colaborações entre setor produtivo, universidade e ambientes de inovação não se dão de forma automática, precisam de indução e fomento. Muito menos se encontram instrumentos consolidados de comunicação e interação que facilite as tomadas de decisão tanto no setor produtivo quanto na universidade. Logo, a curadoria digital pode ser uma alternativa ao proporcionar um espaço que facilite o compartilhamento de informações para potencializar as alianças estratégicas dentro do ecossistema regional. Posto que, trata-se de um processo que abrange manter, preservar e agregar valor aos dados digitais em todo o seu ciclo de vida. Assim, os dados que fazem parte do repositório digital podem ser compartilhados entre membros de uma comunidade, o que contribui ao reduzir a duplicação de esforços e amplia o valor a longo prazo (DCC, 2019).

Não obstante o conceito de curadoria digital ser utilizado na área da Ciência da Informação predominantemente para tratar de dados de pesquisa, verifica-se que a curadoria digital vem se espalhando rapidamente por diferentes contextos e diversas formas de uso, sendo que distintas áreas do conhecimento definem e trabalham com o conceito de curadoria digital de maneiras variadas.

No cenário digital, a intensificação da produção e disseminação de dados nos mais diversos setores da sociedade, abarcam em inúmeras possibilidades e benefícios quando ocorre a democratização do acesso a esses recursos informacionais. Todavia, surge a necessidade de promover ações e estratégias para o planejamento e gestão, seja na criação ou na publicação destes dados nos ambientes digitais ao longo do seu ciclo de vida (TRIQUES; ARAKAKI; CASTRO, 2020).

A distribuição da informação busca amplificar o compartilhamento de informações, impulsionando a aprendizagem organizacional, e possibilitando a construção de novos conhecimentos a respeito dos problemas e situações. A utilização da informação abrange a aplicação dos conhecimentos adquiridos através do processo de interpretação e decisão (CHOO, 2003).

A Gestão da Informação tem sua contribuição ao gerar um processo consciente pelo qual a informação é recolhida e usada para apoiar a tomada de decisão nos diversos níveis de uma organização (HINTON, 2005). Nas organizações, os gestores buscam e usam informações ativamente para resolver problemas específicos, grande parte dessas informações vem do ambiente externo e encontram-se desestruturadas. Sendo assim, exige dos gestores constantes atividades de pesquisa e estratégias de visualização da informação, para reduzir as incertezas associadas à tomada de decisão (CHOO; AUSTER, 1993).

É dessa forma que ao ativar e acessar informações do ecossistema e contribuir para que a informação circule de maneira estratégica, os interessados em atualização curricular alinhada às demandas dos negócios de impacto podem ter possibilidade de se conectarem e potencializar parcerias. Deste modo, pergunta-se: como fomentar o compartilhamento e uso da informação sobre os negócios de impacto, entre atores do ecossistema de inovação, universidades e governos para tomada de decisões estratégicas na região de Chapecó?

1.1 OBJETIVOS

Propor um processo integrado de curadoria digital e gestão de informação para o compartilhamento e uso de informações sobre negócios de impacto entre atores de ecossistema de inovação, universidades e governos, tratou-se do objetivo geral desta pesquisa de tese. Para tal, estabeleceu-se especificamente os objetivos de:

- a) Identificar as principais inter-relações entre processos de Gestão de Informação e de Curadoria Digital;

- b) Mapear os principais atores que apoiam o desenvolvimento dos negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó;
- c) Elicitar as principais necessidades de informação dos empreendedores do segmento de negócios de impacto;
- d) Representar graficamente uma proposta de processo integrado os *inputs* principais para o compartilhamento da informação no contexto do ecossistema de inovação estudado;
- e) Propor recomendações para o desenvolvimento de produtos e serviços a partir do compartilhamento e uso de informações na Curadoria Digital para os negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó.

1.2 JUSTIFICATIVAS

Nesta subseção são apresentadas as justificativas desta pesquisa de tese, abrangendo o interesse social, científico e pessoal, que subsidiam a originalidade, ineditismo e contribuições da pesquisa. Evidencia-se como justificativa social, a contribuição da tese para o ecossistema de inovação da região de Chapecó, quando se propõe a organizar, gerir e compartilhar informações pertinentes e imprescindíveis para promover a colaboração entre os atores, visando assim, o fomento e sustentabilidade dos negócios de impacto.

Do ponto de vista da inovação, a presente pesquisa pode contribuir com a interiorização do movimento da inovação, bem como na concretização do papel dos atores ao olhar para o recurso informação que circula na região, instigando assim as trocas e a tomada de decisão baseada em indicadores, em informação. No que tange aos negócios de impacto, trata-se de um movimento global pensar em negócios que estejam comprometidos com questões ambientais e com as relações mais humanas. No que tange ao contexto local, a região de Chapecó tem um forte histórico com a economia solidária e com a agricultura familiar, o que muito se aproxima dos negócios de impacto.

No cenário do ecossistema da região de Chapecó já foram desenvolvidas algumas pesquisas que dialogam com a presente pesquisa. Ao explorar os *clusters*, Dallacorte (2017) identificou a presença da agricultura, agroindústria, comunicação, construção civil, metalmecânica, móveis e madeira e tecnologia da informação. Além disso, evidencia a falta de conhecimento sobre o potencial e as contribuições dos *clusters* no desenvolvimento regional. A autora ressalta a dificuldade de encontrar dados, que quando acessíveis podem auxiliar os setores a se tornarem mais atrativos devido ao compartilhamento de informações.

Ao analisar as condições locais do sistema regional de inovação de Chapecó e propor a constituição de um observatório econômico, Dallacorte (2017) ressaltou a necessidade de disponibilizar dados e indicadores, a partir do uso de ferramentas que possibilitem reunir informações em um só espaço, facilitando a gestão, seja por parte dos empreendimentos ou das políticas públicas de desenvolvimento. Ainda voltado para o sistema regional de inovação, Piccini (2018) buscou compreender a configuração do setor de Tecnologia da Informação na região oeste de Santa Catarina, tendo em vista as iniciativas e destaques dos empreendimentos desse segmento no estado.

No que tange aos atores de inovação, o Pollen Parque Científico e Tecnológico vem se destacando nas pesquisas. Para viabilizar uma melhor interação e sinergia, ampliando as vantagens competitivas nos habitats de inovação, Fantinelli (2017) propôs um *framework* estratégico com as etapas e caminhos para o Parque. Já Fortanela (2016) propôs um modelo jurídico para as interações entre os agentes da tríplice hélice, ao estabelecer diretrizes para a cooperação científica e tecnológica e proteção dos direitos decorrentes de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação.

Outro ator significativo é a Incubadora Tecnológica (INCTECH), que foi pesquisada por Azevedo (2018) ao aplicar a abordagem do *Design Thinking* no processo de incubação de 2017, com o intuito de ressaltar a importância da criatividade na geração de ideias e a sua ligação com a inovação.

No cenário das universidades, Ritter Filho (2017) abordou as contribuições que a implantação da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) propiciou para o desenvolvimento socioeconômico de Chapecó. E Sirtulli (2019) analisou a interação entre os atores do ecossistema de inovação, a partir dos projetos desenvolvidos pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó).

Em frente as pesquisas já desenvolvidas, destaca-se alguns elementos que se conectam, como os potenciais regionais que ainda estão à margem da inovação, a necessidade de dados para a tomada de decisão e o destaque que alguns segmentos ocupam, enquanto algumas áreas são mais desenvolvidas, e se consolidam de forma mais autônoma, como por exemplo, a agroindústria, construção civil, metal-mecânica, e tecnologia da informação, evidenciadas pela pesquisa de Dallacorte (2017) na região de Chapecó. Nesta pesquisa, volta-se o olhar para os negócios de impacto, sendo uma área emergente que necessita de ações e estratégias por parte dos atores locais para impulsionar o desenvolvimento e o impacto social.

Desse modo, esta pesquisa vem a colaborar com o ecossistema de inovação da Região de Chapecó ao se propor a representar o processo de curadoria digital para a gestão e

compartilhamento de informações sobre os negócios de impacto. Espaço informacional importante, tanto para os atores locais que podem buscar parcerias e informações para fins estratégicos, quanto para o desenvolvimento dos negócios de impacto, além de dados voltados para questões de mercado e fins estratégicos. A utilização de dados que retratam o contexto empírico são fundamentais para as pesquisas científicas.

No que tange à justificativa científica, as temáticas “Gestão da Informação” e “Negócios de Impacto no Ecossistema de Inovação” se justificam no contexto científico como originais e relevantes, quando vinculadas à Ciência da Informação. Encontraram-se pesquisas que tratam a gestão da informação no cenário da inovação, a partir das seguintes perspectivas: 1) gestão da informação nas organizações para gerar inovação, e 2) a gestão da informação nos ambientes de inovação. No âmbito internacional, encontrou-se um cenário mais desenvolvido que utiliza com mais frequência a gestão da informação para gerar inovação nas organizações, seja em processos internos, nos serviços/produtos e para melhorar a aprendizagem e gerar competitividade.

Como resultado desta busca, Bedin, Sena e Vianna (2021) apresentaram um trabalho cujo objetivo consistiu em identificar um portfólio bibliográfico da relação entre gestão da informação e inovação. Desenvolveu-se este trabalho a partir da produção científica brasileira indexada na Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação. Utilizou-se o instrumento de intervenção ProKnow-C, constituído de quatro etapas, das quais se realizou: 1) seleção do portfólio bibliográfico; e 2) análise bibliométrica do portfólio bibliográfico. Como resultados, identificou-se 17 artigos com pesquisas teóricas sobre a relação da gestão da informação com a inovação, e apenas sete artigos com dados empíricos. O que mostra a necessidade de pesquisas que explorem o contexto empírico sobre a Gestão da Informação no contexto da Inovação.

Evidenciaram-se também pesquisas que focaram em atores de inovação específicos e em etapas específicas da gestão da informação (PEREIRA, 1997; CARVALHO, 2009; LEITE, 2011; INOMATA, 2017). Percebe-se, assim, lacunas de pesquisa sobre a relação dos atores no ecossistema de inovação, tendo em vista a cultura de cooperação. No que tange à gestão da informação, as lacunas estão no sentido de usar todas as etapas da gestão da informação, para gerar conhecimento e decisão.

Em buscas com os termos “negócios sociais” AND “inovação” nos anais do Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB), no período de 2015 a 2019, recuperou-se apenas uma pesquisa em fase inicial, da autora e orientador desta tese, Jéssica Bedin e William Barbosa Vianna, “Panorama das teses e dissertações sobre os negócios sociais

e inovação: possibilidades para a gestão da informação e do conhecimento” (BEDIN; VIANNA, 2018). Na tentativa de encontrar mais trabalhos, ampliou-se para o termo “negócios de impacto”, e também se obteve apenas um trabalho, “Gestão da informação em negócios de impacto: aproximação de estudos” (SIQUEIRA; CÂNDIDO, 2019).

Na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), verifica-se que em relação à temática desta pesquisa, as teses e dissertações mais próximas estão localizadas nas áreas de Engenharia de Produção, Engenharia e Gestão do Conhecimento, e Tecnologias da Informação e Comunicação. Da Engenharia de Produção constam as abordagens de avaliação de práticas de responsabilidade social das organizações produtivas (PACZKOWSKI, 2003) e avaliação de programas de inovação social (MENEZES, 2016). Na Engenharia e Gestão do Conhecimento, Massad (2017) abordou a influência das competências do empreendedor social em projetos de inovação. E Marques (2018), da área de Tecnologias de Informação e Comunicação, pesquisou sobre economia criativa como estratégia de aculturação no *design* de moda na cidade de Araranguá em Santa Catarina.

Em específico no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina, indiretamente, encontra-se aporte teórico na tese de Inomata (2017) ao trabalhar o fluxo da informação tecnológica: uma análise no processo de desenvolvimento de produtos biotecnológicos. E um diálogo mais próximo com a abordagem da dissertação de Santos (2021), ao desenvolver um modelo de gestão da informação para negócios sociais: estudo em Florianópolis, Capital Lixo Zero.

Com base nas pesquisas apresentadas, identificou-se que tanto a gestão da informação para/na inovação, bem como os negócios de impacto são temáticas recentes para o contexto científico, e com índice de publicações ainda incipiente. Deste modo, comprova-se o caráter original, relevante e pertinente desta tese no que concerne ao âmbito social e científico, quando da aplicação local, e repercussões globais.

No âmbito pessoal, a pesquisa se justifica pela trajetória da pesquisadora que teve toda sua formação em instituição pública, em uma área que preza pela democratização da informação e conhecimento. Isso fez com que sua atuação se aproximasse e contribuísse de alguma forma com o desenvolvimento das comunidades. Em frente a esse cenário, pode-se dizer que tudo isso influenciou tanto sua formação profissional, quanto pessoal, refletindo também no processo de doutoramento. A formação em Biblioteconomia instigou a construção de um perfil que visualiza a informação como um insumo a serviço da liberdade e autonomia, e que precisa estar à disposição da sociedade para promover desenvolvimento, seja ele pessoal ou coletivo, seja no segmento educacional, social, político e/ou econômico.

As experiências enquanto bibliotecária em uma instituição de ensino superior não se limitaram ao ambiente da biblioteca, colocando-a assim, em contato com outras atividades na qual pode atuar com a gestão da informação para fins estratégicos e de gestão, subsidiando indicadores para os gestores da instituição tomarem decisões. Experiência que possibilitou aplicar um olhar atento ao cenário, e desenvolver formas de sistematizar o conhecimento presente nos processos e atividades.

No âmbito da pesquisa, durante a especialização e o mestrado, a autora teve a possibilidade de explorar o desenvolvimento de competências, por meio da pesquisa escolar durante a formação na educação básica. Neste cenário, ressaltou a formação do indivíduo, então ser pensante, e como poderia se apropriar das informações. Direcionou para as competências em informação exigidas no atual cenário, e a atuação do/a bibliotecário/a no desenvolvimento de um perfil pesquisador nos estudantes de educação básica, tendo em vista a informação como insumo para as atividades do cotidiano, seja para questões pessoais, profissionais ou sociais.

Ao trabalhar com essas temáticas, a autora se aproximou dos eventos voltados para a educação nos ecossistemas de inovação de Florianópolis. Espaços esses que são movidos por desafios, por problemas advindos da sociedade e com busca de soluções condizentes. Surgiu nesse percurso a proposta de tese voltada para o ecossistema de inovação, com as lentes da Ciência da Informação.

A partir das experiências na pós-graduação, a autora chegou a Chapecó para coordenar o curso de bacharelado em Biblioteconomia na Universidade da Região de Chapecó (Unochapecó) ofertado na modalidade a distância. E nesta fase, iniciou seu contato mais direto com o ecossistema de inovação da região, bem como com o anseio em contribuir por meio de ações e pesquisas que facilitassem que o conhecimento alcançasse à sociedade e seu empoderamento.

1.3 ESTRUTURA DA TESE

Para contribuir na compreensão da estrutura e do conteúdo desta tese, está subseção apresenta de forma geral a organização e o raciocínio utilizado para sistematizar o processo de pesquisa. A tese é composta por sete seções, sendo explanado nesta seção introdutória o contexto que envolve as principais temáticas da pesquisa, a problematização, os objetivos gerais e específicos, as justificativas abrangendo o contexto social, científico e pessoal.

Nas seções dois e três apresenta-se o referencial teórico que subsidiou as análises e a construção dos resultados da pesquisa. Na seção dois aborda-se os elementos teóricos que

compõem a Gestão da Informação, seus modelos, e benefícios, fazendo um recorte ao incorporar pesquisas que abordem a Gestão da Informação para gerar inovação. Bem como os conceitos introdutórios para compreender a Curadoria Digital, seu surgimento, aplicabilidade, e os modelos, além das pesquisas já realizadas. Assim, na terceira seção explana-se sobre os conceitos, tipos, benefícios, e empreendedores dos Negócios de Impacto, e na sequência aborda os elementos que os conectam com os Ecossistema de Inovação.

Na seção quarto apresenta-se os procedimentos metodológicos, sendo o caminho pelo qual a investigação percorre para concretizar os objetivos propostos, inicia-se apresentando a caracterização da pesquisa, os aspectos conceituais, o universo da pesquisa, a coleta, análise e interpretação dos dados.

A quinta seção concretiza os resultados da pesquisa, assim apresenta-se o processo de Curadoria Digital na Gestão da informação para os Negócios de Impacto no ecossistema de inovação de Chapecó. Para viabilizar este processo são apresentadas as características dos negócios de impacto, os atores do ecossistema de inovação que apoiam o desenvolvimento dos negócios de impacto, e a identificação das necessidades informacionais dos empreendedores sociais, tais subseções serviram de base para construir a criação e organização das informações sobre os Negócios de Impacto, além das ações voltadas para o compartilhamento e uso das informações.

Na sexta e última seção expõe-se as conclusões desta pesquisa, incluindo as considerações sobre os objetivos da pesquisa, as considerações sobre as contribuições teóricas e práticas, e as contribuições sobre as possibilidades de futuras pesquisas, trazendo possíveis desdobramentos a partir da finalização do estudo.

2 INTERELAÇÕES ENTRE GESTÃO DA INFORMAÇÃO E CURADORIA DIGITAL

Nesta seção, são apresentadas as temáticas centrais da pesquisa, abrangendo os elementos teóricos e as contribuições da gestão da informação (seção 2.1) e da curadoria digital (seção 2.2), com vistas a abordar o papel estratégico das informações, quando estruturadas e disseminadas em um ambiente de inovação. Por fim, contempla-se as inter-relações entre os processos de gestão da informação e da curadoria digital, abrangendo a contribuição teórica da presente tese (seção 2.3).

2.1 ELEMENTOS DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Ao tratar de gestão de informação é perceptível as múltiplas possibilidades, assim torna-se necessário apresentar sua finalidade e abrangência pautados no contexto. Vianna e Freitas (2019) apresentam o termo informação, problematizando seus diversos entendimentos no que tange à sua natureza e características. Os autores utilizam como base a análise de Capurro e Hjørland (2007), ao chamar a atenção para a ausência de uma definição consensual de informação no âmbito da Ciência da Informação, argumentando que essa imprecisão leva a uma perda de orientação (epistemológica). Sendo assim, nesta pesquisa, entende-se por informação o conceito estabelecido por Buckland (1991), que considera a informação como coisa para designar objetos, como dados, texto e documentos, que são identificados como informação por serem informativos, tendo o compromisso de comunicar informações ou transmitir conhecimento.

Nesse sentido, a característica essencial da informação como coisa é sua capacidade de ser tangível. A intensão é que os indivíduos sejam informados (informação como processo) e que haja uma troca de conhecimento (informação como conhecimento), mas o meio fornecido, que é possível manusear e armazenar é a informação física (informação como coisa) (BUCKLAND, 1991).

Dentro das pesquisas dos sistemas de informação, Buckland (1991) pontua a informação como coisa que interessa, por ser passível de ser tratada, organizada e gerenciada. Dessa maneira, ao invés de investigar exemplos de informação como coisa, é mais viável perguntar aos indivíduos que fazem parte da organização que identifiquem as coisas ou por conta das quais vieram a ser informados.

Além disso, cabe lembrar o que não é informação, isso quer dizer, que os objetos dos quais ninguém é consciente não pode ser informação. Ao mesmo tempo, na medida que se

tornam conhecidos por alguém, passam a ser informação (BUCKLAND, 1991). Tendo como premissa que a informação como coisa é tangível, sendo assim é possível de ser gerenciada.

A gestão, por sua vez, abrange atividade como planejar, coordenar, controlar, estabelecer princípios e normas para atingir um propósito, ou seja, para gerar um resultado. Assim, quando a informação é definida como um recurso, entende-se que pode ser passível de ser gerenciada (CIANCONI, 2001).

A habilidade para selecionar (filtrando) e organizando (categorizando) as informações e encontrá-las quando delas necessitamos (recuperando) permite trabalhar com mais eficiência. Gerenciar informações implica em planejar, selecionar, coletar, analisar, organizar, otimizar os fluxos, normalizar, tornar disponível para uso e avaliação das informações, disseminando-as em sistemas e serviços (CIANCONI, 2001, p. 33).

Encontrou-se alguns modelos de gestão da informação na literatura: o modelo de gestão estratégica da informação proposto por McGee e Prusak (1994), o modelo desenvolvido por Davenport (1998) a partir da ecologia da informação, e o modelo de Choo (2006) proposto a partir da gestão da informação para organizações inteligentes.

McGee e Prusak (1994) estabeleceram um modelo de gestão estratégica da informação, composta por sete etapas – identificação de necessidade e requisitos de informação, coleta/entrada de informação, classificação e armazenamento de informação, tratamento e apresentação da informação, desenvolvimento de produtos e serviços de informação, distribuição e disseminação de informações, e a análise e uso da informação. Este modelo concentra grande parte das fases no tratamento das informações.

O modelo proposto por Davenport (1998), originado a partir da ecologia da informação, é composto por quatro etapas – determinação das exigências, obtenção, distribuição e utilização. Ao abordar a ecologia da informação o autor compreende a existência de três ambientes: 1) ambiente informacional; 2) ambiente organizacional; e 3) ambiente externo.

O modelo de Choo (2006), proposto a partir da gestão da informação para organizações inteligentes, é composto por sete etapas – necessidade de informação, aquisição da informação, organização e armazenamento da informação, produtos/serviços da informação, distribuição da informação, e o uso da informação.

Ao olhar para as organizações como sistemas de processamento de informações é possível visualizar duas perspectivas, segundo Choo e Auster (1993), os sistemas racionais, em que os gestores buscam informações a fim de fazer escolhas, e os sistemas sociais, que são os atores individuais que criam o ambiente que é a organização, para em seguida se adaptarem. Por mais que os modelos sejam compostos por aspectos racionais e sistematizados, os aspectos

sociais e subjetivos influenciam de forma direta, pois são escolhas e visões do gestor em uma determinada situação, que interfere nos processos internos e na tomada de decisão (CHOO; AUSTER, 1993).

Os seres humanos que são os responsáveis por moldar o contexto. De acordo com Davenport (2004) são eles que transformam os dados em informação, que dão significado e o valor; além disso, se beneficiam com essa informação. Dessa forma, pode-se concluir que a informação é uma tarefa essencialmente humana.

Para atingir o objetivo da gestão da informação é preciso apropriar-se dos contextos sociais e situacionais da organização no momento que ocorre a utilização da informação. Dessa forma, é possível dar significado e identificar a finalidade da informação “através da partilha de energias mentais e afetivas entre um grupo de participantes empenhados em resolver problemas ou atribuir sentido a situações mal definidas” (CHOO, 2003, p. 283).

Davenport (1998, p. 14), ao abordar informação no contexto organizacional, chama a atenção para o termo ecologia da informação, que “baseia-se na maneira como as pessoas criam, distribuem, compreendem e usam a informação”. Dessa maneira, a ecologia da informação estaria centrada no ser humano e a tecnologia é vista como um meio para alcançar um resultado.

Informação e tecnologia são peças centrais na atualidade e precisam estar em sintonia. De acordo com Gell-Mann (1998), o fascínio pela tecnologia, muitas vezes, faz esquecer a finalidade principal que é a informação e o ato de informar. De nada adianta ter a melhor tecnologia – isso inclui computadores, redes de comunicação e *software* –, se as pessoas não reconhecem a importância da informação e não a compartilham. Dessa forma, é preciso levar em consideração as pessoas que estão envolvidas nesse contexto, pois informação e conhecimento são criações humanas, e para administrá-las é preciso acolher e entender essa relação (GELL-MANN, 1998).

Embora, as organizações sejam vistas como sistemas que processam informações, a finalidade não está pautada na tomada de decisão, mas sim em reduzir as incertezas e os equívocos sobre o ambiente externo, que é repleto de ambiguidades (CHOO; AUSTER, 1993). Assim, o princípio básico é ter clareza da finalidade e do contexto que a informação será utilizada.

O impacto de uma boa gestão e organização da informação se encontra na rapidez que as mudanças podem ocorrer nas organizações, seja nas modificações estratégicas de produtos e serviços, bem como nas adaptações no mercado ao qual estão inseridas. Afinal, a informação pode oferecer subsídios para o crescimento cultural das pessoas que são responsáveis pelas atividades nas organizações (CIANCONI, 2001).

Na sociedade contemporânea, o grande diferencial das organizações não está mais pautado nos bens materiais que possui, mas nos recursos intangíveis, na inteligência competitiva e na capacidade de inovar. As relações econômicas também são pautadas no conhecimento, características da sociedade da informação. A inovação é questão de conhecimento, de criar possibilidades por meio da combinação de diferentes informações e conhecimentos. Não é resultado apenas da tecnologia, mas da combinação, interação e compartilhamento de informação e conhecimento em diferentes ambientes (SILVA, 2015).

No campo científico, definiu-se o termo sistemas de inovação para designar as ações desenvolvidas por diferentes atores em prol da geração de inovação em uma certa amplitude, podendo ser setorial, regional ou nacional (LUNDVALL *et al.*, 2002). Ao visualizar a inovação como sistema, Lundvall *et al.* (2002) evidenciam uma extensa participação de instituições no compartilhamento de ideias, experiências, informação e conhecimento. Dessa forma, a inovação pode ser entendida como um processo de colaboração.

No que se refere à gestão da informação vinculada à inovação, contexto que abrange o campo empírico desta pesquisa, identificou-se que sua aplicação está atrelada na maioria dos estudos às atividades internas das organizações com a finalidade de gerar inovação. Badii e Sharif (2003) utilizam a gestão da informação como suporte para realizar a integração do conhecimento para gerar inovação empresarial, a fim de propor valor baseando no relacionamento aos clientes.

Para viabilizar a inovação tecnológica, inserindo novos bens e serviços no mercado, a inteligência competitiva ao ser visualizada como um processo que busca entender o ambiente no qual a empresa está inserida, a fim de encontrar oportunidades. Esse processo é composto pela gestão da informação que tem como foco os negócios da organização e suas atividades ficam restritas aos fluxos formais, e pela gestão do conhecimento que é focada no capital intelectual e sua ação é restrita aos fluxos informais (VALENTIM, 2002; VALENTIM *et al.* 2003).

Em equipes de inovação, a gestão da informação é capaz de influenciar na criação de conhecimento e na transformação deste em inovação, tendo em vista que a interação entre a equipe e o compartilhamento de informação são vitais para as organizações que pretendem inovar. Dessa forma, a partir da atenção dada à aquisição, disseminação e utilização da informação, processos da gestão da informação, geram-se contribuições para um ambiente dinâmico e inovador (VICK; NAGANO; SANTOS, 2009).

Em projetos de inovação, os fluxos de informação são responsáveis pela busca, seleção, tratamento, armazenamento, disseminação e uso das informações que vão ao encontro das

necessidades gerando valor (ARAÚJO; SILVA; VARVAKIS, 2017). A forma como as organizações desenvolvem sua cultura da informação está ligada diretamente com sua eficácia. Conforme Choo (2013), a que está relacionada com a inovação é a cultura de risco em que a informação é gerenciada visando o incentivo da inovação e da criatividade para empreender novas ideias.

Em equipes universitárias que fazem parte de projetos colaborativos de inovação, Vick, Nagano e Popadiuk (2015) exploram sua cultura da informação e suas influências na criação de conhecimento, a partir dos seguintes atributos designados por Choo (2013): 1) o objetivo principal do gerenciamento da informação; 2) valores e normas de informação; 3) comportamentos informacionais em termos de necessidades de informação; 4) busca de informação; e 5) uso da informação. Nos ambientes de inovação, como os Parques Tecnológicos, Vick, Nagano e Santos (2013) buscaram identificar o processo de gestão da informação e a criação de conhecimento em empresas de base tecnológica que estão ou passaram pelo processo de incubação.

Apesar de abordarem sobre a gestão do conhecimento, Alvares, Baptista e Araújo Júnior (2010) apontam que a comunicação organizacional, as tecnologias de informação e a gestão da informação como sendo os recursos que apoiam o compartilhamento do conhecimento, facilitando os processos de inovação nas organizações. Com base nas oportunidades que a gestão da informação oferece às organizações para desenvolver suas estratégias de crescimento com base no conhecimento e na inovação, estruturar ambientes informacionais no contexto externo pode beneficiar as trocas e aprendizagens com o coletivo.

Para somar, a seguir serão apresentadas as contribuições da Curadoria Digital, ao focar no tratamento dos dados no contexto digital, agregando valor às informações de interesse das universidades, dos governos e dos ambientes de inovação, contexto empírico desta pesquisa.

2.2 CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS DA CURADORIA DIGITAL

A ampla utilização do espaço digital vem sendo explorada em diversas esferas, como apresentam Siebra, Borba e Miranda (2016, p. 21) ao entenderem que a massificação da informação, “cria desafios para compartilhar, armazenar, gerenciar, analisar e recuperar essas informações”, seja no cenário científico, na administração, educação, nos negócios, na saúde, educação, cultura, além da área pessoal.

Por ser um termo abrangente e estar presente em diversas áreas do conhecimento, a curadoria pode ser aplicada em diferentes contextos e atividades. No entanto, em seu cerne o

significado do termo abrange que “o ato de “curar” está relacionado com o zelo, cuidado e atenção com alguma coisa” (SIGNIFICADOS, 2021). Exemplificando a curadoria, é possível visualizá-la em alguns cenários:

Curadoria é um cargo exercido por um curador, ou seja, uma pessoa responsável por organizar e administrar os bens de um menor emancipado ou de alguém que esteja ausente de suas obrigações. A curadoria pode ser também composta por um grupo de pessoas (uma diretoria, por exemplo), que tem a finalidade de debater, organizar e realizar eventos, ações, promoções ou demais situações que necessitam ser planejadas (SIGNIFICADOS, 2021, não paginado).

A evolução do conceito é apresentada por Beagrie (2004) ao explicar que o termo se beneficiou do conceito empregado nas bibliotecas e museus, e pelas ciências biológicas. Tais áreas utilizam o termo não apenas para preservar e manter coleções ou banco de dados, mas no sentido de agregar valor e adicionar conhecimento a tais dados.

A curadoria digital pode ser aplicada em uma grande variedade de situações, suas atividades consistem em “[...] definições correlatas voltadas à seleção, enriquecimento, tratamento e preservação da informação para o acesso e uso futuro, seja ela de natureza científica, administrativa ou pessoal” (SANTOS, 2014, p. 130).

Vale destacar as abordagens que vêm sendo exploradas pela Ciência da Informação que estão próximas ou relacionadas ao conceito da curadoria digital. Siebra, Borba e Miranda (2016, p. 27) identificaram o foco em três abordagens: “na filtragem e seleção de dados na Web (Curadoria de Conteúdo ou de Informações), na agregação de valor, gestão ativa e preservação de dados digitais (Curadoria Digital) e na curadoria de dados de pesquisa (e-science)”.

A partir das necessidades e especificidades de cada contexto surgem algumas formas para representar o processo de Curadoria Digital. Com base no estudo de Silva e Siebra (2017), foram identificados sete modelos: 1) Centro de Curadoria Digital (Digital Curation Centre - DCC); 2) Modelo JISC (Joint Information Systems Committee Model); 3) Extended digital curation lifecycle model; 4) Modelo CASPAR; 5) UK Data Archive Data Lifecycle; 6) Modelo da DigitalNZ; e 7) Dataone Data Lifecycle.

A partir dos cuidados específicos que os documentos digitais exigem, fundou-se o *Digital Curation Centre* (DCC) para viabilizar o avanço de novas pesquisas, serviços e ferramentas para a Curadoria Digital, sendo um centro internacional de referência que fornece consultoria e serviços sobre as melhores práticas (BEAGRIE, 2004).

O *Digital Curation Centre* (DCC, 2019) entende por curadoria digital o processo que abrange manter, preservar e agregar valor aos dados digitais de pesquisa em todo o seu ciclo de vida. Assim, os dados que fazem parte do repositório digital podem ser compartilhados entre

os membros da comunidade de pesquisa, o que contribui ao reduzir a duplicação de esforços e amplia o valor a longo prazo.

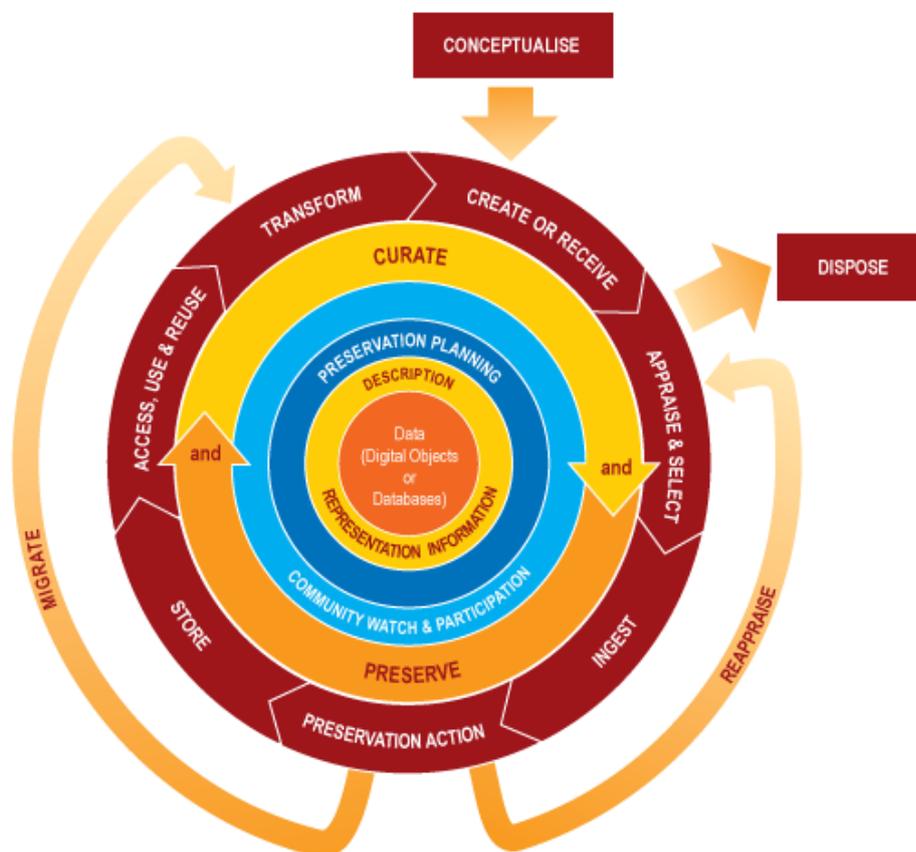
Percebe-se assim, que as práticas de curadoria em meio digital surgem atreladas às necessidades de se disponibilizar recursos informacionais em novos ambientes informacionais, de modo que a informação pudesse ser acessada de forma abrangente, o que como resultado exigia um sistema de arquivamento compartilhado e preservação de dados (TRIQUES; ARAKAKI; CASTRO, 2020, p. 4).

Ao avaliar o grande volume de informações produzidas pela comunidade científica e seu alto custo, propostas que viabilizam sua manutenção, reutilização e valorização, passou a ser uma necessidade emergente. Nesse sentido, tais preocupações ocasionaram o surgimento da curadoria digital (CORUJO; SILVA; REVEZ, 2016).

Ao remeter aos problemas advindos das mudanças de paradigmas da informação, do papel para o ambiente digital, Yamaoka (2012) aborda as teorias e técnicas de curadoria e preservação dos objetos digitais e propõe uma ontologia visando sistematizar os conceitos centrais relacionados a dependência tecnológica de objetos digitais.

O modelo do ciclo de vida da curadoria digital, segundo Higgins (2008), é de natureza genérica, e oferece uma visão geral das etapas a partir de sua apresentação gráfica. Conforme visto na Figura 1, o modelo é composto por alguns elementos essenciais, o primeiro a ser destacado são os dados, sendo informações no formato digital que ocupam a posição central do modelo. Esses dados podem ser objetos digitais simples, como arquivos de texto, imagem, som, vídeo, ou complexos que envolvem vários objetos digitais, como os *sites*; além disso, os bancos de dados também podem fazer parte por serem coleções de registros estruturados (HIGGINS, 2008).

Figura 1 – Modelo de Ciclo de Vida de Curadoria DCC



Fonte: Higgins (2008)

As ações do ciclo de vida completo da curadoria digital apresentados no modelo são compostos pela: 1) descrição e representação da informação; 2) planejamento de preservação; 3) vigilância e participação da comunidade; e 4) organize e preserve. O trabalho de curadoria se constitui no desenvolvimento das seguintes ações sequenciais: 1) criar ou receber; 2) avaliar e selecionar; 3) ingerir; 4) preservação; 5) loja; 6) acesso, uso e reuso; e 7) transformar. E por fim, existem algumas ações ocasionais durante o ciclo: 1) descarte; 2) avaliação; e 3) migração (HIGGINS, 2008). No Quadro 1, é possível visualizar de forma integrada todas as atividades do ciclo de vida dos objetos digitais.

Destaca-se a utilização da curadoria digital no contexto dos dados científicos por Sales e Sayão (2012), ao discorrerem sobre a crescente demanda em torno do acesso livre aos dados gerados pelas pesquisas, o que impacta na forma que esses dados serão tratados, na perspectiva da representação e tratamento da informação, e nos padrões relacionados à preservação e acesso, provocando impactos significativos no ciclo da comunicação científica.

Quadro 1 – Ações e processos do Modelo de Ciclo de Vida de Curadoria Digital do DCC

Ação	Descrição	Processo	Descrição
AÇÕES PARA TODO O CICLO DE VIDA	Ações que permeiam todo o ciclo de vida da curadoria digital envolvendo os objetos digitais que estão no centro do modelo	Descrição e representação da Informação (<i>Description and representation of information</i>)	Atribuição de metadados (administrativos, descritivos, técnicos, estruturais e de preservação), utilizando os padrões de metadados adequados para assegurar uma descrição e controle a longo prazo. Coletar e atribuir informações de representação necessárias para entender e renderizar o material digital e os metadados associados;
		Planejamento da preservação (<i>Preservation planning</i>)	Plano de preservação ao longo do ciclo de vida do material digital. Isso inclui planos para gerenciamento e administração de todas as ações do ciclo de vida de curadoria;
		Acompanhamento e participação da comunidade (<i>Community watch and participation</i>)	Manter um plano de controle sobre atividades comunitárias apropriadas e participar do desenvolvimento de padrões compartilhados, ferramentas e softwares adequados;
		Curadoria e preservação (<i>Curation and preservation</i>)	Ações administrativas e de gestão planejadas para promover a conservação e a manutenção ao longo do ciclo de vida;
AÇÕES SEQUENCIAIS	Ações realizadas repetidamente para assegurar que objetos digitais permaneçam em contínuo processo de manutenção	Conceitualização (<i>Conceptualization</i>)	Planejar a criação de dados, incluindo o método de captura e opções de armazenamento;
		Criação e/ou recepção (<i>Creation and/or reception</i>)	Criação de dados incluindo metadados administrativos, descritivo, técnico, estrutural e de preservação; ou Recepção de dados (dados já criados por outros arquivos, repositórios ou data centers) de acordo com políticas de coleta de dados, atribuindo metadados mais apropriados caso necessário;
		Avaliação e seleção (<i>Appraise and selection</i>)	Avaliação e seleção dos dados para curadoria e preservação de longo prazo. Ser aderente às orientações documentadas, políticas e exigências legais;
		Admissão (<i>Ingest</i>)	Transferir dados para um arquivo, repositório, data center ou outra entidade custodiadora, respeitando as políticas e os requisitos legais;
		Ações de preservação (<i>Preservation action</i>)	Ações para a preservação que devem garantir que os dados permaneçam autênticos, confiáveis e utilizáveis, mantendo sua integridade. Tais ações incluem limpeza de dados, validação, atribuição de metadados de preservação e representação e garantia de estruturas ou formatos de arquivos dados adequados;
		Armazenamento (<i>Store</i>)	Armazenamento dos dados de forma segura, aderindo aos padrões relevantes;
		Acesso, uso e reuso (<i>Access, use and reuse</i>)	Promover acesso aos dados para uso e reuso pelo usuário, tanto pela publicação de forma aberta, como com controle de acesso e procedimentos de autenticação;
		Transformação (<i>Transformation</i>)	Criação de novos dados a partir do original (migração para formatos diferentes ou criação de subconjuntos, por seleção ou consulta, para criar resultados derivados);
AÇÕES	Ações eventuais realizadas sobre	Descarte (<i>Dispose</i>)	Eliminar dados que não foram selecionados para a curadoria e preservação, de acordo com as políticas documentadas, orientação ou requisitos legais estabelecidos. Esses dados podem ser transferidos para outro local de guarda ou destruídos, atendendo aos requisitos legais para uma destruição segura, mediante a natureza dos dados;

Ação	Descrição	Processo	Descrição
OCASI ONAS	as Ações sequen ciais em decorrê ncia de uma decisão ou mudanç a no curso do process o	Reavaliação (<i>Reappraise</i>)	Reavaliação e nova seleção dos dados que retornam por falhas nos procedimentos de validação;
		Migração (<i>Migrate</i>)	Migração de dados para outro formato visando garantir a imunidade dos dados à obsolescência de hardware ou software ou para adequação com o ambiente de armazenamento.

Fonte: Triques, Arakaki e Castro (2020), baseado em Higgins (2008)

No que tange às tecnologias, ao mesmo tempo que nos permitem manusear uma grande quantidade de informações, por outro lado tornam fugaz a longevidade dos objetos informacionais. Nessa perspectiva, Sayão e Sales (2012) consideram que os objetos digitais demandam metodologias de gestão específicas, além da necessidade de rever o modelo tradicional de divulgação dos resultados de pesquisa e na extensão dos formatos dos metadados como instrumentos. Assim, exploram a curadoria digital como um novo patamar para a preservação dos dados digitais advindos das pesquisas.

Frequentemente usada no cenário da pesquisa científica, a curadoria digital prevê a gestão de dados produzidos ou coletados durante as investigações científicas para que possam ser reutilizados se disponíveis em acesso aberto. Essa prática se justifica de forma mais concisa ao considerar que, na maioria das vezes, o financiamento das pesquisas parte de esferas públicas, sendo assim, um bem público (SAYÃO; SALES, 2016).

Devido à expansão das pesquisas, a partir da análise das publicações científicas no periódico *International Journal of Digital Curation*, Weber (2016, p. 144) verificou que o conceito de curadoria digital está relacionado a outros termos: “curadoria de dados, curadoria de dados digitais, e acima de tudo está atrelado ao ciclo da preservação digital, ao reuso de dados científicos, ao fornecimento de metadados de alta qualidade, ao compartilhamento de dados e a melhoria da ciência”.

Para contextualizar as contribuições da curadoria digital em repositórios digitais, Sanchez, Vidotti e Vechiato (2017, p. 15) utilizam o modelo de ciclo de vida proposto pela DCC, pois “oferece um planejamento completo para que se possa garantir qualidade na organização, estruturação, representação, recuperação e preservação dos dados e objetos

digitais inseridos”. Fernandes e Oliveira (2018) abordam os repositórios de dados de pesquisa a partir da perspectiva da gestão da preservação digital, ao propor o uso do modelo *Open Archival Information System* (OAIS) e dos metadados PREMIS, visando garantir a preservação digital de dados de pesquisa.

Dutra e Macedo (2016) propõem um modelo para curadoria digital em ambientes de *big data*, que contam com um grande volume de dados desestruturados, a partir de uma abordagem semiautomática para selecionar objetos digitais. O estudo abrange de forma específica umas das ações iniciais da curadoria que é a seleção dos objetos digitais, com a finalidade de melhorar e otimizar esse processo.

No âmbito nacional, Resende e Bax (2020, p. 95) direcionam sua pesquisa para a curadoria digital de dados científicos, ao explorarem o olhar e atitudes dos pesquisadores da Ciência da Informação “em relação às atividades básicas de armazenamento, uso e reuso de dados brutos produzidos em suas pesquisas”, em frente às tendências internacionais.

Ao realizarem um levantamento do cenário brasileiro, verificando o grau de maturidade do desenvolvimento da temática da curadoria digital, Bax e Resende (2020, p. 247) acreditam ser possível “iniciar uma discussão mais fundamentada em dados acerca de estratégias para incrementar a relevância dessas atividades para esses profissionais, e, conseqüentemente, para a própria Ciência da Informação”.

No cenário digital, a intensificação da produção e disseminação de dados nos mais diversos setores da sociedade, abarcam em inúmeras possibilidades e benefícios quando ocorre a democratização do acesso a esses recursos informacionais. Todavia, surge a necessidade de promover ações e estratégias para o planejamento e gestão, seja na criação ou na publicação destes dados nos ambientes digitais ao longo do seu ciclo de vida (TRIQUES; ARAKAKI; CASTRO, 2020). Tais atividades exigem a atuação e protagonismo, na grande maioria das vezes, dos seres humanos que têm a capacidade de filtrar e organizar informações direcionadas para um público ou segmento. Isso se deve principalmente ao crescimento acelerado dos dados no ambiente digital, um verdadeiro caos (ROSENBAUM, 2011).

Boeres e Cunha (2016) apresentam as competências para a preservação e curadoria da informação no contexto digital por parte do profissional da informação no contexto da Ciência da Informação. As competências abrangem: ter experiência na área; saber gerir orçamentos e licenças de recursos eletrônicos; capacidade de aplicar os princípios da organização e representação da informação registrada, e metadados de preservação; possuir conhecimentos e habilidades tecnológicas; saber sobre redes, normas e estruturas como Z39.50, e o *Open Archives Initiative*. Tais competências buscam

[...] garantir que a informação digital permaneça acessível, com autenticidade, integridade e confiabilidade, para que possa, futuramente, ser completamente acessada, interpretada e utilizada, inclusive numa plataforma tecnológica diferente daquela utilizada em sua criação. Para ser sustentável, no sentido de ser efetivada e mantida em funcionamento, deve ser uma prioridade estratégica nas empresas, envolvendo iniciativas de boa gestão e acordos entre o responsável pela unidade de informação junto com os gestores da instituição onde a iniciativa está acontecendo (BOERES; CUNHA, 2016, p. 434).

Para Boeres (2018), o profissional da informação, no cenário da preservação e curadoria digital, é capaz de atuar em ambiente onde o ciclo da informação acontece, sendo o mediador, o facilitador das informações para os usuários, sejam eles pessoas ou organizações físicas ou virtuais. Cada vez mais é imprescindível que esse profissional tenha um perfil tecnológico, com visão holística do tratamento dos dados, proficiência na comunicação e negociação com os usuários da informação.

O papel do gestor e curador de informação é explorado por Marques *et al.* (2018) juntamente com as estratégias do *marketing* digital, por entender que as atividades desse gestor se aliam à prestação de serviços, que permite criar valor, personalizando e atento às necessidades do consumidor. Com as demandas surge a possibilidade desse profissional integrar e comandar equipes que trabalham nos processos de implantação de ambientes digitais, pois os documentos são criados, utilizados e descartados no meio digital.

Uma outra vertente vem sendo explorada nas pesquisas, a curadoria digital e sua relação com a preservação digital. Com o intuito de detalhar as aproximações conceituais e divergências, Santos (2016) propõe um cruzamento conceitual dos termos curadoria digital e preservação digital, e conclui que a curadoria digital não veio para substituir a preservação digital, mas sim para propor melhores práticas.

Santos (2014) aponta que a curadoria digital nasce devido aos desafios e limitações advindos da preservação digital, conforme pode ser visto a seguir:

Os conceitos de "curadoria" digital começaram a aparecer depois que a preservação digital e os seus desafios e limitações eram conhecidas e a Internet como meio global para comunicação e divulgação da informação (inclusive a científica) já estava consolidada. A curadoria digital evoluiu das noções de preservação digital e da necessidade da informação ser divulgada em meio aberto, principalmente a informação científica produzida em rede e de forma distribuída (SANTOS, 2014, p. 29).

A temática de preservação digital tem sido de grande interesse nos Estados Unidos e Reino Unido, sendo que esses países se destacam na divulgação de resultados de pesquisa e contribuíram desde o início para a evolução da área (KIM, 2015), com destaque para a

consolidação da curadoria digital que se tornou um guarda-chuva para outros conceitos associados (YAKEL, 2007).

Ampliando a discussão sobre curadoria digital e preservação digital, Molina e Santos (2019, p. 96) chamam a atenção para a constituição da memória, “visto que pressupõe oferecer diferencial, agregar valor, aprimorar relacionamentos, rememorar histórias, pois quando falamos de memória, lembranças e esquecimentos, evolução e aprendizagem são constantes”. Nesse sentido, se tem a preocupação com a preservação da memória. Molina e Santos (2019, p. 97) apontam que “a Curadoria Digital traz uma nova forma de gerenciar esses objetos digitais, que cada dia são mais vulneráveis a modificações e a obsolescência”. O que corrobora com a inclusão da gestão de riscos, conforme aponta Tavares, Siebra e Lima (2019, p. 102), com o intuito “de prevenir ou amenizar que problemas ocorram durante o processo como um todo e, se ocorrerem problemas, que possam ser sanados com brevidade, com o mínimo de prejuízo e perdas”. Garantindo assim, a longo prazo, a preservação e acesso dos objetos digitais.

Sayão e Sales (2013) propuseram um modelo de curadoria digital para o Brasil, ao identificar os elementos necessários, a partir de relatórios referenciais na curadoria de dados de pesquisas: sendo eles: aspectos políticos, infraestrutura organizacional e tecnológica, pesquisa em curadoria digital, desenvolvimento de coleções, formação de especialistas, sustentabilidade econômica, implicações sociais, éticas e legais e oferecimento de serviços.

A curadoria digital é relacionada aos ecossistemas, conforme Rocha, Caregnato e Gabriel Junior (2018), ao promover serviços de curadoria e gestão de dados de pesquisa, que além de serem base para o avanço da ciência, dão suporte para gerar inovação, seja na criação ou na incrementação de serviços e produtos. Desta forma, o conhecimento científico vai além dos espaços das universidades, e chega até a sociedade, podendo solucionar problemas e promover desenvolvimento social e econômico.

O investimento para desenvolver a curadoria digital pode se tornar alto, levando em consideração o tempo e experiência exigidos, o que acaba sendo um problema para pequenas organizações (ABBOTT, 2008). Os negócios de impacto, em sua grande maioria, são pequenas empresas que contam com os ambientes de inovação e a cooperação de entidades do governo e universidades para se desenvolverem. Dessa forma, a curadoria digital poderia ser uma saída para otimizar as informações, bem como os investimentos de um grupo de atores.

Sendo assim, para otimizar o investimento em tempo e recursos financeiros para coletar, organizar e promover o acesso às informações sobre os negócios de impacto na região de Chapecó, facilitando assim as alianças estratégicas entre os ambientes de inovação, o governo

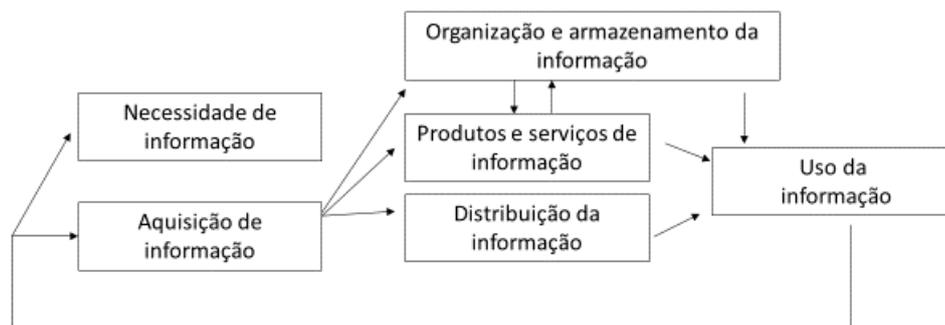
e as universidades, na subseção a seguir, discute-se sobre a gestão da informação e a curadoria digital.

2.3 CONSTRUCTO TEÓRICO ENTRE GESTÃO DA INFORMAÇÃO E CURADORIA DIGITAL

A base para estruturar um processo de gestão e compartilhamento de informações, de acordo com Choo (2006), está pautado na apropriação dos contextos sociais e situacionais das organizações no momento em que ocorre a utilização da informação. Ao analisar cada um dos modelos encontrados na literatura, entende-se que o modelo mais apropriado para esta pesquisa compreende o modelo proposto por Choo (2006). Isso porque o contexto em que será aplicado abrange o segmento dos negócios de impacto, e não em apenas uma organização.

Choo (2006) estabelece sete etapas para a gestão da informação, sendo elas – necessidade de informação, aquisição da informação, organização e armazenamento da informação, produtos/serviços da informação, distribuição da informação, e o uso da informação (Figura 2).

Figura 2 – Modelo para Gestão da Informação



Fonte: Choo (2003, p. 404)

Cada etapa prevista no modelo da Gestão da Informação contribui na formação de uma base intelectual que sustenta o crescimento e o desenvolvimento da organização. Sendo assim, o principal objetivo da gestão da informação é otimizar recursos e capacidades de informação favorecendo na aprendizagem e adaptação da organização às mudanças (CHOO, 2003).

A primeira etapa consiste na necessidade de informação que é desencadeada a partir das constantes mudanças, acontecimento e tendências no meio ambiente que criam sinais e mensagens, e exigem a busca por informações para compreender as situações e resolver os

problemas (CHOO, 2003). O que leva a entender que o valor da informação está atrelado ao contexto de seu uso. Isso quer dizer que quando a informação é deslocada do usuário, ela não tem valor, pois o valor não está relacionado com a mensagem, mas na utilidade daquela informação para um determinado contexto e situação (TAYLOR, 1986 apud LEITÃO; NASSIF, 2009).

A aquisição da informação é estimulada pelas necessidades informacionais. Seu planejamento se tornou uma atividade complexa, por um lado a proliferação de serviços e fontes de informação que atendem aos nichos de mercado tem se intensificado, por outro lado existe uma demanda crescente de estratégias para a sobrevivência das organizações que necessita ser tratada com profundidade (CHOO, 2003).

Para complementar o tratamento dos dados no modelo de gestão da informação, incorporou-se alguns processos da curadoria digital. De acordo com a *Digital Curation Centre* (DCC, 2019), a curadoria digital é um processo de manter, preservar e agregar valor aos dados digitais de pesquisas. Dessa forma, os dados podem fazer parte de um repositório digital e serem compartilhados entre os membros da comunidade, como é o caso do segmento de negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó.

A curadoria digital, de acordo com Santos (2014, p. 130), têm suas atividades voltadas para a “à seleção, enriquecimento, tratamento e preservação da informação para o acesso e uso futuro”. Glushko (2014, p. 194), complementa que a curadoria digital prevê a criação de política para “coletar recursos e mantê-los ao longo do tempo, permitindo que as pessoas e os processos automatizados garantam que os dados dos recursos e suas representações sejam confiáveis, precisos, completos, consistentes e não redundantes”.

Entre os benefícios, destaca-se para o contexto da pesquisa, o acesso a dados digitais confiáveis, utilização de normas comuns em diferentes conjuntos de dados, que permite a cooperação e compartilhamento de dados e análises de oportunidades (ABBOTT, 2008), e a contribuição na redução da duplicação de esforços e a ampliação do valor (DCC, 2019).

A longo prazo, os benefícios estão alinhados com mudanças significativas para o contexto regional e a democratização dos negócios de impacto, como aborda Abbott (2008), ao citar a mudança de cultura que incentiva a realização de dados; aumento da exploração de materiais acumulados através do tempo; fornecimento de informações sobre o contexto e proveniência dos dados; aplicação de ferramentas e serviços para migração de dados em novos formatos para garantir que continuem significativos para os interessados.

Ao realizar a análise do modelo de curadoria digital de Higgins (2008), este é formado por ações classificadas em três segmentos: 1) ações para todo o ciclo de vida; 2) ações

sequenciais; e 3) as ações ocasionais. Para o recorte da tese, por se tratar de um ecossistema de inovação em fase inicial de implantação, e pelo próprio segmento de negócios de impacto no cenário brasileiro estar em desenvolvimento, utilizou-se as ações sequenciais da curadoria digital, conforme pode ser observado no Quadro 2.

Quadro 2 – Ações sequências da Curadoria Digital e os seus processos utilizados para a gestão da informação dos negócios de impacto na região de Chapecó

A Ç Õ E S S E Q U E N C I A I S	Ações realizadas repetidamente para assegurar que objetos digitais permaneçam em contínuo processo de manutenção	Conceitualização (<i>Conceptualization</i>)	Planejar a criação de dados, incluindo o método de captura e opções de armazenamento
		Criação e/ou recepção (<i>Creation and/or reception</i>)	Criação de dados incluindo metadados administrativos, descritivo, técnico, estrutural e de preservação; ou Recepção de dados (dados já criados por outros arquivos, repositórios ou data centers) de acordo com políticas de coleta de dados, atribuindo metadados mais apropriados caso necessário
		Avaliação e seleção (<i>Appraise and selection</i>)	Avaliação e seleção dos dados para curadoria e preservação de longo prazo. Ser aderente às orientações documentadas, políticas e exigências legais
		Admissão (<i>Ingest</i>)	Transferir dados para um arquivo, repositório, data center ou outra entidade custodiadora, respeitando as políticas e os requisitos legais
		Ações de preservação (<i>Preservation action</i>)	Ações para a preservação que devem garantir que os dados permaneçam autênticos, confiáveis e utilizáveis, mantendo sua integridade. Tais ações incluem limpeza de dados, validação, atribuição de metadados de preservação e representação e garantia de estruturas ou formatos de arquivos dados adequados
		Armazenamento (<i>Store</i>)	Armazenamento dos dados de forma segura, aderindo aos padrões relevantes
		Acesso, uso e reuso (<i>Access, use and reuse</i>)	Promover acesso aos dados para uso e reuso pelo usuário, tanto pela publicação de forma aberta, como com controle de acesso e procedimentos de autenticação
		Transformação (<i>Transformation</i>)	Criação de novos dados a partir do original (migração para formatos diferentes ou criação de subconjuntos, por seleção ou consulta, para criar resultados derivados)

Fonte: Triques, Arakaki e Castro (2020), baseado em Higgins (2008)

As Ações Sequenciais que englobam as “ações realizadas repetidamente para assegurar que objetos digitais permaneçam em contínuo processo de manutenção” são compostas pelos seguintes processos: a) conceitualização; b) criação e/ou recepção; c) avaliação e seleção; d) admissão; e) ações de preservação; f) armazenamento; g) acesso, uso e reuso; e h) transformação (HIGGINS, 2008).

Destaca-se que as práticas de curadoria no contexto digital surgem, segundo Triques, Arakaki e Castro (2020, p. 4), “atreladas às necessidades de se disponibilizar recursos

informacionais em novos ambientes informacionais, de modo que a informação pudesse ser acessada de forma abrangente, o que como resultado exigia um sistema de arquivamento compartilhado e preservação de dados”. O que está diretamente conectado com a realidade local de Chapecó e com o surgimento de algumas ações que fomentam o ecossistema de inovação.

Por ser um processo contínuo, a curadoria digital necessita de infraestrutura financeira e políticas que deem suporte para seu desenvolvimento a longo prazo. Com as rápidas mudanças no setor, a atualização profissional é fundamental para se manter informado sobre a evolução das tecnologias para manter a preservação digital e o acesso aos dados (ABBOTT, 2008).

No que tange às Ações Sequenciais do modelo de Curadoria Digital de Higgins (2008), este inicia com a etapa de conceitualização (*conceptualization*), do modelo da Curadoria Digital que prevê o planejamento da criação de dados, incluindo o método de captura e opções de armazenamento. A segunda fase da curadoria digital trata de criar ou receber os dados. Higgins (2008) prevê a “criação de dados incluindo metadados administrativos, descritivo, técnico, estrutural e de preservação, ou ainda a recepção de dados (dados já criados por outros arquivos, repositórios ou data centers) de acordo com políticas de coleta de dados, atribuindo metadados mais apropriados caso necessário”.

Para visualizar de forma mais prática, o DCC propôs um modelo para os ciclos de vida da curadoria. O processo inicia ao conceber os dados, podendo ser criados ou recebidos. A partir disso, o modelo orienta com um planejamento de ações a curadoria digital, garantindo que todas as etapas essenciais sejam abrangidas (HIGGINS, 2008).

Quando se trata da organização e armazenamento de informações no modelo de gestão da informação, Choo (2003, p. 59) considera que o objetivo é “[...] criar uma memória organizacional que seja o repertório ativo da maior parte do conhecimento e perícia da organização. O volume de dados produzidos e recolhidos precisa ser estruturado de forma a refletir os interesses e modos de utilização da informação”. Para otimizar o uso e a credibilidade das atividades operacionais, a implementação de tecnologias da informação é primordial no cenário contemporâneo.

No âmbito da Curadoria Digital, Triques, Arakaki e Castro (2020) abordam a representação da informação sob a perspectiva da Biblioteconomia e Ciência da Informação, ao visualizarem o tratamento informacional dos recursos digitais, a partir da adoção de padrões definidos e aceitos internacionalmente. Os autores indicam que as práticas de curadoria no contexto digital estão conectadas com as necessidades de disponibilizar recursos informacionais em novos ambientes, reforçando a sua finalidade, que a informação seja acessada. Nesse sentido, para agregar consistência à etapa de Organização e armazenamento de

informações, as etapas da Curadoria Digital permitem inserir alguns elementos para auxiliar na sistematização das informações, sendo elas: Avaliação e Seleção, Admissão, Ações de Preservação e o Armazenamento.

No que consiste na avaliação e seleção (*appraise and selection*) dos dados para que haja uma curadoria e preservação de longo prazo, este processo precisa seguir às orientações documentadas, políticas e exigências legais. A etapa admissão (*ingest*) envolve as atividades de transferência dos dados para um arquivo, repositório, *data center* ou outra entidade custodiadora, respeitando as políticas e os requisitos legais (HIGGINS, 2008).

Ações de preservação (*preservation action*) neste processo devem garantir que os dados permaneçam autênticos, confiáveis e utilizáveis, mantendo sua integridade. Tais ações incluem limpeza de dados, validação, atribuição de metadados de preservação e representação e garantia de estruturas ou formatos de arquivos dados adequados. E o armazenamento (*store*) precisa incluir ferramentas e sistemas que garantam segurança, aderindo aos padrões relevantes (HIGGINS, 2008).

A curadoria digital, segundo Beagrie (2004), tem se tornado mais útil para proteger os dados de pesquisa em todo seu ciclo de vida, desde os processos de arquivamento e preservação no ambiente digital, bem como os processos necessários para uma boa criação e gestão desses dados, agregando valor e possibilitando gerar novas informações e conhecimentos.

A informação adquirida anteriormente, que passa a constituir a memória, agrega valor ao ser alinhada, ao passar por uma adequação as necessidades informacionais, constituindo assim os serviços e produtos de informação, quarta etapa da gestão da informação. Choo (2003, p. 77) explica que “não deve basear-se unicamente na informação que por acaso chega embalada convenientemente – se acrescentar algum interesse para o utilizador, a informação que chega pode ter de ser recombinada, resumida, comparada”, um verdadeiro cruzamento de referências que irá contribuir no processo de tomada de decisão e de aprendizagem organizacional.

A quinta etapa da gestão da informação, a distribuição da informação, busca amplificar o compartilhamento de informações, impulsionando a aprendizagem organizacional e possibilitando a construção de novos conhecimentos a respeito dos problemas e situações. A utilização da informação abrange a aplicação dos conhecimentos adquiridos através do processo de interpretação e decisão (CHOO, 2003).

A abordagem empresarial considera a Gestão da Informação como um processo consciente pelo qual a informação é recolhida e usada para apoiar a tomada de decisão nos diversos níveis de uma organização (HINTON, 2005). Nas organizações, os gestores buscam e

usam informações ativamente para resolver problemas específicos. Grande parte dessas informações vêm do ambiente externo e encontram-se desestruturadas. Sendo assim, exige dos gestores constantes atividades de pesquisa e estratégias de visualização da informação, para reduzir as incertezas associadas à tomada de decisão (CHOO; AUSTER, 1993).

A utilização da informação abrange a aplicação dos conhecimentos adquiridos através do processo de interpretação e decisão (CHOO, 2003), sendo a sexta etapa da gestão da informação. Disponibilizar informações é possibilitar que os empreendedores e atores tenham suas decisões tomadas com base em indicadores, que saiam do campo abstrato, reduzindo as incertezas e ampliando o conhecimento interno e externo que abrange o negócio.

Ao incorporar as ações do modelo de Higgins (2008), que prevê o acesso, uso e reuso (*Access, use e reuse*), possibilita promover o acesso aos dados para uso e reuso pelas pessoas e organizações que compartilham o interesse pelo segmento dos negócios de impacto, tanto pela publicação de forma aberta, como com controle de acesso e procedimentos de autenticação. Por fim, Higgins (2008) fecha as ações sequenciais com a etapa transformação (*transformation*), que possibilita a criação de novos dados, a partir dos dados originais. Isso pode envolver tanto a migração para formatos diferentes, como a criação de subconjuntos, por seleção ou consulta, para criar resultados derivados.

Dessa forma, o processo de curadoria digital agrega valor aos dados ao possibilitar seu reuso para novas pesquisas, ampliando seu potencial e alcance, além de otimizar os recursos investidos pelas agências de fomento, diminuindo a duplicação de esforços gastos na geração e organização de dados. Pode-se dizer que o rápido avanço está pautado no compartilhamento de estoques informacionais e parcerias entre organizações (SAYÃO; SALES, 2016).

Com base no uso dos dados, Choo e Auster (1993) consideraram que, por mais que as organizações de forma geral sejam vistas como sistemas que processam informações, a finalidade não está pautada na tomada de decisão, mas sim em reduzir as incertezas e os equívocos sobre o ambiente externo, que é repleto de ambiguidades. Quando a curadoria digital envolve várias organizações é importante ter definido papéis e responsabilidades, tendo em vista a existência de diferentes questões organizacionais e culturais (ABBOTT, 2008). Ao usar o modelo como uma ferramenta de planejamento organizacional, Higgins (2008) aponta que é possível deliberar papéis e responsabilidades; construir estruturas de padrões e tecnologias; e assegurar que os processos e políticas sejam devidamente documentados.

O modelo DCC, de acordo com Higgins (2008), pode ser usado nas organizações, bem como em consórcios para planejar e garantir que todas as etapas necessárias no ciclo de vida da curadoria sejam abrangidas. Destaca-se, para esta pesquisa, o uso da curadoria digital nos

processos das alianças estratégicas nos ambientes de inovação que envolvem diferentes organizações, como universidades, governos e empresas, visando o desenvolvimento dos negócios de impacto. Nesse sentido, que o constructo proposto na tese serve de base para construir os resultados da pesquisa no que tange ao campo empírico.

Com base nas discussões exploradas, evidenciou-se a informação como um recurso estratégico, tanto dentro das organizações, como também ao ambiente externo às organizações. A informação possui um papel representativo na sociedade em geral, ao refletir sobre quando uma sociedade progride. Parte-se da perspectiva que é no momento que as condições de vida dos indivíduos melhoram, quando se avança no desenvolvimento humano (SUAIDEN; LEITE, 2006).

Marcada pelo desenvolvimento científico e pela revolução tecnológica, a sociedade contemporânea é influenciada por rápidas mudanças que acabaram impactando em algumas consequências, ao mesmo tempo em que se vive em uma sociedade baseada no conhecimento, que produz simultaneamente fenômenos de maior igualdade e desigualdade, de maior homogeneidade e diferenciação (SUAIDEN; LEITE, 2006). Assim, Cavalcante (2011) enfatiza em sua pesquisa a inclusão informacional, no sentido de dar visibilidade para a informação que gera a inovação social e desenvolvimento local, como fonte potencializadora do impacto que o conhecimento pode causar. Apesar da informação ser base para o desenvolvimento da inovação e do impacto social, verificou-se que não é dada a devida atenção ao recurso informação dentro dos processos de inovação e no desenvolvimento regional.

Isso quer dizer, que conforme o acesso à informação é democratizado, as exigências humanas e tecnológicas que incluem e excluem também evoluíram, ficando cada vez mais exigentes. Dessa forma, pensar em ambientes e políticas que retratem esses problemas de inclusão na sociedade da informação passa a ser uma necessidade, pensando nas comunidades menos favorecidas. Ao desenvolver uma consciência coletiva, que se preocupa e exige que a distribuição dos saberes e das riquezas geradas pela sociedade chegue às populações menos favorecidas, exige muitos esforços, compreensão, liderança e utilização de metodologias adequadas para chegar a bons resultados (SUAIDEN; LEITE, 2006).

Em consonância com o constructo teórico explorado, esta pesquisa visa contribuir com a gestão da informação na perspectiva dos ambientes de inovação e das informações advindas do ambiente externo das organizações. A partir dos conceitos apresentados, nesta tese se reconhece a importância do fator humano nos processos de gestão. Além disso, aspectos culturais e subjetivos também definem as ações e formas de reconhecer e utilizar a informação

nas organizações. Sendo assim, a gestão da informação precisa estar contextualizada em um cenário e ter uma finalidade definida.

Existem características específicas do segmento o qual a organização faz parte que impactam nas atividades e decisões. O que denota a necessidade de a gestão da informação estar contextualizada e ter clareza das especificidades da área para que a informação faça sentido e gere impacto nas decisões do gestor. Para o contexto da pesquisa de tese, a gestão da informação é investigada no contexto dos ambientes de inovação para gerar impacto social, as organizações que fazem parte possuem características e necessidades específicas, que serão aprofundadas no decorrer da pesquisa.

Assim, para contribuir com o compartilhamento de informações entre os atores do ecossistema de inovação, universidades e governos, a fim de viabilizar o desenvolvimento dos negócios de impacto, discorre-se, na seção a seguir, em torno de conceitos e alguns elementos fundamentais para compreender os negócios de impacto e sua relação com os ecossistemas de inovação.

3 NEGÓCIOS DE IMPACTO E O ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO

Os problemas sociais e ambientais não são fenômenos exclusivos dos tempos atuais. No entanto, Barki (2013) considera que as mudanças impulsionadas pelo crescimento econômico, ocorridas especificamente nos últimos dois séculos, aumentaram drasticamente as desigualdades entre ricos e pobres. Quando se trata de vencer a pobreza, Silva, Moura e Junqueira (2015, p. 121) enfatizam que “não significa criar nichos de mercado que insiram os cidadãos nas práticas de consumo, mas sim, criar condições para a emancipação e o desenvolvimento humano”.

No âmbito ambiental, as mudanças climáticas têm se intensificado, Hart (2019) contesta que melhorias incrementais já não são suficientes, é necessário inovar numa escola nunca experimentada. Além disso, a busca por um crescimento econômico sem limites, baseado na exploração e na extração de recursos naturais, direciona-se para um colapso civilizatório (CLIMATE VENTURES; PIPE.LABO, 2021). Barki, Rodrigues e Comini (2020, p. 480) abordam que os problemas sociais e ambientais complexos vêm sendo vivenciados nas primeiras décadas do século XXI, “desafios estes, da nossa contemporaneidade, que ficaram ainda mais evidenciados com a pandemia da COVID-19”.

A concepção de uma nova perspectiva de negócio é impulsionada por vários movimentos, como a evolução do papel social das organizações empresariais tradicionais, a partir da inserção de temas como a responsabilidade social e a sustentabilidade (FISCHER; COMINI, 2012; BARKI; RODRIGUES; COMINI, 2020); o trabalho desenvolvido há séculos pelas organizações não governamentais (ONG) e organizações da sociedade civil, tendo como principal propósito o impacto social, contribuindo assim com uma sociedade melhor (BARKI, 2015).

Em frente a esse contexto, as demandas e os anseios alinhados a um desenvolvimento sustentável são potencializados no ramo dos negócios com organizações que trabalham, a partir de perspectivas sociais e econômicas em um único modelo de negócio, o que era tradicionalmente inviável. Comini, Barki e Aguiar (2013, p. 63) consideram que esses “dois objetivos antes vistos como incompatíveis – rentabilidade financeira e criação de valor social” precisam estar entrelaçados para garantir que seu impacto seja alcançado, e que tenha continuidade a longo prazo. Cruz, Quitério e Scretas (2019, p. 25) definem os negócios de impacto como tipo de negócio que pode assumir diferentes formatos legais como por exemplo associações, cooperativas ou empresas.

No que tange às pessoas empreendedoras, os negócios sociais podem ser impulsionados por empreendedores individuais, organizações ou pelos movimentos sociais (BIGNETTI, 2011). Ressalta-se que esses atores são peculiares para o segmento da inovação social dentro dos ecossistemas de inovação, tendo suas características específicas influenciadas pelas demandas locais de cada região.

O empreendedor social é o termo usado para caracterizar o indivíduo que busca soluções inovadoras para os problemas sociais mais relevantes na sociedade (ASHOKA, 2010). Pode-se dizer que atua como um agente de mudança no setor social (DEES, 2017), e seu grande diferencial ao comparado com o clássico se refere à apropriação ou criação de valor, que reflete no propósito de seus empreendimentos, financeiros ou sociais (SANTOS, 2009).

Se as organizações sociais são formalizadas e estruturadas para alcançar fins específicos, regidas por regras do sistema vigente, os movimentos sociais se caracterizam como empreendimentos coletivos que emergem da falta de atuação do Estado. Os movimentos sociais produzem inovações a partir de soluções para as demandas, além de inovações radicais que geram mudanças estruturais e culturais intensas que refletem na sociedade (BIGNETTI, 2011).

Além dos diferentes formatos legais, existem diferentes definições sobre os negócios que geram impacto encontradas na literatura, como: negócios sociais (YUNUS, 2010; YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010), negócios para a base da pirâmide (PRAHALAD; HART, 2002; PRAHALAD, 2005), economia solidária ou popular (RAZETO, 1993; CORAGGIO, 2000; Tiriba, 1999), negócios com impacto social (BARKI, 2015), e negócios inclusivos (MARQUEZ; REFICCO; BERGER, 2009). Por ser um tema novo e esta área ainda estar em desenvolvimento, Comini, Barki e Aguiar (2013) discutem que não há consenso sobre o conceito de negócios com impacto social, principalmente pela diversidade de perspectivas que os termos apresentam.

De acordo com o relatório realizado pela ICE e pela Pipe.social (2019, p. 23) que trata dos empreendimentos que geram impacto socioambiental positivo no contexto brasileiro, ao analisarem os prós e contras de definir um conceito que represente esse tipo de negócio, que fosse construído e validado coletivamente e pudesse ser difundido no território nacional, concluíram “que nomear as organizações como negócios de impacto é importante para dar referências e estimular o surgimento de novos negócios de impacto”. O relatório contou com a participação 174 atores do segmento. Barki, Rodrigues e Comini (2020) analisam sobre as vozes que construíram o 3º Mapa de Negócios de Impacto no cenário brasileiro:

A consulta aberta foi realizada on-line e teve a participação de empreendedores ou profissionais de negócios de impacto (26%); de acadêmicos (16%); de organizações

intermediárias (14%); de empresas que não se posicionam como negócios de impacto (11%); de incubadoras e aceleradoras (9%); de organizações da sociedade civil (7%); de institutos e fundações corporativos (6%); de fundos de investimentos (5%); de órgãos públicos (3%); e da imprensa/mídia (2%). Nota-se, portanto, que são vozes não apenas de negócios de impacto, mas de atores relacionados e que atuam, direta ou indiretamente, nessa agenda (BARKI; RODRIGUES; COMINI, 2020, p. 493).

Não cabe a esta pesquisa uma discussão extensa sobre os conceitos e os modelos de negócios, a intensão é apresentar as possibilidades de empreendimentos que podem fazer parte deste segmento e contribuir com o desenvolvimento pautado em aspectos sociais e ambientais. Assim, para representar esse tipo de negócio, na pesquisa em questão, optou-se por utilizar o termo Negócio de Impacto por ser um termo mais abrangente, não entrando em especificidades de definições e de modelos de negócios. Assim, entende-se por negócios de impacto:

Os negócios de impacto são empreendimentos que têm a intenção clara de endereçar um problema socioambiental por meio de sua atividade principal (seja seu produto/serviço e/ou sua forma de operação). Atuam de acordo com a lógica de mercado, com um modelo de negócio que busca retornos financeiros, e se comprometem a medir o impacto que geram (ICE; PIPE.SOCIAL, 2019, p. 30).

Para somar à caracterização dos negócios que geram impacto, e assim ampliar o entendimento sobre este tipo de negócio e os benefícios gerados para a sociedade, a seguir serão apresentados alguns conceitos. Na perspectiva dos negócios sociais, estes surgem como um equilíbrio entre as empresas criadas visando o lucro e as organizações sem fins lucrativos que são voltadas para causas sociais. Dessa forma, as pessoas que trabalham com essa modalidade de negócio têm potencial para atuar como agentes de mudança para os problemas da sociedade e ao mesmo tempo, possuem habilidades para garantir a sustentabilidade financeira do negócio (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

O surgimento dos negócios de impacto, segundo Barki (2015), tem sido uma resposta aos problemas provocados pelo capitalismo, e pode ser considerado uma filosofia, uma nova forma de pensar e influenciar os negócios. Dessa maneira, o interesse pela expansão dos negócios sociais é impulsionado pelo fato de que o ser humano, por natureza, tem o desejo de melhorar a qualidade de vida do próximo. Além disso, por terem objetivos sociais, as empresas não se envolvem em competição, procuram aprender uns com os outros para melhorar suas atividades de maneira mais rápida (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

Limeira (2018, p. 5) aborda o potencial dos negócios de impacto para atender às demandas da população em situação de vulnerabilidade, com sustentabilidade econômica e ambiental. Assim, “os negócios de impacto são considerados inovadores, pois implementam

soluções novas para desafios antigos por meio de tecnologias, pensamento criativo e comportamento empreendedor”.

Entre as definições encontradas na literatura e no mercado, Comini, Barki e Aguiar (2013, p. 42), ao analisarem as definições de negócios com impacto social existente na literatura internacional, identificaram “pontos de vista que estão mais próximos da lógica de mercado e outros que há uma predominância da lógica social”, conforme apresentado no Quadro 3.

Quadro 3 – Dimensões de um negócio de impacto

	Maior ênfase no mercado	Maior ênfase no social
Objetivo principal	Acesso ao mercado da base da pirâmide	Redução da pobreza
Oferta	Qualquer produto ou serviço para a base da pirâmide	Produtos e serviços para necessidades básicas (educação, saúde, habitação e crédito) ou que inclua uma dimensão ambiental
Intencionalidade	Geração de valor social é um componente relevante, mas não primordial	Geração de valor social é a base do negócio
Impacto	Contribuição indireta para redução da pobreza	Contribuição direta para a redução da pobreza

Fonte: Comini, Barki e Aguiar (2013, p. 57)

No entanto, Comini, Barki e Aguiar (2013, p. 62) afirmam que o fator em comum que as unem é “a existência de organizações que visam resolver problemas sociais utilizando mecanismos de mercado.” Sendo assim, os negócios com impacto social no contexto brasileiro, possuem suas peculiaridades:

As abordagens dos negócios com impacto social diferem não apenas em suas proposições, mas também a terminologia aplicada varia consideravelmente. A falta de uma visão homogênea é explicada por dois fatores principais: primeiro, as diferentes maneiras de definir o valor social das empresas, e segundo, as formas de avaliar o impacto social e a inovação desse tipo de organização (COMINI; BARKI; AGUIAR, 2013, p. 62).

Para contribuir com o desenvolvimento dos negócios de impacto, a partir da realidade nacional e dos ecossistemas de inovação, Limeira (2018, p. 16) sugere que ao identificar os participantes e suas funções, o empreendedor defina suas “estratégias de relacionamento e parcerias com aqueles que podem potencializar suas iniciativas e realizar intercambio de negócios”. Esta estratégia está alinhada com o entendimento de Cruz, Quitério e Scretas (2019) sobre o desenvolvimento dos negócios de impacto:

Para que este novo campo atinja sucesso e escala, precisamos que milhares de empreendedores sejam engajados e capacitados para estruturar soluções de mercado,

escaláveis e efetivas, para desafios concretos de populações mais vulneráveis ou do planeta. Precisamos também que essas soluções sejam financeiramente rentáveis e seus benefícios sejam mensuráveis, para conquistar novos e tradicionais investidores que possam injetar capital intelectual e financeiro para impulsioná-las. E, finalmente, esperamos que, sendo essas soluções eficazes, atraíam governos, empresas ou consumidores finais dispostos a pagar diretamente por esses produtos e serviços (CRUZ; QUITÉRIO; SCRETAS, 2019, p. 26).

Nesse ambiente, a partir das relações entre os atores, pode ocorrer o compartilhamento de conhecimento, a cooperação e ações que visem o crescimento e desenvolvimento regional, e principalmente a criação de inovações (JACOB, 2006). Sendo a universidade a fonte de conhecimento, as empresas as responsáveis pela produção e geração de renda, e o governo responsável por garantir as relações contratuais que possibilitam estabilidade nas trocas e interações (D'AVILA, 2015). Destaca-se a formação e incentivo da nova geração visando a implantação de melhorias, a partir da realidade de suas comunidades:

A formação dessa nova geração poderia incluir habilidades e incentivos para que mais jovens empreendam negócios de impacto — com especial atenção para a oportunidade de alocar conhecimento e apoio para que empreendedores de comunidades mais vulneráveis liderem a construção de soluções de mercado que melhorem seus contextos (CRUZ; QUITÉRIO; SCRETAS, 2019, p. 31).

Os governos oferecem incentivos fiscais, pressionam as instituições acadêmicas para ir além de executar as funções tradicionais da educação e investigação, criam políticas públicas para fortalecer o relacionamento universidade, indústria e governo. Os governos também mudam suas relações com as instituições econômicas, fortalecendo o envolvimento entre as partes (ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 1995).

Em relação à responsabilidade do governo para contribuir com o desenvolvimento dos negócios de impacto, Burgos (2019) apresenta seis diferentes papéis que os governos poderiam realizar no cenário brasileiro (Figura 4), sendo: 1) animação: estimular pessoas, organizações e investidores demonstrando que há interesse e espaço para este tipo de negócio; 2) fortalecimento de redes: criar uma sinergia entre os envolvidos, e evitar sobreposição de trabalho e concorrência desnecessária; 3) regulação: mudanças e inovações muitas vezes podem modificar as realidades gerando prejuízos a alguns grupos, assim estabelecer regras de funcionamento pode minimizar os impactos e a resistência; 4) compras públicas: o poder público é responsável por comprar produtos e serviços em grande escala, assim pode ser exemplo de incentivo e apoio aos negócios de impacto; 5) compartilhamento de informações: os governos possuem muitos dados sobre a população e suas atividades, ao compartilhar pode ampliar a visibilidade e o entendimento da realidade, além de promover as oportunidades; e 6) investimento direto: sendo

a criação de organizações estatais ou mistas de assistência técnica para empreendedores(as) ou de programas de incubação e aceleração para negócios de impacto, além de disponibilização de recursos financeiros ou de incentivos fiscais.

Figura 4 – Os seis diferentes papéis dos governos brasileiros em relação aos negócios de impacto



Fonte: Burgos (2019, p. 63)

Conforme visto, é fundamental que os negócios de impacto contem com o apoio de atores locais, “por transitarem em ambientes de inovação disruptiva, trabalham em mercados não estruturados ou desestruturados” (COELHO, 2019, p. 143), promovem assim, a inovação em ambientes de informalidade, sendo um grande desafio para os empreendedores deste segmento. Nessa perspectiva, os ecossistemas de inovação são ambientes estruturados que podem apoiar e conectar forças que potencializam os negócios de impacto.

Os ambientes de inovação são sistemas dinâmicos, constituídos por pessoas e instituições interconectadas, que trabalham para estimular o desenvolvimento econômico, tecnológico e social de acordo com as necessidades e potencialidades de cada região (WANG, 2010; TEIXEIRA; ALMEIDA; FERREIRA, 2016). Ao fazer uma analogia com o ecossistema vindo da biologia, composto por seres vivos, pelo ambiente e pelas suas inter-relações, é constituído de forma dinâmica e complexa que precisa ser considerado no todo, não fragmentado, tendo em vista que cada parte do ecossistema tem um efeito ativo no outro (JACKSON, 2011).

Assim, os ecossistemas de inovação são compostos por pessoas, infraestrutura, tecnologia e capital e pela cultura. Etzkowitz e Leydesdorff (2000) os aborda como uma rede

de relações, na qual a informação e talento fluem, favorecendo a cocriação de valor sustentado. Em consonância, Munroe e Westwind (2009) abordam que o ecossistema de inovação cria, consome e transforma conhecimento e ideias em produtos e serviços inovadores. Pode-se dizer que é um organismo dinâmico e adaptativo. Apesar de compreender o valor da informação neste cenário, sua concretização está atrelada a divulgação, fazer com que chegue até os empreendedores:

Demanda-se mais veículos de comunicação compartilhando os valores e a potência de empreender e investir com impacto; ações para influenciar positivamente gestores públicos com experiências bem-sucedidas de outros gestores; e de novas narrativas que possibilitem uma aproximação com outros ecossistemas (como o de tecnologia, o de políticas públicas, o da economia criativa, o das corporações, o dos fundos de pensão etc.) para que novas organizações não participantes possam enxergar a proposta de valor e se aproximem (CRUZ; QUITÉRIO; SECRETAS, 2019, p. 55).

Munroe e Westwind (2009) apresentam os elementos que integram um ecossistema de inovação, conforme pode ser observado na Figura 5. Destaca-se que há interação entre as organizações que integram o ecossistema. Cada um dos elementos possui contribuições específicas: 1) as universidades são fontes de pesquisa e ideias que desencadeiam a inovação; 2) os empreendedores são os hospedeiros que convertem ideias em produtos e serviços; 3) capital de investimento fornecem recursos financeiros por meio de investidores anjos e empresas de capital de risco; 4) força de trabalho: indivíduos especialistas e habilidosos que fazem as coisas acontecerem; 5) redes sociais e profissionais: criam oportunidades para trocar e compartilhar informações, ideias, contatos e conhecimento; 6) qualidade de vida: ambiente agradável, educação, cultura e segurança; e 7) os ambientes de negócios: forças que melhoram a atuação do ecossistema e das atividades econômicas em nível local, regional e nacional (MUNROE; WESTWIND, 2009; PIQUE, 2016).

Além dos elementos, os ecossistemas abrigam os habitats de inovação considerados como novos modelos institucionais que surgem da necessidade de aproximar os setores de pesquisa e desenvolvimento do setor produtivo, gerando benefícios para a sociedade (TEIXEIRA; ALMEIDA; FERREIRA, 2016). Por mais que os empreendedores tenham a boa intenção de gerar impacto e mudar a realidade de suas comunidades, é essencial que haja suporte para dar suporte e acompanhar seu desenvolvimento:

[...] ainda que esse ciclo virtuoso inicie-se da boa intenção de empreendedores para conceber e implementar negócios de impacto, é necessária uma infraestrutura que os suporte, conecte, qualifique e os financie ao longo de suas jornadas. Tal como o ditado africano que diz ser preciso uma aldeia para educar uma criança, também é preciso um ecossistema para impulsionar os negócios de impacto. E esse ecossistema requer

o envolvimento e a responsabilidade de muitos atores (CRUZ; QUITÉRIO; SECRETAS, 2019, p. 55).

Figura 5 – Elementos do ecossistema de inovação



Fonte: Adaptada de Munroe e Westwind (2009) e Pique (2016)

No contexto local, os habitats de inovação têm o papel de reduzir as desigualdades regionais, promovendo oportunidades de desenvolvimento para as comunidades, ao propiciar suporte e acesso a informações que são base para as atividades (MACHADO *et al.*, 2015). Existem diferentes tipos de habitats de inovação, como pode ser observado na Figura 6. Pode-se dizer que os habitats de inovação estimulam tanto as relações, quanto as ações baseadas no conhecimento, principalmente em regiões em que os ecossistemas de inovação estão em fase inicial de articulação. Como é o caso de Santa Catarina, em que o estado viabilizou a concretização dos espaços físicos, e os atores locais começam a se articular para criar uma cultura inovadora e estabelecer parcerias. Dessa forma, ativar o ecossistema de inovação significa ter uma comunidade. O conceito de comunidade está relacionado a pessoas que

interagem, cooperam e, em certa medida, confiam umas nas outras (SANTA CATARINA, 2017).

Figura 6 – Tipos de habitats de inovação



Fonte: Teixeira, Almeida e Ferreira (2016, p. 7)

Apesar de serem diferentes espaços, Audy e Piqué (2016, p. 18) explicam que as áreas de inovação compartilham uma mesma missão: “gerar desenvolvimento econômico e social por meio da inovação, do empreendedorismo e da tecnologia”. Para que a inovação aconteça, além de criar espaços para dar infraestrutura física e recursos de suporte, atividades que fortaleçam a confiança e o engajamento contribuem no desenvolvimento de uma cultura inovadora, para que os indivíduos troquem informações, conhecimento e aprendizagem. Como resultado, proporcionar desenvolvimento regional e qualidade de vida para as comunidades.

Os ambientes de inovação ao compartilharem sinergias, possibilitam reunir talentos, conhecimentos e capital, intensificando o potencial empreendedor da região, impulsionando os negócios, além de incentivar o surgimento de novas modalidades de empreendimentos. Nesse cenário, os centros de inovação que estão sendo implementados pelo governo estadual, com o

objetivo de promover a cultura da inovação e do empreendedorismo, desempenham essas funções (SANTA CATARINA, 2017).

Percebe-se que a inovação é um elemento central na sociedade atual, bem como nas discussões sobre competitividade e desenvolvimento. Inicialmente abordada por Schumpeter, à inovação se vinculava a geração de valor econômico (BIGNETTI, 2011), a partir da expansão do conceito passa a ser um elemento presente em diversas áreas e contextos. Para a Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento a inovação refere-se à “implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas” (OCDE, 2005, p. 55).

Entre os possíveis setores que categorizam os empreendimentos, os negócios de impacto vêm sendo uma resposta aos problemas que surgiram a partir do modelo econômico capitalista que rege atualmente o desenvolvimento da sociedade. Alinhado com o propósito da quintupla hélice, os negócios de impacto são uma alternativa na busca pelo desenvolvimento sustentável e para atender as demandas sociais com uma atuação rentável.

Comini, Barki e Aguiar (2013, p. 64) consideram importante não só “aprofundar as discussões conceituais e teóricas, mas também incrementar experiências regionais ou mesmo locais que promovam negócios de impacto social”. Perspectiva alinhada com a pesquisa em questão, ao explorar o cenário do ecossistema de inovação da Região de Chapecó, uma região interiorana com alto potencial de desenvolvimento.

Frente ao contexto apresentado sobre os negócios de impacto e considerando seu impacto na sociedade, esta pesquisa se concentra na informação, tendo como premissa básica gerar inovação e impulsionar os negócios nos ecossistemas de inovação, bem como o segmento dos negócios de impacto. A informação é objeto de estudo da área do conhecimento denominada Ciência da Informação, que a investiga em seus diversos aspectos e cenários. No cenário das organizações que se baseiam na informação para conduzir suas atividades e estratégias, a gestão da informação dá suporte para viabilizar de forma mais eficiente esse processo.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Entendem-se como procedimentos metodológicos os caminhos que a investigação percorre. Segundo Faeti e Calsa (2013, p. 2), esse caminho é formado por “perspectivas, possibilidades e descobertas que se organiza na medida em que cada pesquisador se compromete a desvendar facetas do objeto de investigação escolhido”, sabendo que não existe uma verdade absoluta sobre os fatos, sendo uma possibilidade a partir dos olhares sobre a realidade.

Em relação à metodologia da pesquisa, Minayo (2009, p. 14) considera que “inclui simultaneamente a teoria da abordagem (o método) os instrumentos de operacionalização do conhecimento (as técnicas) e a criatividade do pesquisador (sua experiência, sua capacidade pessoal, e sua sensibilidade)”. Dessa forma, as seções a seguir apresentam detalhes do caminho percorrido na construção da tese.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Visando alcançar os objetivos propostos, buscou-se amparo em autores que abordam as metodologias de pesquisa, consolidando assim a caracterização da pesquisa, representada pela Figura 7. Na sequência são apresentados cada um dos conceitos e sua relação com a pesquisa.

Figura 7 – Caracterização da presente pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Creswell (2010), Silva e Menezes (2005), Gil (2010) e Flick (2013)

Em relação à natureza, trata-se de uma pesquisa aplicada, em que o objetivo, segundo Silva e Menezes (2005, p. 20), é “gerar conhecimentos para aplicação prática e dirigida à

solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais”. A pesquisa gera conhecimentos para aplicação prática no Ecossistema de Inovação de Chapecó, em específico, para o segmento de negócios de impacto e seus problemas sob a perspectiva da informação.

A abordagem do problema se sustenta a partir do uso do método qualitativo, o qual Creswell (2010) considera “um meio para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano”. Para completar,

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se ocupa, nas Ciências Sociais, com um nível de realidade que não deveria ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes. Esse conjunto de fenômenos humanos é entendido aqui como parte da realidade social, pois o ser humano se distingue não só por agir, mas por pensar sobre o que faz e por interpretar suas ações dentro e a partir da realidade vivida e partilhada com seus semelhantes (MINAYO, 2009, p. 21).

Trata-se de informações que têm valor qualitativo para o desenvolvimento dos negócios de impacto, a partir das alianças estratégicas entre os atores. São informações com valor agregado, que perdem o significado ao serem apenas quantificadas. Além disso, Merriam (1998) destaca o pesquisador como instrumento fundamental de coleta de dados nas pesquisas qualitativas.

No que se refere à natureza do objeto, a pesquisa se classifica como exploratória e descritiva. Exploratória, pois gera conhecimento ao pesquisador sobre o tema, a partir do momento que proporciona maior familiaridade com um problema, e descritiva, pois descreve as características de determinada população ou fenômeno (GIL, 2010). Na tese em questão, a pesquisa é exploratória, pois possibilitará a aplicação dos conhecimentos da gestão da informação no segmento dos negócios de impacto, que possuem características específicas, e estão inseridos em um cenário que os influencia simultaneamente. Assim, é também descritiva ao trazer evidências e detalhamento das características desse fenômeno que são os negócios de impacto e os problemas relacionados à informação.

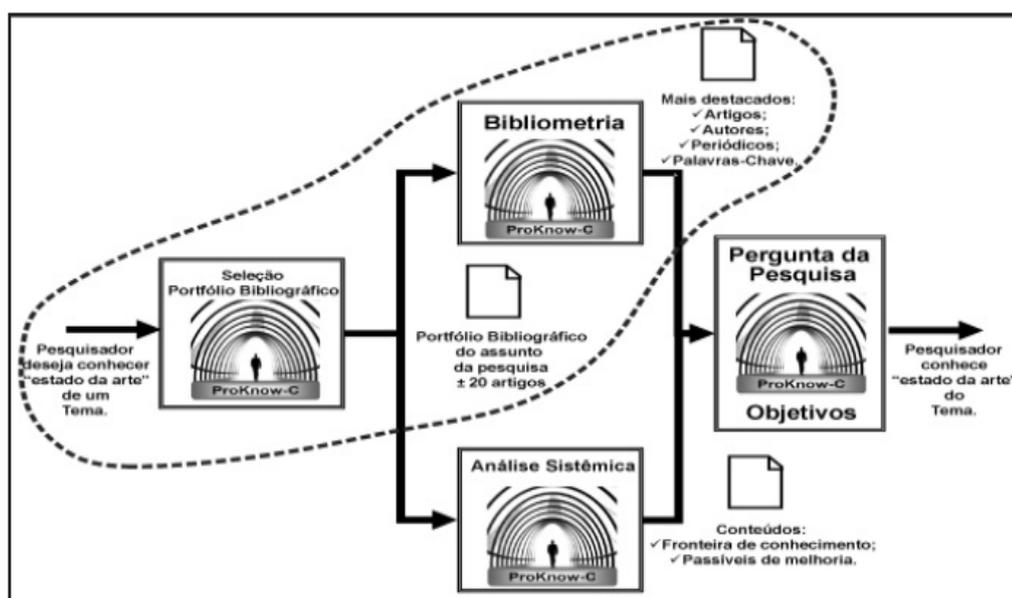
Na próxima seção, aborda-se o detalhamento do processo de seleção bibliográfico, na qual são apresentadas todas as fases e resultados obtidos no instrumento de intervenção ProKnow-C.

4.2 BUSCA SISTEMÁTICA PROKNOW-C

A pesquisa bibliográfica, segundo Gil (2008), envolve a utilização de materiais já publicados, como livros e artigos científicos, a fim de realizar a fundamentação conceitual e teórica da tese, além de servir de base para a originalidade e ineditismo da pesquisa. A partir da pesquisa bibliográfica foi possível construir justificativa científica e social da pesquisa, além de embasar a originalidade e o ineditismo da tese. A fim de identificar lacunas de pesquisa do tema Curadoria Digital na Gestão da Informação para Negócios de impacto no Ecossistema de Inovação no campo científico, usou-se o instrumento de intervenção ProKnow-C, que tem como propósito construir conhecimento nos pesquisadores baseando-se em um fragmento da literatura selecionado (ENSSLIN; ENSSLIN; DUTRA, 2017).

O instrumento também tem como objetivo identificar um portfólio bibliográfico (PB) relevante sobre uma temática, realizar uma análise crítica e apontar lacunas de pesquisa sobre o tema, propondo desafios para trabalhos futuros (VALMORBIDA; ENSSLIN, 2015). Essa metodologia é composta por quatro fases: 1) seleção do portfólio bibliográfico; 2) análise bibliométrica do portfólio bibliográfico; 3) análise sistêmica do portfólio bibliográfico; e 4) elaboração dos objetivos da pesquisa, como ilustra a Figura 8.

Figura 8 – Fases do ProKnow-C



Fonte: Ensslin, Ensslin e Pinto (2013, p. 334)

A primeira fase do ProKnow-C se refere à Seleção do Portfólio Bibliográfico. Esta se propõe a identificar na literatura, publicações científicas alinhadas ao tema delimitado pelos

pesquisadores. Fazem parte dessa etapa as seguintes atividades: (i) seleção do banco de artigos brutos; (ii) filtragem do banco de artigos; e (iii) realização do teste de representatividade do portfólio bibliográfico (LACERDA; ENSSLIN; ENSSLIN, 2011).

Depois de realizar os testes, as buscas foram realizadas a partir de diferentes combinações de palavras-chaves, por trazerem documentos mais pertinentes. Tendo em vista que não houve registros de pesquisas que combinassem as três temáticas, optou-se assim por combinações que permitiram identificar trabalhos que contribuíssem com o desenvolvimento e justificativa desta pesquisa. A escolha pelas bases de dados ocorreu pelo fato de serem representativas para a Ciência em geral, e/ou para a área de Ciência da Informação, são elas: Banco de Teses e Dissertações (CAPES); *Networked Digital Library of Theses and Dissertations* (NDLTD); *Web of Science* (WoS); *Library and Information Science Abstracts* (LISA); *Scientific Electronic Library Online* (SciELO BR); Base de dados de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI).

Com o portfólio bibliográfico definido, a segunda fase do ProKnow-C consiste na análise bibliométrica dos documentos. Seu objetivo é gerar conhecimento ao pesquisador sobre as características da temática investigada. Para que isso seja materializado, a bibliométrica possibilita identificar e realçar os destaques de determinadas características/variáveis (DUTRA *et al.*, 2015; ENSSLIN *et al.*, 2014).

Ao identificar informações referentes a cada uma das variáveis, o pesquisador tem base para buscar informações adicionais que irão complementar a construção do seu conhecimento sobre a temática e, principalmente para legitimar suas conclusões, é fundamental que o pesquisador adicione informações para garantir que o conhecimento gerado seja autêntico e confiável (ENSSLIN; ENSSLIN; DUTRA, 2017).

A análise bibliométrica que é realizada nessa metodologia é composta por variáveis básicas, que expressam as características gerais da temática, de forma simples e direta; fazem parte dessa análise informações sobre autores, artigos e periódicos de destaque e fator de impacto dos periódicos. E também por variáveis avançadas, que exigem reflexão e aprofundamento do conteúdo dos artigos. É importante destacar que o pesquisador pode incorporar outras variáveis de acordo com as necessidades e informações encontradas em cada temática, desde que estas sejam justificadas (ENSSLIN; ENSSLIN; DUTRA, 2017).

A terceira fase do ProKnow-C se refere à análise sistêmica do portfólio bibliográfico, a qual faz com que o pesquisador reflita sobre o conteúdo dos artigos do portfólio bibliográfico. Para guiar a análise, é imprescindível que o pesquisador defina uma afiliação teórica, pois irá

determinar como o contexto será observado e quais características serão ressaltadas (ENSSLIN *et al.*, 2010; VALMORBIDA *et al.*, 2014; ENSSLIN; ENSSLIN; DUTRA, 2017).

Por fim, a quarta fase do ProKnow-C é o momento em que o pesquisador já possui conhecimento suficiente sobre o fragmento da literatura que almeja pesquisar, tendo consciência e argumentos para justificar e fundamentar suas escolhas. Como resultado dessa fase, geram-se perguntas de pesquisa que subsidiam estudos futuros (VALMORBIDA *et al.*, 2014).

A aplicação do ProKnow-C contribui na construção inicial da pesquisa, para definir os objetivos, as justificativas, a originalidade e ineditismo da tese. Tais informações são apresentadas na seção primária 1 que se refere à Introdução. O instrumento ProKnow-C foi utilizado para explorar o contexto dos Negócios Sociais no contexto da Inovação, e o resultado da busca realizada em 2018 que abrange as dissertações, teses e artigos científicos pode ser visualizada no Apêndice A. Uma parte dos resultados da busca constituiu um pôster apresentado no ENANCIB 2018. Neste trabalho, apresentou-se um panorama das teses e dissertações sobre os negócios sociais e inovação, apresentando possibilidades para a Gestão da Informação e do Conhecimento (BEDIN; VIANNA, 2018).

A partir disso, ampliou-se o pôster para um artigo científico publicado nos anais do Congresso de Gestão Estratégica da Informação, Empreendedorismo e Inovação (CGEI). Neste trabalho, foi possível apresentar uma análise mais completa das dissertações e teses sobre os negócios sociais, bem como as possibilidades para estudos e pesquisas sobre gestão da informação nesse cenário (BEDIN; VIANNA, 2019). Em 2021, houve a necessidade de atualizar o referencial teórico e constatou-se uma mudança. Assim, passou-se a usar o termo Negócios de Impacto, tendo em vista o desenvolvimento da área no cenário brasileiro e a expansão da utilização deste termo.

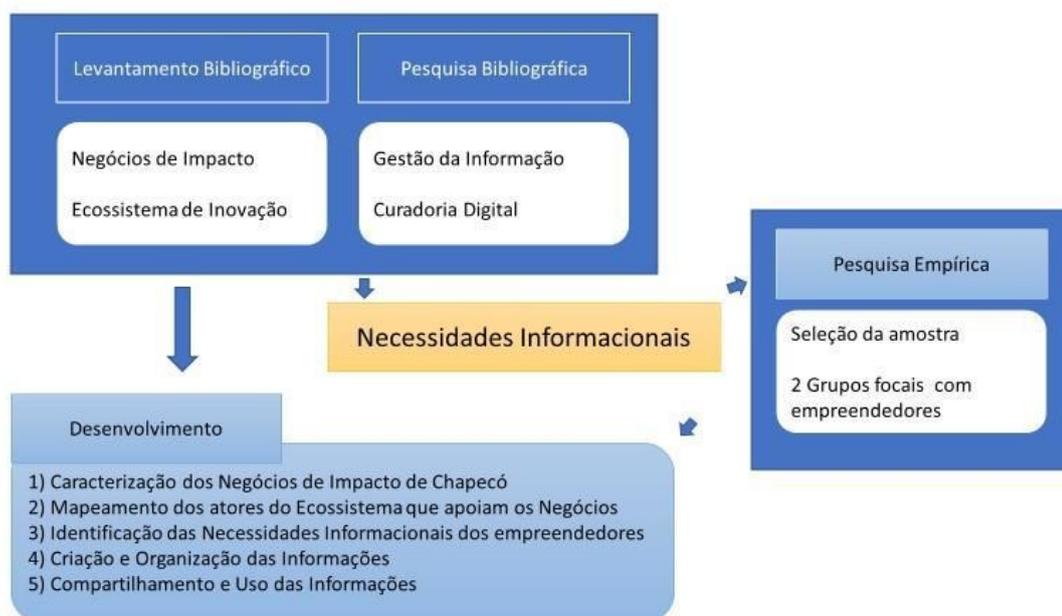
No portfólio bibliográfico sobre Gestão da Informação e Inovação, a partir do resultado das fases 2, 3 e 4, constitui-se a seção 3 sobre a Gestão da Informação no contexto da Inovação (Apêndice B). Além disso, um trabalho foi apresentado no ENANCIB de 2021, com o objetivo de identificar um portfólio bibliográfico da relação entre gestão da informação e inovação. Desenvolveu-se esse trabalho a partir da produção científica brasileira indexada na Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BEDIN; SENA; VIANNA, 2021).

Para fechar a pesquisa bibliográfica, utilizou-se o Portfolio Bibliográfico sobre Curadoria Digital do grupo de pesquisa Gestão Estratégica da Informação, Empreendedorismo e Inovação, liderado pelo professor William Barbosa Vianna. O artigo que apresenta o

mapeamento do Portfolio Bibliográfico com reconhecimento científico, bem como os resultados das análises do ProKnow-C será publicado pelo grupo, com o título “Panorama das pesquisas sobre curadoria digital no Brasil (2000-2020)”.

De forma resumida, utilizou-se do levantamento bibliográfico para construir a seção primária 2 sobre os negócios de impacto e sua relação com o ecossistema de inovação; e da pesquisa bibliográfica, a partir da ferramenta de intervenção ProKnow-C para construir a seção primária 3 sobre a gestão da informação para gerar inovação, e na seção primária 4 sobre a curadoria digital para gestão e preservação. A Figura 9 representa as relações dos conhecimentos teóricos e empíricos utilizados na construção dos resultados da pesquisa.

Figura 9 – Relações dos conhecimentos teóricos e empíricos utilizados na construção dos resultados da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora

A partir da apresentação do processo de seleção bibliográfico, na qual são apresentadas todas as fases e resultados obtidos no instrumento de intervenção ProKnow-C, na seção a seguir será apresentado o universo da pesquisa e os sujeitos participantes.

4.3 UNIVERSO DA PESQUISA E SUJEITOS PARTICIPANTES

Por se tratar de um problema advindo da sociedade, estabelecer o campo de pesquisa tornou-se fundamental para o entendimento do cenário. Segundo Minayo (2007, p. 201), o

campo de pesquisa se refere ao “recorte espacial que diz respeito à abrangência, em termos empíricos, do recorte teórico correspondente ao objeto da investigação”.

Os Ecossistemas de Inovação aproximam a sociedade e seus problemas do conhecimento, enfatizando ações voltadas para o aprendizado, colaboração e para a inovação, seja para o desenvolvimento individual e/ou coletivo. Os Negócios de Impacto, por sua vez, são um segmento que vem crescendo e se destacando no cenário atual. Além disso, precisa ser disseminado tendo em vista seu potencial de impactar as demandas locais. Os problemas locais e globais carecem de novas respostas, novos modelos que se preocupam com as questões socioambientais.

Ante a realidade de Santa Catarina, estado onde a presente pesquisa foi desenvolvida, com base nas ações governamentais que buscam descentralizar os ecossistemas de inovação, levando a cultura empreendedora para todas as regiões, optou-se pela região oeste, representada pela cidade de Chapecó, por ter um forte desenvolvimento no interior do estado. Assim, apostou-se pelos negócios de impacto por romper com a forma tradicional de negócios, e buscar perspectivas mais sistêmicas que abraçam as causas sociais e ambientais. Corroborando com o contexto local, e pelas experiências da região com os movimentos sociais, cooperativas, economia solidária e empreendimentos voltados para as demandas socioambientais.

No que tange à amostra da pesquisa, seguiu-se o conceito estabelecido por Richardson e Peres (2010), sendo a amostra não-probabilística intencional. Os negócios de impacto que compõem a amostra foram selecionados por uma estratégia e possuem uma relação intencional com as características estabelecidas, ao ponto que as amostras foram avaliadas como adequadas na escolha de caso específico, e que se julgou de interesse.

A seleção dos empreendimentos teve como critério os empreendedores que possuíam algum vínculo com os atores do ecossistema de inovação, seja pela universidade, pela incubadora e com parcerias com outros empreendedores, trabalhando assim em rede. A amostra foi composta por 10 negócios de impacto, organizados em dois grupos focais, cada grupo era composto por cinco negócios. Registra-se que dois negócios não compareceram, um de cada grupo, sendo assim, fizeram parte da amostra oito negócios de impacto, envolvendo 10 pessoas que os representavam. Destaca-se que os empreendimentos familiares contaram com a representação de duas pessoas.

Destaca-se que, nesta pesquisa, garante-se a preservação da identidade dos participantes e o anonimato dos dados coletados, não causando qualquer desconforto para as pessoas participantes. Para tal, as pessoas participantes leram e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), o qual pode ser verificado no Apêndice D.

4.4 COLETA, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O grupo focal é uma das formas de entrevistar pessoas, e segundo Barros e Lehfeld (2000), constitui-se de entrevistados distribuídos em grupos que respondem ou narram questões e temáticas colocadas de forma diretiva ou não-diretiva. Nesta modalidade, Flick (2013) expõe que uma mesma pergunta é realizada a todos os participantes, que respondem um após o outro. Ressalta-se a possibilidade de os participantes compartilharem mais informações que nas entrevistas individuais. Sendo assim, a dinâmica do grupo é uma parte essencial para a coleta dos dados.

Verifica-se como vantagens na realização de grupos focais: *insights* gerados com o compartilhamento de experiências e opiniões dos entrevistados; levantamento de dados com maior qualidade; moderador conhecer melhor a linguagem do grupo; participantes com reflexões sobre questões que talvez não refletiriam sozinhos, o que contribui nas suas respostas; custo mais baixo, pois o grupo é reunido em uma única vez; agilidade dos resultados, porque ao final do encontro o pesquisador obtém as respostas do grupo (MUNARETTO; CORRÊA; CUNHA, 2013; SOARES, 2019). Segundo Flick (2013), a formação do grupo de discussão pode ser realizada de várias formas, grupo natural ou artificial, homogêneo ou heterogêneo.

A moderação do grupo também pode ocorrer de diversas formas, como um direcionamento mais formal introduzindo uma lista de palestrantes, ou uma moderação substancial incluindo tópicos e/ou perguntas provocativas (FLICK, 2013). Para esta pesquisa, utilizou-se da moderação substancial iniciando o grupo focal com a apresentação da proposta de pesquisa e perguntas direcionadas para os empreendedores sociais da região de Chapecó.

De forma geral, Flick (2013) destaca que dirigir um grupo focal requer muito esforço organizacional, no que concerne as atividades de planejamento e organização antes do encontro e durante a reunião para conduzir o grupo. De acordo com Freitas *et al.* (1998) e Soares (2019), os grupos focais podem ser realizados em três fases: 1) o planejamento, com a previsão do número e o tamanho dos grupos, os participantes, o grau de interação do moderador (entrevistador), o conteúdo da entrevista e a definição do local; 2) a condução das entrevistas com a conduta adotada nas sessões; e 3) análise dos dados, em que são produzidas as transcrições para a análise dos dados coletados.

No que tange à coleta de dados, inicialmente, definiu-se as questões necessárias para alcançar os resultados esperados na pesquisa. Neste momento, o foco se direcionou para compreender o contexto local e as necessidades informacionais dos empreendedores do

segmento dos negócios de impacto, sendo o ponto de partida para se aproximar e intervir em um novo contexto.

Estabeleceu-se cinco questões para conduzir os grupos focais, sendo elas: 1) Como surgiu a ideia do seu negócio? Qual o propósito e problema que busca solucionar? 2) Quais benefícios o seu negócio gera para a região de Chapecó? 3) Em algum momento vocês já receberam auxílio dos atores locais para desenvolver seu negócio? 4) Quais dificuldades vocês percebem no desenvolvimento do seu negócio? 5) Quais informações vocês julgam necessárias ter acesso no ecossistema de inovação para potencializar seu negócio?

Para esta estruturação inicial do processo de curadoria digital para a gestão da informação, definiu-se uma amostra de dois grupos de empreendedores para a aproximação com o contexto local, e possibilitar assim a construção do espaço para compartilhamento de informações para o segmento dos negócios de impacto, adequado com a realidade local e as demandas. A seleção dos empreendimentos teve como critério os empreendimentos que possuíam algum vínculo com os atores do ecossistema de inovação, seja pela universidade, pelo parque, pela incubadora ou com parcerias com outros empreendedores, trabalhando assim em rede, numa perspectiva coletiva.

Com a definição dos grupos, preparou-se um roteiro (Apêndice C) para conduzir os trabalhos com os grupos, com uma breve apresentação da pesquisadora, da proposta da tese e da dinâmica do grupo focal. Por fins de viabilidade, os grupos focais foram realizados via plataforma de videoconferência, por se tratar de um espaço virtual de encontro que agilizaria as questões relacionadas ao deslocamento, agendas dos participantes e às exigências de distanciamento social em decorrência da pandemia da COVID-19. Ressalta-se que, devido à pandemia, as interações via chamada de vídeo passaram a ser uma realidade para as organizações darem sequências às atividades e projetos, pois momentos de crise geram oportunidades de aprendizado.

Escolheu-se o *Google Meet* como plataforma de encontro, que permitiu também a gravação do encontro com áudio e vídeo das interações nos grupos. Os grupos focais foram conduzidos pela pesquisadora, que teve como papel mediar o grupo, e contou com o suporte de uma pessoa para fazer as anotações e observações durante a condução. No que tange ao tempo de duração das reuniões, este ocorreu durante uma hora e quarenta e cinco minutos. Realizou-se essa primeira etapa de organização e coleta de dados no segundo semestre de 2021, nos meses de agosto e outubro.

Para conduzir a análise e a interpretação dos dados, utilizou-se da análise de conteúdo qualitativa, que segundo Flick (2013), precisa seguir alguns passos no procedimento: 1) definir

o material; 2) analisar a situação da coleta de dados; 3) caracterizar formalmente o material; e 4) definir a direção da análise para os textos selecionado, conforme o Quadro 4.

Quadro 4 – Procedimento da análise qualitativa de conteúdo

Passos	Atividade	Explicação
1º	Definir o material	Selecionar as entrevistas ou aquelas partes que são relevantes para responder à questão de pesquisa.
2º	Analisar a situação da coleta de dados	Como o material foi gerado, quem estava envolvido, de onde vieram os documentos.
3º	Caracterizar formalmente o material	O material foi documentado com um registro ou protocolo? Houve uma influência na transição do texto quando ele foi digitado?
4º	Definir a direção da análise para os textos selecionados	O que realmente se quer interpretar deles.

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Mayring (1983 apud Flick, 2013)

O material foi documentado, a partir da transcrição das gravações realizadas no formato de vídeos. A documentação das interações foi realizada na íntegra, contendo todas as falas de todas as pessoas envolvidas nos grupos. Ocorreram algumas correções na escrita de palavras faladas de forma equivocada, tendo em vista que não influenciaria na interpretação dos dados para a pesquisa. A transcrição gerou dois arquivos com o relato dos grupos, totalizando 45 páginas, sendo 22 páginas do grupo focal 1 e 23 páginas do grupo focal 2, conforme Apêndice E e Apêndice F. A transcrição e revisão dos documentos foram realizadas por uma equipe de consultoria acadêmica, e pela pesquisadora.

A direção das análises teve como indicadores as categorias definidas, que permitiram esclarecer o que realmente quer se interpretar com a transcrição dos grupos focais. No que tange à análise dos dados, na pesquisa qualitativa, analisar e interpretar dados envolve ir além, transcender os dados na busca de uma dimensão significativa. Esse significado emerge pela indagação sistemática aos dados já codificados (COFFEY; ATKINSON, 1996).

Realizou-se a leitura e releitura da entrevista de cada grupo para identificar categorias. Categorização significa, essencialmente, o instante em que há um condensamento da massa de dados, colocando-os em unidades analisáveis. É importante entender, também, que a categorização pode ser parte do processo de análise, não podendo ser pensada como a própria análise, nem substituta desta (COFFEY; ATKINSON, 1996).

Assim, identificou-se as seguintes categorias: 1) caracterização dos negócios de impacto – abrangendo o segmento de atuação, surgimento do empreendimento, perfil do empreendedor, e os benefícios entregues a sociedade; 2) identificação dos atores do ecossistema de inovação

de Chapecó – organizações que apoiam o desenvolvimento dos negócios de impacto; e 3) mapeamento das necessidades informacionais – demandas dos empreendedores para ampliar o desenvolvimento dos seus empreendimentos.

A partir dos dados empíricos que compõem as categorias foi possível construir a seção dos resultados da pesquisa. Para Van Manen (1990), a tematização é uma maneira de controlar e dar ordem tanto para a pesquisa quanto para a escrita.

No que tange à pesquisa documental, esta abrange materiais que não receberam tratamento analítico e podem ser aperfeiçoados conforme seus objetivos, pode-se dizer que é muito parecida com a pesquisa bibliográfica, no entanto, a diferença está na natureza das fontes (GIL, 2008). Esses documentos podem já existirem, segundo Flick (2013, p. 123), sendo resultantes de um processo institucional, “um conjunto de dados existentes de outros contextos”, mas que podem ser úteis e reutilizados na pesquisa em questão.

A partir dos dados coletados durante com os grupos focais sobre os atores que apoiam o desenvolvimento dos negócios de impacto (seção 6.2), utilizou-se da pesquisa documental para entender a tipologia e a sua função no ecossistema de inovação. Nesse caso, consultou-se os *sites* dos atores para coletar as informações.

5 GESTÃO DA INFORMAÇÃO NA CURADORIA DIGITAL PARA OS NEGÓCIOS DE IMPACTO NO ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO DE CHAPECÓ

Esta seção tem sua estrutura fundamentada nos resultados da pesquisa, abarcando os subsídios teóricos para dar profundidade às análises e permitindo a representação do processo. Sendo assim, iniciou-se com as etapas da gestão da informação, e na sequência incorporando elementos da curadoria digital, entrelaçando uma combinação estratégica e complementar entre gestão da informação e curadoria digital, com a finalidade de compartilhar informações sobre negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó.

Para tal, a seção dos resultados conta com a caracterização dos negócios de impacto do ecossistema de inovação de Chapecó, com a apresentação dos atores locais que apoiam o desenvolvimento dos negócios de impacto, seguida das necessidades informacionais apontadas pelos empreendedores, e para fechar, apresenta-se a criação e organização das informações sobre o segmento de negócios de impacto, com o compartilhamento e uso destas informações pela sociedade.

5.1 CARACTERIZAÇÃO DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO

Para compreender o universo da pesquisa, premissa que permite conhecer o contexto, bem como as demandas informacionais, torna-se imprescindível apresentar os negócios de impacto que fizeram parte da amostra para a construção da curadoria que pode, a longo prazo, mapear o segmento de negócios de impacto para conectar pessoas, ideias e ações. Sendo assim, nesta seção constam os negócios de impacto e os benefícios que estes geram para a região de Chapecó.

Ao categorizar os negócios de impacto, identificou-se empreendimentos do setor da alimentação, panificados, orgânicos, vestuário, reciclagem e hábitos saudáveis. O primeiro grupo focal, composto por quatro empreendimentos, evidenciou a característica comum de estarem conectados de alguma forma, seja por ações desenvolvidas de forma colaborativa, ou por fazerem parte de um mesmo projeto. Ressalta-se que as interações acontecem de forma direta ou indireta dependendo da aproximação. No que tange aos seus produtos e serviços, estes agregam valor ao buscarem solucionar um problema da sociedade, e assim promoverem impacto e sustentabilidade.

Para iniciar as interações entre a literatura e os dados coletados, cabe mencionar Barki (2015), ao atrelar o surgimento dos negócios de impacto, como uma resposta aos problemas

provocados pelo capitalismo, dessa forma, pode ser considerado uma nova forma de pensar, de influenciar os negócios. No decorrer da apresentação dos empreendimentos, é possível identificar a forma que cada empreendedor constituiu seu negócio, pautado em demandas sociais que geram impacto.

O Empreendimento 1 surgiu há quatro anos, no processo de repensar a carreira profissional e o planejamento familiar da empreendedora. A partir da vivência como consultora resolvendo problemas para quem queria abrir um negócio ou realizar alguma adequação devido a uma inadimplência que gerou multa por questões ambientais ou sustentáveis, o desejo da empreendedora era oferecer algo para a comunidade: *eu me encontrei na moda sustentável, nas opções de tecidos e processos produtivos mais responsáveis. E nesses quatro anos[...]cresceu tanto na oferta de produtos que hoje a gente tem três segmentos bem marcados: moda sustentável, todo universo da moda desde embalagens, cabides e tags. Tem todo um rol que não é só o produto, é muito mais do que a mercadoria em si. Toda uma questão de consumo consciente associada. E a parte de compostagem e Lixo Zero. Então, que vai de composteira, copos, canudos, absorvente, talheres... Tudo que envolve uma troca de algo descartável por um reutilizável na rotina de qualquer pessoa. E a parte de saúde e bem-estar, que aí vai desde o básico, sabonetes naturais, até a parte dos sólidos, que casa muito com consumo consciente e o Lixo Zero, que é shampoo em barra, pasta dental em barra, desodorantes em barra, sempre evitando as embalagens, evitando o descarte, evitando o desperdício. E além dos produtos, essa conversa com as pessoas, muita educação ambiental envolvida. Sempre que possível, eu tenho esse papo com as pessoas.*

Nesse sentido, o empreendimento busca trabalhar com um papel educativo, sendo um *start* para as pessoas refletirem sobre os excessos do consumo, para olharem para o que já tem, e assim possam consumir e adquirir apenas o necessário, promover um consumo consciente que observa e valoriza quem produz, a produção local. Em paralelo ao consumo sem exageros, é trabalhado o destino das coisas que não se utiliza mais, tentar fazer ao máximo esse círculo fechar [EMPREENDEDORA 1].

O Empreendimento 2 se trata de é uma padaria que vai além de ser um comércio, pois desde a sua criação a decisão foi fazer algo alinhado com o propósito de vida dos empreendedores, algo que fosse prazeroso, e não apenas voltado para questões financeiras. A decisão de empreender, de abrir o próprio negócio, foi pautada em ser algo significativo: *Eu já fiz isso por realmente querer algo que eu gostasse, e não somente pelo financeiro. Acho que o meu grande diferencial já foi nessa tomada de decisão. Por serem envolvidos com a comunidade, havia a necessidade de ter um espaço, assim o Empreendimento foi pensado com*

intuito ser um local de encontro, de reuniões, de trocas e projetos coletivos. Para somar em seu propósito, incorporou os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), e tornou-se um Ecoponto para a coleta de materiais recicláveis. Assim, os projetos desenvolvidos neste espaço visam gerar melhorias para as pessoas do bairro – *“citou o nome de empreendimento”, ele tem sentido, de não ser só um comércio, mas a pessoa vir e das nossas conversas surgir algo bom para comunidade.* Um exemplo disso é o Armazém Comunitário, um espaço reservado para as pessoas compartilharem vários itens. Vale ressaltar que toda a criação do empreendimento aconteceu devido aos impactos e no contexto da pandemia da COVID-19 [EMPREENDEDORA 2].

O Empreendimento 3, uma *startup* de impacto, surgiu a partir de uma pesquisa de conclusão de curso na universidade, motivada pela experiência profissional e o histórico familiar. *Na época, eu já estava estudando sobre o problema do descarte correto de resíduos, que a gente precisava melhorar isso e entender o porquê que isso acontecia, o que que a gente podia fazer para ajudar. E lá na pesquisa, a gente percebeu que a gente poderia melhorar muito a qualidade de como o resíduo chega para associações de catadores e isso dependia, na verdade, de cada um de nós, da gente separar e a gente fazer o descarte da forma correta, levar no local correto.*

Assim, foi sendo construída a proposta do empreendimento, ao entender que as pessoas precisavam ter informação para que o descarte dos resíduos fosse mais efetivo. No entanto, evidenciou-se a existência de algumas plataformas que apresentavam informações sobre reciclagem, sobre ações no dia a dia. *E aí, a gente foi cercando o problema, tentando achar formas de fazer isso acontecer. Até que veio, então, a ideia de fazer: – Tá, vamos então criar uma plataforma que vai trazer informação para as pessoas, mas ela tem que ser muito atrativa, ela tem que ser algo que as pessoas gostem de participar e que elas estejam sempre acessando. E aí surgiu, então, de fato, a ideia do “citou o nome do negócio”: vamos fazer uma plataforma que vai trazer informação para as pessoas colocarem em prática e a motivação para elas buscarem essa informação a gente consegue com empresas que querem motivar isso. A gente pensou que poderiam ter outras atividades que inclusive iriam chamar mais a atenção das pessoas para olhar para a reciclagem. Então, a gente colocou lá bike, caminhada, que tem a ver com os ODS [EMPREENDEDOR 3].*

O Empreendimento 4 foi idealizado a partir da combinação da sustentabilidade, da moda, e da vontade de empreender. Ao lecionar uma disciplina de Sustentabilidade e Educação Financeira na educação básica, a empreendedora voltou o seu olhar para as questões de sustentabilidade e para o contexto regional ao observar a dificuldade de encontrar espaços mais

acessíveis e que pudessem compartilhar dessa ideia. Eram poucos sebos, brechós e bazares. Ao se deparar um pouco decepcionada com o cenário da educação, surge o sentimento de começar algo novo, algo que estivesse alinhado com o desejo de fazer, de colocar as ideias em prática. E assim nasceu o empreendimento, um espaço “*onde a pessoa desapega daquilo que ela não usa mais, não gosta, ou não faz mais sentido para ela e que ela encontre no mesmo espaço algo novo que venha a fazer sentido para ela agora. Então, a gente fecha esse ciclo sustentável, desapega aquilo que não usa e compra o que já existe*”.

Pode-se dizer que seu trabalho é voltado para que as pessoas ressignifiquem a relação com a roupa, com o que já tem e com as peças que vão adquirir, que busquem consumir o que já foi produzido e está circulando. Com os desafios da pandemia da COVID-19, houve uma mudança significativa em alguns hábitos. As pessoas começaram a olhar para o que tinham no guarda roupa, começaram a desapegar, a buscar pelo mais barato, já que o convívio social estava limitado, isso tudo somou para constituir o empreendimento [EMPREENDEDORA 4].

Para somar na compreensão de como surgiu os negócios de impacto que fazem parte da pesquisa, será apresentado algumas informações sobre o perfil das pessoas empreendedoras que fizeram parte do primeiro grupo focal. Em relação ao gênero, tivemos a participação de três mulheres e um homem. No que tange à formação, as quatro pessoas possuem graduação, identificou-se as seguintes áreas: Ciências Biológicas, Ciências Contábeis, História e Publicidade e Propaganda; em nível de pós-graduação, uma das pessoas tem especialização, um mestrado e outra com especialização e mestrado. Assim, percebe-se um perfil empreendedor prioritariamente feminino e qualificado formalmente.

O segundo grupo focal contou com a participação de quatro negócios de impacto, todos ligados ao segmento dos alimentos, conectados ao coletivo e com o diferencial do trabalho com produtos mais saudáveis e/ou com as relações, e forma de trabalho mais autônomo e humano. Assim, percebe-se que há uma preocupação com o tipo de alimento que se consome, mas também com o fator humano que está envolvido na produção, em busca de um estilo de vida com menos impacto ao planeta. Destaca-se que esta é uma demanda da região oeste catarinense, por estar ligada ao histórico produtivo, baseado na agricultura familiar, bem como a luta dos movimentos sociais presentes.

O Empreendimento 5, com dois anos existência, tem como base de trabalho a agricultura familiar. A partir de algumas inquietações dos empreendedores sobre a alimentação e o uso de agrotóxicos, o negócio começou a nascer – [...] *hoje em dia é difícil alimento que não tenha um pouco de agrotóxico. Então, a gente começou a enxergar isso, aí uma coisa vai ligando a outra. A gente foi se interessando pela questão de plantar. Eu vi na época que a gente tinha terra aqui*

*e a terra era improdutiva, não produzia nada. Daí, foi vendo, uma coisa puxa outra e a gente foi se interessando cada vez mais pelo assunto, até que a gente decidiu começar a plantar e mudar os planos para esse rumo da agroecologia, dos orgânicos. A produção inicial era para consumo próprio, depois evoluiu para os familiares, até chegar à comercialização das cestas semanais e as vendas na Feirinha para os clientes [EMPREENDEDOR 5.2]. Outras questões que influenciaram o negócio estão relacionadas com a *qualidade de vida, principalmente, sair um pouco também dessa loucura da cidade que é trânsito, e estresse* [EMPREENDEDORA 5.1].*

O Empreendimento 6 agregou a experiência do campo com a experiência urbana, e estes se unem quando o planejamento envolve o fazer junto, o trilhar um caminho diferente: *a gente começa a repensar algumas coisas, em qualidade de vida, repensar os objetivos da vida da gente, da família, dos filhos, e como a gente tem essa estrutura aqui e a gente já vinha pensando em trabalhar para nós mesmos* [EMPREENDEDORA 6.1].

Assim nasceu o Empreendimento, baseado na agricultura familiar, com objetivos e muito trabalho, como qualquer outro pequeno produtor, mas com desejo imenso de fazer história, fortalecer ainda mais este tipo de negócio, e os produtos que estão alinhados com qualidade de vida e saúde. *Faz uns dois anos que a gente começou com a ideia, mas agora, efetivamente faz uns três meses, a partir da Feirinha mesmo que a gente assumiu a nossa fábrica, que é uma fábrica de geleias, geleias sem conservantes. E aí para agregar o tempo que sobrava, a gente também, através da vigilância, autorizou para fazer panificados com bolos, bolachas, pães, toda a linha de panificados porque, digamos a parte de geleias são produtos bem sazonais, bem de época. E a gente tinha esse tempo ocioso, então a gente acabou fazendo para agregar e dar sustentabilidade ao empreendimento, porque senão só a geleia não seria suficiente* [EMPREENDEDOR 6.2].

No Empreendimento 7, uma agroindústria familiar do setor dos panificados, os empreendedores já atuaram em diferentes frentes da agricultura familiar ao longo da história da família. Um dos pilares que sustenta essa persistência é o envolvimento com as questões sindical e do cooperativismo, que tem consciência sobre o contexto alimentar no Brasil: *E muitas vezes as pessoas não se dão conta de que a maior parte da alimentação básica mesmo ela vem da Agricultura Familiar, se não fosse o pequeno agricultor familiar trabalhando o alimento, com certeza, seria muito mais escasso do que já está sendo. Sobre a produção que comercializam: O nosso produto é 100% artesanal. A gente gostaria de poder produzir 100% com insumos orgânicos, mas estamos criando um público consumidor devagarinho. O público consumidor dos panificados orgânicos é baixo, por enquanto, e a gente está criando ele aos*

poucos. Ele é um produto que não é tão barato, aos olhos dos consumidores. A gente vê diferença às vezes até de 60% no valor quanto, um pão por exemplo. Mas a gente tem um público que está buscando por isso e a gente tem espaço para todos [EMPREENDEDOR 7].

O Empreendimento 8 trabalha com produtos orgânicos certificados há mais de 20 anos. A partir da experiência e por ser uma referência na área dos organizados no oeste catarinense, a empreendedora defende a proposta da produção orgânica, da agricultura familiar e das pequenas agroindústrias, e que seja olhado para o processo, a partir de uma perspectiva de produção limpa. *Então nós temos a produção orgânica, a nossa propriedade é toda certificada orgânica com avicultura, temos algumas coisas de frutas, algumas coisas de... o potencial também, de frutas, verduras, estamos... de alguma coisa de grãos a gente produz na própria propriedade, mas a gente está desenvolvendo também um projeto de desidratação e destilação de ervas medicinais [EMPREENDEDORA 8].*

Para somar na compreensão de como surgiu os negócios de impacto que fazem parte da pesquisa, serão apresentadas algumas informações sobre o perfil das pessoas empreendedoras que fizeram parte do segundo grupo focal. Em relação ao gênero, tivemos a participação de três homens e três mulheres. No que tange à formação, uma pessoa possui formação em Psicologia, duas pessoas com cursos técnicos, uma pessoa com cursos de curta duração e duas pessoas não possuem formação acadêmica. Assim, percebe-se um perfil empreendedor equilibrado no que tange ao gênero, principalmente por se composto por empreendimentos familiares, alguns empreendimentos foram representados pelo casal; isso é muito importante para a representatividade, para dar voz a todas as pessoas envolvidas. Apesar de não contar com qualificação acadêmica, os empreendedores demonstraram contar com experiência de vida, ao se envolverem com o movimento de luta, sindicatos, associações, por várias gerações.

O desafio em empreender, a partir de diferentes perspectivas como é a proposta dos negócios de impacto, torna-se uma luta diária, como pode ser observado na fala do Empreendedor 7:

E a gente fica muito feliz quando a gente é convidado para participar de um projeto desse, Jéssica, porque às vezes no meio onde a gente vive, a gente é tido... por se desafiar a fazer algo diferente, a gente ouve até umas piadinhas, umas um zombaria às vezes; - Ah, mas esses caras querem fazer diferente, querem fazer umas coisas que não tem nem pé nem cabeça; então quando a gente é convidado para participar, a gente se empolga e se entusiasma e a gente percebe que estamos no caminho correto. A gente vem de uma lida sindical familiar e cooperativista. Eu digo que, eu acho que deve ser 40 anos que o meu pai e meus avós foram sindicalistas e trabalhavam com cooperativas, então muito daquilo que veio sendo transformado, hoje

consegue se pôr em prática, e a gente percebe que estamos no caminho [EMPREENDEDOR 7].

Os negócios de impacto agregam valor em seus empreendimentos por se preocuparem com problemas que fazem parte do cotidiano das comunidades, que geram impacto tanto para as pessoas, como para o meio ambiente. Para somar com a caracterização dos negócios de impacto que fizeram parte da pesquisa, serão apresentados os benefícios gerados pelos negócios de impacto destacados pelos empreendedores.

Na perspectiva informacional, o Empreendedor 3 apontou que disponibiliza informações de cunho mais geral sobre sustentabilidade e bons hábitos, além de disponibilizar informações do âmbito local, facilitando o descarte correto dos resíduos – *Levar a informação para as pessoas. A gente fica muito feliz de receber os feedbacks de que as pessoas que usam o aplicativo, elas conseguem encontrar formas de colocar a sustentabilidade no dia a dia delas. Ajuda elas a saberem aonde tem um ecoponto, onde que é mais perto da casa delas, qual a forma certa de descartar [EMPREENDEDOR 3].*

Já no ramo do vestuário, o Empreendimento 1 e o Empreendimento 4 instigam as pessoas a repensarem seus hábitos de consumo, disponibilizando opções que possam contribuir com uma mudança efetiva:

Colocar a sustentabilidade como um hábito de consumo na área da moda, eu acho que é um dos principais benefícios. A relação custo-benefício que você tem também comprando no brechó, como as pessoas buscam muito brechó na questão de preço: – Aí, vou no brechó, porque eu vou pagar mais barato, mas que esse barato ele também venha com qualidade. Então, quando você for comparar uma peça, sei lá, do shopping ou de uma loja de departamentos, você perceba que o mesmo valor que você paga por um produto inferior em questão de qualidade, tecido, fabricado na China, trabalho escravo, tudo isso você possa comparar com uma peça de brechó que já tem anos de história, tanto que o nosso slogan é esse é “moda consciente e histórias para contar” [EMPREENDEDORA 4].

Então, hoje é oferecer tudo que uma pessoa precisa no seu dia a dia com a opção de baixo impacto ambiental, desde acordar para escovar os dentes até a roupa que veste e o lixo que gera. Aqui tem uma opção de menor impacto para ela fazer essa troca gradativa na sua rotina, acho que esse é o maior benefício do (Nome do Empreendimento). E graças às parcerias, é recolher os resíduos e dar esse suporte para essas pessoas que já querem fazer um pouco mais [EMPREENDEDORA 1].

A Empreendedora 2, considera como benefício para a comunidade o seu papel educativo sobre as questões ambientais, o consumo consciente, o descarte correto dos resíduos:

Então, através do Ecoponto a gente consegue trabalhar umaimensidão de coisas baseado no consumo consciente, principalmente para as crianças. Então, a gente está recebendo turmas de escola, de grupo escoteiro com os pequenos para trabalhar a educação ambiental com todos esses itens. [...] Nas nossas redes sociais, a gente fala da segunda sem carne, porque a gente vende uma alimentação que tem carne, mas então a gente tenta reduzir. Então, trabalhar a segunda sem carne, matéria-prima orgânica de qualidade, incentivar o consumo de empresas familiares aqui do nosso bairro, da nossa cidade. Então, tudo isso a gente trabalha com base nos 17 ODS e que é o que a gente consegue, então, beneficiar nossa comunidade nesse sentido também com bastante informação nas redes sociais [EMPREENDEDORA 2].

Os Empreendedores do Empreendimento 5 destacam benefícios tanto nos produtos que são comercializados, como para quem produz, considerando o fato humano nesse processo que é o trabalho, que faz parte da dimensão da vida, em ter uma vida digna, com saúde e qualidade. Além disso, os empreendedores destacam a importância da relação com as pessoas que compram os produtos, do retorno que tem pela qualidade dos produtos e das entregas. Isso acaba sendo um incentivo, fortalecendo ainda mais o negócio e a forma de trabalho.

Os benefícios eles são tanto para a gente que está produzido, quanto para quem vai receber esse alimento. Porque eu jamais imagino, por exemplo, trabalhando e passando veneno na minha própria comida. E se a gente parar para pensar eu vou dar uma alface para o meu filho que eu comprei no mercado, e se a gente pensar de forma consciente mesmo nisso a gente não dá. [...] Então, eu acho que a questão do benefício ela é tanto para quem vai comer aquilo, quanto para a gente que trabalha com isso, e tem principalmente qualidade de vida. [...] Por exemplo, em dia de chuva, você tem que sair de manhã cedo e ir para o teu trabalho, pegar aquele trânsito louco, fazer as coisas naquela correria, de meio-dia tu tens que almoçar correndo. Eu sempre paro para pensar, nesses dias que eu estou aqui, eu posso ir ali na estufa, trabalhar o horário que eu quero. É claro que eu também tenho as minhas obrigações, como todo mundo tem, mas eu posso fazer isso no meu tempo. Se hoje eu não estou legal para fazer eu não vou, eu vou amanhã, eu vou de tarde. Então a gente tem isso, essa qualidade de vida mesmo [EMPREENDEDOR 5.2]. E a qualidade de vida no campo é muito melhor, a gente tem bem mais liberdade. Então, são escolhas da gente que... a gente não escolheu o dinheiro, se for ver, a gente escolheu mudar, buscar mais uma qualidade de vida [EMPREENDEDORA 5.1].

O Empreendimento 6 corrobora com essa questão das relações mais humanas ao citarem o diálogo, a troca que acontece com os consumidores, com a preocupação diária com a entrega dos produtos, que sejam de qualidade, com cuidado.

Então assim, eu lembro muito bem das primeiras vezes que eu fiz bolo na vida, das primeiras vezes que você está ali, preparando algo diferente, que você coloca teu carinho, que você coloca o teu amor, a gente pensa muito assim: se fosse eu que comprasse, se eu estivesse indo lá, como que eu gostaria de receber, como gostaria que esse produto estivesse sendo apresentado. Então,

não é só uma venda de um produto, não é só uma comercialização que vai dar um retorno financeiro, vai além disso. É essa troca, essa relação com o outro, a relação do que a comida traz em si. Não é só questão de energia, como a gente diz, de gerar energia, mas vai além disso hoje o alimento. E é nisso que a gente tem que se fortalecer, e é nisso que a gente tem que pensar assim. Então, eu acho que os benefícios de hoje estar trabalhando é isso, é poder ver o retorno do teu trabalho, ver o que que ele está levando para as pessoas e o que está dando para a gente também [EMPREENDEDORA 6.1].

O sítio onde está localizada a agroindústria familiar do Empreendimento 7 também é um espaço de turismo rural, assim os empreendedores recebem as pessoas em sua propriedade, facilitando o contato com a natureza, com a vida no campo, pra tomar um café, ter momentos de interação.

[...] eu tenho um dizer que eu estou usando ultimamente, nos ciclos que a gente passa, que a gente deve pensar globalmente, mas agir localmente. E quando a gente consegue ver o brilho nos olhos das pessoas, uma criança que veio na feira comprar um produto e dizer: - Óh, eu vim comprar de novo porque eu gostei. [...] Nós somos os primeiros degustadores do nosso produto, e isso não tem um valor financeiro que retribua, porque realmente a gente está fazendo um papel gratificante e a remuneração financeira é uma consequência. Então, se a gente faz, eu acredito que faz o que faz, porque faz, pensando no objetivo do bem-estar das pessoas e de uma alimentação diferenciada, das cadeias curtas. Eu acho que o principal objetivo da feira é as cadeias curtas. O nosso alimento viaja 22 km, que é de casa até a feirinha. Nós temos alimentos aqui que viajou 2022 km para chegar aqui na nossa mesa. Então, os alimentos também às vezes são mais turistas do que nós. E quando a gente consegue ter essa proximidade com o alimento e com a produção, a gente se torna também, em parte, mais do local. E se você é o que você consome [EMPREENDEDOR 7].

Os benefícios destacados pela Empreendedora 8, perpassam pelo papal educativo: *Então, eu acredito que às vezes a gente teria que sentar com essas pessoas e começar a conversar um pouquinho sobre a questão da alimentação e do que está se alimentando. Quando que a gente vai olhar o produto em questão dos benefícios, também, da saúde... exemplo, entre comprar uma comida para encher a barriga e entre você comer em relação da forma de nutrientes que têm naquela comida [EMPREENDEDORA 8].*

Analisando os negócios de impacto que fizeram parte dos grupos focais, de forma geral, percebe-se que os empreendedores 1, 2, 3, 4, 5 e 6.1 consideraram importante realizar algo que gostassem no âmbito do trabalho, que estivesse alinhado com o propósito de vida. E em alguns casos, os empreendedores (2, 4 e 6.1) enfatizaram um descontentamento em relação à sua formação, atuação profissional e satisfação pessoal, antes de empreender no ramo dos negócios de impacto. A atuação profissional alinhada apenas à formação trazia retornos financeiros, no

entanto, não contemplava a satisfação pessoal, que no caso dos empreendedores sociais está atrelado ao bem coletivo.

O planejamento e a convivência familiar também foram considerados importantes na tomada de decisão dos empreendedores (1, 2, 5.1 e 6.1), na tentativa de criar espaço para o trabalho, para a família, qualidade de vida e para as questões pessoais em um contexto capitalista onde prevalece outros valores. Esses indicadores vão ao encontro da fala de Santos (2009), ao considerar que o principal diferencial entre os empreendimentos tradicionais e os negócios de impacto está pautado na apropriação de valor, que reflete no propósito financeiro e social dos empreendimentos.

Outros indicadores que apareceram nos grupos focais estão relacionados diretamente com a satisfação pessoal dos empreendedores que é a preocupação com o meio ambiente, com o impacto da ação humana e do lixo produzido diariamente, com uma alimentação saudável, as relações de trabalho pautada nas questões humanas, com a qualidade de vida das pessoas, e a preocupação com os pequenos negócios que fazem parte das cadeias curtas onde o produtor e o consumir estão próximos. Tudo isso impacta diretamente no desenvolvimento local.

Nesse contexto, busca-se amparo em Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010) para compreender que as pessoas que empreendem no ramo dos negócios de impacto têm potencial para atuar como agentes de mudanças para os problemas da sociedade, além de garantir a sustentabilidade financeira do negócio. O termo empreendedor social utilizado nesta pesquisa, tem como base a definição de Ashoka (2010), que caracteriza o indivíduo que busca soluções inovadoras para os problemas sociais encontrados na sociedade. Assim, evidencia-se que o perfil dos empreendedores do segmento de negócios de impacto da região de Chapecó, é representado pelo conceito encontrado na literatura.

No que tange às pessoas empreendedoras, Bignetti (2011) considera que os negócios podem ser impulsionados por empreendedores individuais, organizações ou pelos movimentos sociais, sendo assim, as peculiaridades de cada região que definem como os ecossistemas irão se constituir. Levando em consideração as características regionais, a Agricultura Familiar é um ramo potencial a ser desenvolvido, a partir de iniciativas de empreendedores individuais, ou coletivos focados em atender problemas advindos do contexto regional. Além disso, durante os grupos focais, identificou-se a presença de empreendimentos desenvolvidos a partir de organizações, como é o caso das Associações de Catadores, e a partir dos movimentos sociais, como é o caso do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST).

Pode-se dizer que os negócios de impacto, na região de Chapecó, contemplam iniciativas que abordam problemas sociais que abrangem o contexto urbano e o meio rural.

Após conhecer os negócios de impacto que fazem parte da pesquisa e representam o segmento na região de Chapecó, na seção a seguir, serão explorados os atores do ecossistema de inovação que apoiam o desenvolvimento desses negócios.

5.2 ATORES DO ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO APOIADORES DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO

Para impulsionar o desenvolvimento dos negócios de impacto na região de Chapecó é imprescindível contar com o apoio dos atores locais. Principalmente, quando estes estão conectados e desempenhando seus papéis, contribuindo assim com o desenvolvimento dos empreendimentos, a partir da perspectiva do conhecimento e da inovação. De acordo com os documentos que orientam o Pacto da Inovação de Santa Catarina (SANTA CATARINA, 2017), os ambientes de inovação possibilitam reunir talentos, compartilhar sinergias, conhecimentos e capital, intensificando assim, o potencial empreendedor da região, impulsionando diferentes modalidades de negócios.

Seguindo a indicação de Limeira (2018, p. 16), buscou-se identificar os participantes do ecossistema de inovação e suas funções, tendo em vista que podem contribuir com os empreendedores na definição das “estratégias de relacionamento e parcerias com aqueles que podem potencializar suas iniciativas e realizar intercâmbio de negócios”. De acordo com os dados coletados com os empreendedores, a seguir serão apresentados os atores que vêm apoiando o desenvolvimento dos negócios de impacto na Região de Chapecó.

A Empreendedora 1 aponta as parcerias como um grande diferencial, e a articulação com o coletivo são fatores que fazem o negócio andar e isso precisa ser ainda mais fortalecido, como o Fórum dos Resíduos do Comitê dos ODS, organizado pela ACIC. Destaca também as capacitações oferecidas pelo SEBRAE, e as ações e pesquisas vinculadas à universidade, a partir de projetos, trabalhos de conclusão de curso, e até uma dissertação de mestrado que usou o empreendimento como case: *A gente abre as portas, mas é a gente que ganha na verdade, com pesquisa, com devolutivas, com ferramentas, com capacitações que muito contribuíram para o negócio sempre* [EMPREENDEDORA 1].

A Empreendedora 4 conta com uma estrutura e exigência administrativa um tanto diferenciada de um negócio tradicional, por contar com características específicas, ter a necessidade de uma curadoria. E como o negócio cresceu muito rápido, no momento, conta com uma *mentoria administrativa com uma especialista no ramo de brechós que é de Curitiba. Inclusive eu estava lá esse fim de semana para fazer parte da mentoria e na semana que vem*

ela vem para Chapecó para terminar os processos aqui in loco, para que a gente possa resolver alguns problemas que eu criei nesse caminho atribulado que foi de crescimento da loja. No entanto, este foi o único apoio que teve. A maior parte do processo de desenvolvimento do negócio, foi com base em pesquisas e na experiência do dia a dia [EMPREENDEDORA 4].

A Empreendedora 2 aponta as parcerias que recolhem os resíduos coletados, isso facilita muito tanto em relação ao tempo e aos gastos para dar o devido descarte. Por contar com projetos sociais no espaço do café, a universidade disponibiliza voluntários para contribuir com as ações do brechó por exemplo, nas atividades de separação das roupas, na organização e nas vendas realizadas durante o evento. Também já participaram de trabalhos e pesquisas vinculadas à universidade [EMPREENDEDORA 2].

Por ter sua origem ligada à universidade, o Empreendimento 3 conta com esse vínculo até o momento, sendo uma parceira ao disponibilizar a instalação de um Ecoponto para a coleta de resíduos, e por estar incubada. Sem dúvidas é um grande diferencial ter pesquisas e conhecimento científico já na construção da proposta de negócio. Além disso, o Empreendimento 3 faz parte do programa de Incubação do Pollen Parque Científico e Tecnológico, houve a participação na Associação Comercial, no segmento da sustentabilidade e no movimento dos ODS, apoio do SEBRAE com o programa de capacitação, aprovação no Startup SC com mais capacitações, e no InovAtiva Brasil com capacitações sobre *startup* de impacto. Contou com o apoio da Prefeitura de Chapecó disponibilizando três Ecopontos, das empresas que são os parceiros que patrocinam, colocam recompensas para quem participa das atividades, e as pessoas engajadas no movimento, que utilizam o aplicativo, fazem as atividades de descarte correto e praticam hábitos saudáveis, e assim acumulam as moedas verdes e trocam por produtos [EMPREENDEDOR 3].

No âmbito da agricultura familiar os empreendedores destacam não contar com muito apoio no desenvolvimento do negócio, ainda assim existem algumas ações isoladas que apoiam, a partir de perspectivas alinhadas com o propósito dos empreendedores. A Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense (APACO) que faz a certificação dos orgânicos, e a EPAGRI foram reconhecidos como apoiadores [PARTICIPANTE 5.2]. Destaca-se a EPAGRI, neste contexto, por ser reconhecida por vários empreendedores por acompanhar o trabalho de perto, estar junto na propriedade: *é o pessoal que mais vem a campo, é uma das instituições públicas mais sérias que eu conheço no ramo da agricultura* [EMPREENDEDOR 6.2].

Apesar de não ser um ator, foi mencionado como um fator influente no processo de desenvolvimento do negócio a autonomia do empreendedor em buscar informação na internet:

Mas a nossa maior ajuda ainda é a internet, sabe? [risos] Hoje em dia tudo que a gente pesquisa, tudo que a gente procura a gente consegue encontrar ali. Eu digo que antigamente, os agricultores, eles sofriam bastante, porque eles não tinham acesso ao conhecimento. Era algo que você tinha que ir lá no livro para folhear, muitos não sabiam nem ler. Então, a vida na roça era muito difícil [EMPREENDEDORA 5.1].

As cooperativas também são mencionadas como atores significativos no processo de desenvolvimento dos negócios voltados para a agroindústria familiar: *Quando a gente se organiza em cooperativas que a gente consegue ter algumas coisas que a gente não teria se fosse sozinho, por exemplo participar no PNAE [Programa Nacional de Alimentação Escolar] é uma delas.* As Cooperativas de Crédito, a APACO, e a assistência da EPAGRI em especial, têm colaborado com várias atividades, principalmente ao direcionar ações para o embelezamento da propriedade, abrindo portas para o turismo como uma forma rentável para a propriedade [EMPREENDEDOR 7].

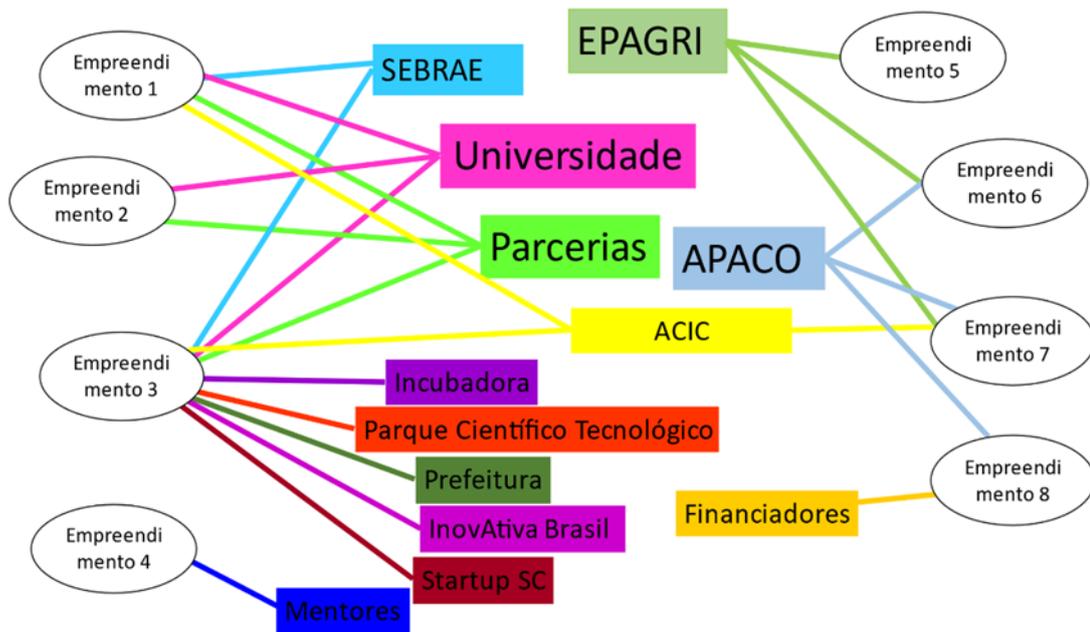
A APACO tem trabalho próxima aos empreendimentos e prestado serviços que vão ao encontro das necessidades. Na UCAF (Unidade Central de Apoio às Agroindústrias Familiares do Oeste Catarinense) é disponibilizado o serviço de profissionais qualificados da área da engenharia de alimentos, veterinária e da contabilidade. Também foram executados projetos junto ao Fundação Banco do Brasil, Fundo Casa, Itaú Ecomudança, que veio com para a proposta da agroecologia [EMPREENDEDORA 8].

Com base nas experiências dos empreendedores sociais é possível verificar os principais atores que se destacam pela sua atuação no desenvolvimento dos negócios de impacto na região de Chapecó. Ao preservar os termos utilizados pelos empreendedores, observa-se a presença de algumas tipologias de atores, e em outros momentos, o nome do ator. Optou-se por manter e dar ênfase para identificar os atores que já estão no radar dos empreendedores, que em algum momento realizam parcerias e, conseqüentemente, podem contribuir com o desenvolvimento do segmento dos negócios de impacto. Na Figura 10 está representada de forma visual quais são os atores/tipologias, a frequência que foram citados, e as relações que desenvolveram com os empreendimentos que fizeram parte da pesquisa.

Para visualizar a frequência dos atores citados pelos oito empreendedores, será explanado por tipologia, na qual foi identificada a seguinte predominância: Empresas privadas, Sociedade Civil Organizada, Governo, Universidade, e Ambientes de inovação. No que tange às empresas privadas, dois empreendedores citaram o SEBRAE, um empreendedor mencionou também o programa do SEBRAE denominado como Startup SC; três empreendedores citaram as parcerias estabelecidas com outras empresas, um empreendedor citou a mentoria, e um

empreendedor mencionou os financiadores, totalizando oito menções ao setor privado como apoiar no desenvolvimento dos negócios de impacto.

Figura 10 – Atores que apoiam os negócios de impacto em Chapecó citados pelos empreendedores



Fonte: Elaborado pela autora, dados da pesquisa (2022)

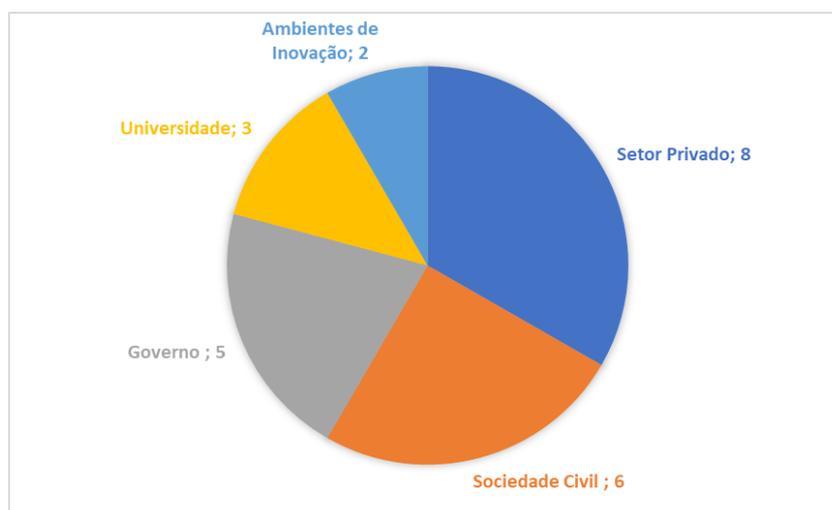
Ao analisar a frequência de citações da Sociedade Civil, três empreendedores mencionaram a Associação Comercial e Industrial de Chapecó (ACIC), e outros três a Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense (APACO), totalizando seis menções à Sociedade Civil.

Já o Governo foi representado pela EPAGRI, sendo citada por três empreendedores, a Prefeitura foi citada uma vez, e uma política pública, a InovAtiva Brasil, foi citada uma vez. Dessa forma, o Governo foi mencionado cinco vezes. A universidade foi citada por três empreendedores. Os ambientes de inovação foram citados por apenas um empreendedor, que destacou os dois atores, a incubadora e o parque científico e tecnológico.

Sendo assim, evidencia-se uma predominância do Setor Privado no incentivo e apoio no desenvolvimento dos negócios de impacto na região oeste, seguido da Sociedade Civil e do Governo. No que tange à relação com a universidade e com os Ambientes de Inovação, identificou-se uma oportunidade, que ainda precisa fortalecer seus vínculos e direcionar ações para potencializar o desenvolvimento dos negócios de impacto. Principalmente, pelo fato de serem atores que trabalham diretamente com a informação e com o conhecimento, tanto na

geração como na aplicação destes. No Gráfico 1, é possível visualizar a frequência de citação dos atores realizada pelos empreendedores.

Gráfico 1 – Frequência de citação dos atores realizada pelos empreendedores



Fonte: Elaborado pela autora, dados da pesquisa (2022)

Observa-se que os resultados encontrados na pesquisa estão alinhados com as categorias definidas pela literatura científica no que tange aos atores que compõem um ecossistema de inovação, composta pela Hélice Quintupla. Sobre as características e demandas que são definidos pelas potencialidades regionais, estas são as responsáveis pelas peculiaridades de cada contexto, de cada região. Assim, na sequência serão apresentados os atores indicados pelos empreendedores.

No que tange ao Setor Privado, os empreendedores destacaram as parcerias, por possibilitarem o desenvolvimento de ações em conjunto. Dessa forma, o negócio ganha força e consegue avançar em seu crescimento. No âmbito dos negócios de impacto esta é uma característica muito presente. Conforme Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010), por terem objetivos sociais, não há competição entre as empresas. Os empreendedores buscam aprender uns com os outros para melhorar suas atividades de forma mais rápida.

Para evidenciar a atuação dos atores citados pelos empreendedores, e compreender a função de cada um deles, a seguir será apresentado algumas informações pontuais sobre o SEBRAE, ACIC, APACO, EPAGRI, Prefeitura de Chapecó, InovAtiva de Impacto, Unochapecó, UNOESC, UFFS, INCTECh, e o Pollen Parque Científico e Tecnológico.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é um dos atores que se destacou no apoio aos negócios de impacto na região de Chapecó, a partir de seus

programas de capacitações aos empreendedores. Trata-se de uma entidade privada sem fins lucrativos, atua como um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento dos pequenos negócios em todo o Brasil desde 1972 (SEBRAE, 2022a)

Algumas iniciativas voltadas para a formação dos empreendedores e o fortalecimento dos negócios também foram citadas, como o Startup. Trata-se de um projeto do SEBRAE que busca promover empreendimentos inovadores no estado de Santa Catarina, a partir de capacitações para apoiar as *startups* (SEBRAE, 2022b).

No segmento da Sociedade Civil, os empreendedores citaram a Associação Comercial Industrial Chapecó (ACIC) e a Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense (APACO). A ACIC (2022, não paginado) foi fundada em 1947, e tem como missão “Representar e desenvolver os associados, sendo seu agente de mudanças e defesa de direitos, potencializando o ecossistema empreendedor”. Sua atuação tem um papel importante na redução das incertezas dos tempos atuais, oferecendo aos associados oportunidades de debate, de formação, de informação e de intercâmbio que buscam antecipar os cenários desse novo século.

A APACO (2022) destacou-se, devido ao seu trabalho junto aos empreendimentos voltados para a agricultura familiar, além de ser a responsável pela certificação dos produtos orgânicos. A APACO foi fundada em 1989, é uma organização não governamental e sem fins lucrativos, tem como objetivo estimular e assessorar o desenvolvimento da agricultura familiar. Seu histórico e sua atuação estão relacionados ao contexto regional do oeste catarinense:

Esta objetiva enfrentar as enormes dificuldades impostas pelo modelo de desenvolvimento agrícola e agrário vigente no país, cujas consequências mais marcantes são a concentração da terra e da renda, a exclusão de uma grande parcela de pequenos agricultores da atividade agrícola bem como a degradação e comprometimento dos recursos naturais. A APACO surgiu em meio a este contexto, com apoio decisivo do movimento sindical, popular e da igreja, com o objetivo de buscar alternativas para o agricultor familiar. Estas alternativas devem significar não só a melhoria das condições de vida, mas também, a discussão de um novo modelo de desenvolvimento, baseado na cooperação entre as unidades de produção familiar, na solidariedade, na independência dos agricultores em relação à agroindústria, no uso de tecnologias que reduzam o custo de produção, preservem os recursos naturais e melhore as condições de trabalho do agricultor (APACO, 2022, não paginado).

Na hélice Governo, identificou-se a EPAGRI, a Prefeitura de Chapecó e uma iniciativa do Governo Federal. Trata-se de uma política pública que apoia o desenvolvimento do ecossistema de empreendedorismo inovador no Brasil. A Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI) se destaca pela sua atuação próxima ao meio rural, por acompanhar o desenvolvimento *in loco* e pelas ações desenvolvidas. A EPAGRI é o órgão

público vinculada ao Governo do Estado de Santa Catarina por meio Secretaria de Estado da Agricultura, da Pesca e do Desenvolvimento Rural. Criada em 1991 com a missão de “Conhecimento, tecnologia e extensão para o desenvolvimento sustentável do meio rural, em benefício da sociedade”, tem trabalhado com pesquisa e extensão rural e pesqueira, somando experiência e permitindo o fortalecimento do setor (EPAGRI, 2022).

A Prefeitura de Chapecó também foi citada como parceira e apoiadora dos negócios de impacto, principalmente nas campanhas e no destino dos resíduos, a partir da implementação dos Ecopontos. Assim, verificou-se a presença do governo tanto no âmbito estadual como municipal. Chapecó é uma cidade localizada no oeste catarinense, foi criada em 25 de agosto de 1917 (104 anos), e sua população, de acordo com os dados do IBGE de 2021, é de 227 587 habitantes, sendo conhecida por “Capital do Oeste”, “Capital do Agronegócio” e “Capital do Turismo de Negócios”; está entre as cinco cidades mais importantes do estado (WIKIPÉDIA, 2022).

O InovAtiva de Impacto é uma vertente diferenciada do Programa InovAtiva Brasil, voltada para o tema impacto social e ambiental. Destaca-se neste caso o direcionamento de programas para o segmento dos negócios de impacto, atendendo assim, as necessidades e características. O programa é vinculado ao Governo Federal e trata-se de uma política pública destinada a impulsionar o empreendedorismo inovador brasileiro, oferece um ciclo de aceleração de negócios, com capacitações online, mentorias e eventos focados em negócios de impacto (INOVATIVA, 2022).

De acordo com a literatura, o Governo, segundo D’avila (2015), é o responsável por garantir as relações contratuais que possibilitam estabilidade nas trocas e interações; e Etzkowitz e Leydesdorff (1995) destacam o compromisso em criar políticas públicas e oferecer incentivos fiscais. Em relação à responsabilidade do governo para contribuir com o desenvolvimento dos negócios de impacto, Burgos (2019) apresenta seis diferentes papéis que os governos poderiam realizar no cenário brasileiro, sendo: 1) animação; 2) fortalecimento de redes; 3) regulação; 4) compras públicas; 5) compartilhamento de informações; e 6) investimento direto, além de disponibilização de recursos financeiros ou de incentivos fiscais.

A universidade também foi identificada como um ator importante neste cenário. Seu reconhecimento é pautado principalmente pelo retorno que dá à sociedade, a partir das pesquisas desenvolvidas. Pesquisas que buscam conhecer a realidade local e contribuir com o desenvolvimento dos negócios de impacto com base no conhecimento científico. No decorrer dos grupos focais, os empreendedores mencionaram a Universidade Comunitária da Região de

Chapecó (Unochapecó), a Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc) e a Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS).

A Unochapecó (2022a, não paginado) é uma instituição de ensino comunitária, isso significa que todo “resultado é revertido na manutenção da própria instituição e em sua modernização, na realização de diversos projetos sociais na comunidade em que atua, além de projetos de pesquisa que contribuem para o desenvolvimento regional”.

Nascida da iniciativa de lideranças locais, com o intuito de garantir a oferta de educação à população da região, há 51 anos vem contribuindo ativamente com o desenvolvimento do oeste catarinense, por meio da formação de profissionais qualificados, da educação continuada para profissionais e lideranças, da produção e publicação de novos conhecimentos, do desenvolvimento de ações comunitárias voltadas à promoção do desenvolvimento econômico, social, cultural, esportivo e da saúde, além de ações de assistência social (UNOCHAPECÓ, 2022a, não paginado).

A Unoesc iniciou suas atividades no final da década de 1960, e na cidade de Chapecó, após sua ausência desde 2001, retorna à cidade em 2009. Tem como missão institucional: “Promover a formação humana e profissional, por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, gerando conhecimento para o desenvolvimento regional com sustentabilidade” (UNOESC, 2022, não paginado). A UFFS (2022) é uma instituição de ensino superior pública criada em 2009. Tem em sua história rastros de muita luta por parte das entidades públicas, ONGs e dos movimentos sociais que compartilhavam há muito tempo da expectativa de ter uma universidade federal na Mesorregião Grande Fronteira Mercosul. A UFFS reconhece seu perfil e sua como uma universidade:

pública e popular; de qualidade, comprometida com a formação de cidadãos conscientes e comprometidos com o desenvolvimento sustentável e solidário da Região Sul do Brasil; democrática, autônoma, que respeite a pluralidade de pensamento e a diversidade cultural, com a garantia de espaços de participação dos diferentes sujeitos sociais; que estabeleça dispositivos de combate às desigualdades sociais e regionais, incluindo condições de acesso e permanência no ensino superior, especialmente da população mais excluída do campo e da cidade; que tenha na agricultura familiar um setor estruturador e dinamizador do processo de desenvolvimento; que tenha como premissa a valorização e a superação da matriz produtiva existente (UFFS, 2022, não paginado).

Sobre o papel da universidade, D’avila (2015) a considera uma fonte de conhecimento, Munroe e Westwind (2009) aponta que as universidades são fontes de pesquisa e ideias que desencadeiam a inovação, e Galli e Teubal (1997) apontam as universidades como responsáveis pela pesquisa básica e na qualificação de pesquisadores e dos trabalhadores em nível de educação superior. No que se refere à formação das novas gerações, Cruz, Quitério e Scretas

(2019) apontam a necessidade de incluir habilidades e incentivos pra os mais jovens empreenderem no segmento dos negócios de impacto.

A universidade semeia ideias, ao realizar momentos de formação com os estudantes, a partir de componentes curriculares, oficinas, e eventos para trabalhar a temática de negócios de impacto, empreendedorismo social, e inovação social. A necessidade de um laboratório de inovação social para mapear os problemas sociais e ambientais da região, conectando assim conhecimento, parcerias e ações. Estas práticas estimulam as boas ideias durante o processo formativo em diferentes áreas do conhecimento.

Apesar de ser indicado apenas por um empreendedor, identificou-se a presença de alguns atores dos habitats de inovação que vêm contribuindo com o desenvolvimento dos negócios de impacto na região de Chapecó. Destaca-se que é um movimento recente, que vem ganhando força e estrutura para atuar, divulgar e conectar a inovação na região. A Incubadora Tecnológica da Unochapecó (INCTECh) fomenta o empreendedorismo ao transformar conhecimento em produtos e serviços com valor agregado. Sua atuação abrange auxílio na construção do plano de negócio, capacitações técnicas, captação de recursos, consultoria jurídica, tecnologia, contábil, de software e marketing, além da disponibilização de uma estrutura física para a instalação dos empreendimentos (UNOCHAPECÓ, 2022b).

O Pollen Parque Científico e Tecnológico se caracteriza como uma “colmeia poderosa onde o conhecimento se conecta aos negócios, a sustentabilidade e ao desenvolvimento humano” (POLLEN PARQUE CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO, 2022). O Pollen iniciou oficialmente suas atividades em julho de 2021 com a inauguração da estrutura física, projeto viabilizado pelo governo do estado e pela prefeitura de Chapecó, que conta com a gestão da Unochapecó. O Parque integra a rede de centros de inovação do governo do estado de Santa Catarina (SCINOVA, 2021).

Os atores e as ações indicadas pelos empreendedores vêm ao encontro da forma como estão organizados os ecossistemas de inovação. Wang (2010) e Teixeira, Almeida e Ferreira (2016) os consideram como sistemas dinâmicos, compostos por pessoas e organizações interconectadas, que promovem o desenvolvimento econômico, tecnológico e social, a partir de seus trabalhos, focando assim nas necessidades e potencialidades de cada região.

Levando em consideração que o segmento dos negócios de impacto é recente, tanto em nível nacional, como foi apontado pelo relatório nacional do 3º Mapa de Impacto publicado pela Pipe Social (2021), como em nível regional, é preciso pensar em estratégias para divulgação e consolidação do segmento. Nesse sentido, é pertinente a fala de Cruz, Quitério e Scretas (2019, p. 26) ao apontar que para que um novo campo atinja sucesso e escala, é

necessário milhares de empreendedores “engajados e capacitados para estruturar soluções de mercado, escaláveis e efetivas, para desafios concretos de populações mais vulneráveis ou do planeta”.

Conforme visto, é fundamental que os negócios de impacto contem com o apoio de atores locais, “por transitarem em ambientes de inovação disruptiva, trabalham em mercados não estruturados ou desestruturados” (COELHO, 2019, p. 143), promovendo assim a inovação em ambientes de informalidade, sendo um grande desafio para os empreendedores deste segmento. Nessa perspectiva, os ecossistemas de inovação são ambientes estruturados que podem apoiar e conectar forças que potencializam os negócios de impacto.

Nesse ambiente de inovação, de acordo com Jacob (2006), a partir das relações entre os atores pode ocorrer o compartilhamento de conhecimento, a cooperação e ações que visem o crescimento e desenvolvimento regional, e principalmente a criação de inovações. Assim, com base nas características dos negócios de impacto e dos atores locais que apoiam o seu desenvolvimento, é possível compreender o contexto, as relações e as perspectivas que movem este segmento. Para representar tais informações no processo de curadoria, a Figura 11 é composta por um aglomerado de casa e prédios e palavra Contexto para simbolizar a importância de saber para quem e por que se direciona as informações.

Figura 11 – Representa o início do processo de curadoria digital e gestão da informação



Fonte: Elaborado pela autora

Sendo assim, a próxima seção foi construída para visualizar as necessidades informacionais dos empreendedores que fazem parte do segmento de negócios de impacto na região de Chapecó.

5.3 IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES INFORMACIONAIS

A base para estruturar um processo de gestão e compartilhamento de informações, está pautado na apropriação dos contextos sociais e situacionais das organizações no momento em que ocorre a utilização da informação, segundo Choo (2003), visando assim a aprendizagem

organizacional, bem como a sobrevivência da organização. Desse modo, é possível dar significado e identificar a finalidade da informação, a partir do contexto da situação. Taylor (1986 apud LEITÃO; NASSIF, 2009) enfatiza que o valor da informação está atrelado ao contexto de uso.

Entende-se que o contexto da pesquisa abrange o segmento de negócios de impacto que compõem o ecossistema de inovação de Chapecó. A partir dos marcos teóricos apresentados, a proposta da tese parte da identificação das necessidades informacionais advinda da gestão da informação. Choo (2003) explica que a necessidade de informação é desencadeada por fatores como as mudanças, os acontecimentos e as tendências que ocorrem no ambiente.

Figura 16 – Necessidades informacionais no segmento dos negócios de impacto



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Para estruturar as necessidades informacionais dos empreendedores do segmento dos negócios de impacto, bem como as necessidades informacionais dos atores do ecossistema de inovação, torna-se imprescindível compreender as limitações encontradas no contexto, no momento em que os indivíduos precisam tomar alguma decisão.

Nesse sentido, buscou-se amparo em Choo (2003, p. 60) ao explicar que as “necessidades de informação surgem dos problemas, incertezas e ambiguidades encontradas em situações e experiências organizacionais”, nesse sentido compreende-se que o segmento dos negócios de impacto é uma área em desenvolvimento no contexto nacional, e principalmente na região oeste. Nesse sentido, se faz necessário promover a disseminação de informações e espaços para formação de pessoas para que possam compreender as especificidades desse tipo de negócio e contribuir com o seu desenvolvimento, a partir de sua atuação e conhecimentos.

Choo (2003, p. 62) [...] as necessidades particulares de informação, terão de ser extraídas dos indivíduos. O desvendar de necessidades de informação é um processo confuso e completo. A maior parte das pessoas considera difícil expressar satisfatoriamente suas próprias necessidades de informação”. Nesse sentido, as necessidades precisam ser colocadas em contextos de mundo real, no momento em que o sujeito sente a necessidade e busca informação para dar sentido ao seu ambiente e agir. Para compreender esses acontecimentos, as mudanças e tendências que influenciam o desenvolvimento dos negócios de impacto de Chapecó, estruturou-se alguns indicadores, de acordo com as falas dos empreendedores durante os grupos focais.

A Empreendedora 1 evidencia as necessidades voltadas para as atividades administrativas, para a gestão do negócio, principalmente quando os empreendedores têm formação em áreas diferentes da atuação dos negócios. Por serem pequenos negócios, as demandas vêm de diferentes frentes, e isso é um desafio para o empreendedor. E conforme o negócio vai crescendo surge a dificuldade de quando é o momento de contratar mais pessoas, de ter recursos financeiros para isso, e principalmente encontrar colaboradores que estejam na mesma *vibe* que o negócio, que sejam qualificados e que tenham essa visão educativa voltada para a sustentabilidade.

Cruzando dois indicadores, que é o papel educativo e a sustentabilidade do negócio, *o desafio da gestão, é o desafio do longo prazo, porque a gente está aqui divulgando, comunicando, falando, prospectando, mas a venda exatamente não está acontecendo no mesmo ritmo e o caixa precisa girar.* [EMPREENDEDORA 1]. Assim, uma das grandes demandas é a divulgação do negócio, atrair o cliente. Então, ter mais formações nesse sentido ajudaria no desenvolvimento na medida em que as pessoas se tornam mais conscientes sobre as questões sociais e ambientais.

O Empreendedor 3 contextualiza que os empreendedores que trabalham com questões de impacto e sustentabilidade buscam fazer diferente do tradicional, estão gerando impacto sustentável, mudando a rotina, os processos e produtos. *Porque é muito mais fácil [...] ter um mercado tradicional, colocar sacola de plástico lá que é mais barata, é mais fácil [...] ter uma loja normal e fazer promoção e queima de estoque. Mas não, eles optaram por fazer uma coisa diferente, que está gerando impacto para nós, no meio ambiente, no ecossistema, algo que todo mundo precisa.* Nesse sentido, o empreendedor entende que editais para captação de recursos podem contribuir com o desenvolvimento do negócio, além de valorizar os negócios que optam por incluir ações que valorizam o meio ambiente, as pessoas, que se preocupam com os problemas e soluções locais. Citou-se o trabalho desenvolvido pelo Governo do Estado e pela

FAPESC ao direcionar editais e ações para nichos específicos, sendo assim uma necessidade direcionar para os negócios de impacto também, sendo uma realidade presente no desenvolvimento da sociedade [EMPREENDEDOR 3].

Os atores regionais indicados pelos empreendedores da agricultura e da agroindústria familiar contribuem nas questões voltadas para o plantio, para a agricultura. No entanto, com as demandas exigidas pelos tempos modernos, os empreendedores que trabalham com agricultura familiar também precisam de suporte para dar conta das atividades de publicidade, *marketing*, redes sociais: *Então, assim, eu vejo que uma dificuldade bem grande é a gente gerenciar o plantar, a gente pegar e criar conteúdo, porque também tem que criar conteúdo no Instagram, não é só a gente postar fotinho bonita lá. A gente tem que criar para que as pessoas possam compartilhar* [EMPREENDEDORA 5.1].

Ainda surgiram demandas ligadas às tecnologias para potencializar a produção agroecológica e mais sustentável, por meio do desenvolvimento tecnológico e da própria ciência: *ainda poderia haver tecnologias, através do nosso poder tecnológico e, principalmente, da ciência. Maneiras de aumentar essa escala agroecológica, mais sustentável. [...] Só que não há interesse público. E não é só público, o interesse do capital, do dinheiro, da riqueza, ele é simplesmente do lucro, ele não quer saber do bem-estar. A gente vê, digamos, assim, que o dinheiro manda no mundo* [EMPREENDEDOR 6.2].

Por mais que existam produtos e tecnologias voltados para a agroecologia, o empreendedor aponta a dificuldade de encontrar, devido à falta de divulgação: *Mas, por exemplo, a questão de produtos, a gente sabe que existem tecnologias para agroecologia, por exemplo, mas elas não são divulgadas, elas são escondidas o máximo que pode. Não tem uma empresa que vai produzir uma máquina para o orgânico, não tem... As empresas não estão nem preocupadas em produzir defensivos mais naturais que venham a calhar para uma praga que está atacando o produto agroecológico* [EMPREENDEDOR 6.2].

No que tange às questões legais para manter o negócio em funcionamento, o empreendedor aponta as dificuldades que os pequenos negócios, e principalmente os que trabalham de forma diferenciada, de forma mais artesanal, encontram com os impostos, cobranças e com a própria vigilância. Existem mais limitadores do que incentivos [EMPREENDEDOR 7].

A Empreendedora 4 e a Empreendedora 2 destacam a importância da participação do setor público, e sentem falta de ações voltadas para o desenvolvimento dos negócios de impacto, principalmente por envolver questões locais, por gerarem benefícios locais. As políticas públicas foram citadas como uma forma de apoiar; pode-se dizer que contribui a longo prazo e

de maneira estruturada [EMPREENDEDORAS 2 e 4]. Por ser algo novo para essas empreendedoras, pensar sobre o apoio dos atores locais para seus negócios, houve uma certa dificuldade para concretizar essas demandas. No entanto, contribui para ampliar esse olhar e pensar futuramente.

Outras demandas foram mapeadas e se relacionam com o apoio do poder público. A primeira está relacionada com a dificuldade de ter o suporte, o acompanhamento de profissionais extensionistas que possam contribuir com o desenvolvimento dos negócios voltadas para a agricultura e o agronegócio familiar, que haja planejamento e políticas públicas a longo prazo. A segunda abarca o incentivo e apoio por meio do *marketing* e de ações que afirmam que a agricultura familiar é importante para o contexto regional, é estar junto nesta luta reconhecer e ter orgulho [EMPREENDEDOR 6.2].

A partir das perspectivas e dos benefícios que os negócios de impacto entregam para a sociedade, a Empreendedora 8 considera que uma forma de apoiar o desenvolvimento dos negócios seria apostar no incentivo, na informação e na conscientização: *Então, eu acho que uma boa forma que poderia nos ajudar e também se quiserem... é a incentivar, a informação e a conscientização. Eu acho que são três coisas, assim, que poderia... Nós poderíamos avançar nesse campo para fazer essa parte da comercialização.*

No que tange as necessidades informacionais dos empreendedores do segmento de negócios de impacto no modelo proposto, definiu-se quatro eixos: 1) necessidades informacionais sobre os cliente e potenciais consumidores de seus produtos e serviços, abrangendo o perfil e estilo de vida para melhorar as estratégias de divulgação; 2) informações sobre os concorrentes, que podem ser parceiros em suas estratégias de negócios, envolvendo informações sobre o perfil e modelo de negócios; 3) informações do ambiente externo, ao ter conhecimento sobre as inovações tecnológicas, tendências, políticas e mudanças nos estilos de vida; e 4) informações sobre o ambiente interno visando melhorar as atividades de gestão e divulgação do negócio junto ao mercado.

Figura 17 – Necessidades informacionais dos empreendedores



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

A partir das necessidades informacionais dos empreendedores do segmento dos negócios de impacto da região de Chapecó, organizou-se os principais resultados em cinco categorias:

- necessidades ligadas à formação continuada dos empreendedores, no que tange à gestão do negócio, divulgação e *marketing* dos produtos/serviços ressaltando seus diferenciais, utilização das redes sociais como canal de comunicação e divulgação com o público alvo;
- necessidade voltadas para a captação de recursos financeiros, por meio de editais que fomentam e apoiam os empreendedores que optaram em incluir em seus negócios ações que valorizam o meio ambiente, as pessoas e as questões de sustentabilidade;
- necessidades de acesso a tecnologias limpas e defensivos mais orgânicos para produção;
- necessidades voltadas para o debate e ampliação das políticas públicas que fomentam o desenvolvimento do segmento; e
- a necessidade de pessoas qualificadas e atuando no segmento de negócios de impacto.

As necessidades informacionais separadas por categorias, unem-se quando se pensa em ações, tanto por parte dos empreendedores, como dos atores do ecossistema que viabilizem a

circulação de informações, o incentivo do surgimento de novos negócios desse tipo, e o consumo consciente por parte das pessoas que compõem a sociedade.

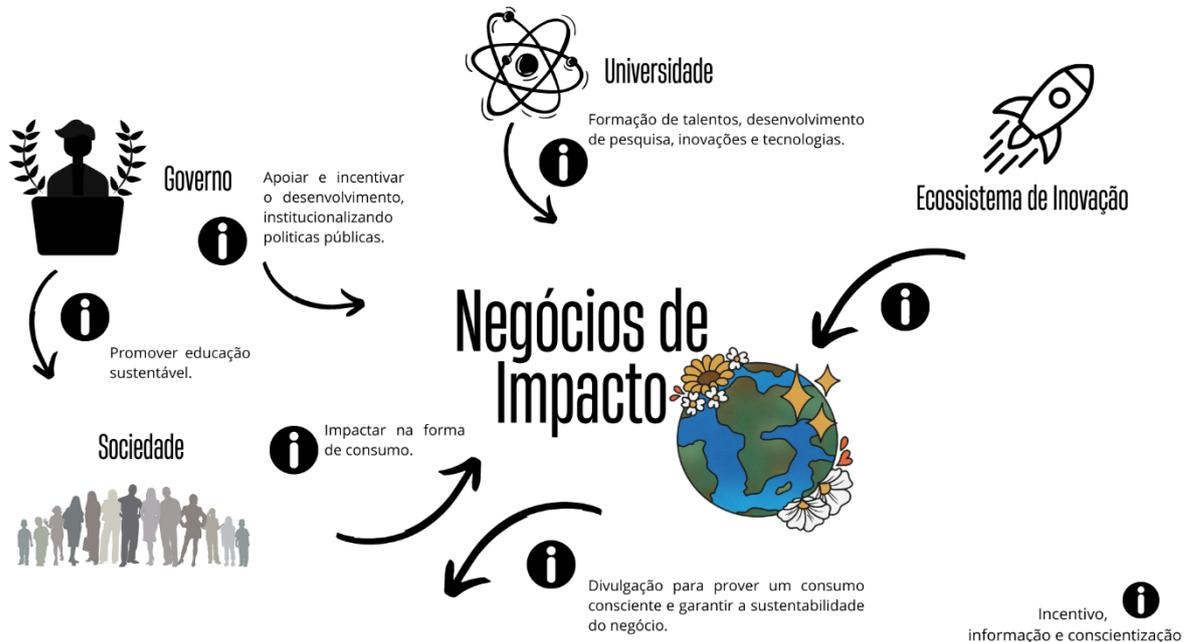
A necessidade de informação que é desencadeada, a partir das constantes mudanças, acontecimento e tendências no meio ambiente que criam sinais e mensagens, e exigem a busca por informações para compreender as situações e resolver os problemas. A aquisição da informação é estimulada pelas necessidades informacionais. Seu planejamento se tornou uma atividade complexa, por um lado a proliferação de serviços e fontes de informação que atendem os nichos de mercado têm se intensificado, por outro lado, existe uma demanda crescente de estratégias para a sobrevivência das organizações que necessita ser tratada com profundidade (CHOO, 2003).

Destaca-se ainda, com base nas experiências vivenciadas pelos empreendedores no segmento dos negócios de impacto em Chapecó, a necessidade de uma mudança na cultura e hábitos da sociedade, que pode ser fomentada na educação básica e aprofundada no ensino superior, promovendo reflexão sobre as formas de consumo consciente, alimentação saudável, questões de sustentabilidade, descarte correto dos resíduos, entre outros, para concretizar em ações.

A partir do momento em que as informações sobre esta temática começam a circular de forma mais intensa na região, e passa a estar presente em diferentes ambientes, permitem um maior engajamento de pessoas, seja para empreender, para pesquisar, para consumir, ou para desenvolver ações e projetos. Na Figura 12, pode ser visualizado como a informação está presente em diferentes frentes, e pode assim, contribuir com o desenvolvimento do segmento dos negócios de impacto, garantindo a efetivação do propósito e sustentabilidade financeira.

O ecossistema de inovação da região de Chapecó ainda precisa construir e fortalecer suas relações com o segmento de negócios de impacto. No entanto, alguns indicadores foram mencionados pelos empreendedores que podem ser instigados pelos atores de inovação, como o desenvolvimento e viabilização no acesso às tecnologias, a editais de fomento, formações continuadas, políticas públicas, profissionais qualificados e atuando no segmento, e a divulgação para conscientização da sociedade, em diferentes frentes.

Figura 12 – Incentivo, informação e conscientização para uma sociedade melhor em diferentes frentes



Fonte: Elaborado pela autora, dados da pesquisa (2022)

Sobre as demandas no ramo da tecnologia, a Climate Ventures e Pipe.Labo (2021, p. 17) apontam no relatório nacional 3º Mapa de Negócios de Impacto que “o uso real de tecnologias nas soluções de impacto e o acompanhamento da transformação gerada acontecem mais entre os negócios em fases maduras da jornada e com histórico de investimento e aceleração”. Os investimentos e os processos de aceleração de negócios são considerados gatilhos na geração de uma cultura inovadora de acordo com o relatório, e que vão ao encontro das necessidades citadas pelos empreendedores da região Chapecó, ao citar a dificuldade de acesso às tecnologias voltadas para a agroecologia e orgânicos que tenham como base questões sustentáveis e de tecnologias verdes. Nesse sentido, as necessidades informacionais citadas pelos empreendedores vão ao encontro do principal objetivo da gestão da informação, conforme aponta Choo (2003), que é otimizar recursos e capacidades de informação, favorecendo na aprendizagem e adaptação da organização às mudanças.

A informação adquirida anteriormente que passa a constituir a memória, agrega valor ao ser alinhada, ao passar por uma adequação às necessidades informacionais, constituindo assim os serviços e produtos de informação. Choo (2003, p. 77) explica que “não deve basear-se unicamente na informação que por acaso chega embalada convenientemente – se acrescentar algum interesse para o utilizador, a informação que chega pode ter de ser recombina-

resumida, comparada”, um verdadeiro cruzamento de referências que irá contribuir no processo de tomada de decisão e de aprendizagem organizacional.

Com base nas necessidades informacionais, os próximos passos consistem na estruturação das informações, conforme posto por Buckland (1991), a informação como coisa que é passível de ser tratada, organizada e gerenciada. Na seção a seguir as etapas da curadoria digital são entrelaçadas com as etapas da gestão da informação, a fim de potencializar a organização das informações pertinentes para o desenvolvimento dos negócios de impacto no ecossistema de Chapecó.

5.4 CRIAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES SOBRE OS NEGÓCIOS DE IMPACTO

O processo de criação e organização das informações referentes aos negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó tem como base, no âmbito teórico, a gestão da informação e curadoria digital, e no âmbito empírico, o perfil dos negócios de impacto, a atuação dos atores locais e as necessidades informacionais. Além disso, realizou-se alguns encontros de trabalho com o Observatório Pollen para conhecer a rotina de trabalho da equipe e a aderência da curadoria e da gestão da informação, a fim de aperfeiçoar os trabalhos já desenvolvidos, indicando a necessidade de princípios, rotinas e políticas pertinentes para conduzir e potencializar os trabalhos realizados pelo Observatório Pollen. A seguir, serão apresentadas cada uma das etapas e suas funções na disseminação e interações da informação.

Para agregar a este processo, buscou-se amparo na etapa que abrange a aquisição da informação. no modelo de gestão da informação, Choo (2003) considera uma atividade complexa, sendo que existem inúmeras serviços e fontes de informação que atendem os nichos de mercado. No entanto, não atendem com profundidade. Alinhado a esta etapa, as ações sequenciais da Curadoria Digital, segundo Higgins (2008), abrangem: a) conceitualização; b) criação e/ou recepção; c) avaliação e seleção; d) admissão; e) ações de preservação; f) armazenamento; g) acesso, uso e reuso; e h) transformação, podem contribuir ao manter. Elas preservar e agregar valor aos dados digitais de pesquisas, dessa forma, os dados podem fazer parte de um repositório digital e serem compartilhados entre os membros da comunidade, como é o caso do segmento de negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó.

Na etapa de conceitualização (*Conceptualization*), Higgins (2008) contextualiza que o modelo da Curadoria Digital prevê o planejamento da criação de dados, incluindo o método de captura e opções de armazenamento. Para viabilizar a construção do processo de criação e a

organização das informações sobre os negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó, contou-se com o apoio e a estrutura do Pollen Parque Científico e Tecnológico. O Pollen faz parte da Rede Catarinense de Centros de Inovação, juntamente com outros 15 centros de inovação espalhados pelas diversas regiões de Santa Catarina. Trata-se de uma política governamental, o Pacto pela Inovação “é um movimento de entidades que promovem ciência, tecnologia, inovação, empreendedorismo e educação no estado e que querem fazer de Santa Catarina o estado do conhecimento e da inovação” (REDE CATARINENSE DE INOVAÇÃO, 2022, não paginado).

A região extremo oeste conta com a atuação do Pollen Parque Científico Tecnológico que iniciou suas atividades em 2 de maio de 2021 (REDE CATARINENSE DE INOVAÇÃO, 2022). No entanto, sua história tem uma longa caminhada. Em 2008, aconteceu o primeiro movimento local que discutiu sobre a possibilidade da existência de um parque científico e tecnológico e de um ecossistema de inovação e empreendedorismo em Chapecó. Motivado pelo impacto da economia mundial e as consequências da globalização, uma estratégia seria aproximar o mercado da universidade, e conseqüentemente, do universo da pesquisa podendo contribuir com a competitividade dos negócios, sem descuidar da sustentabilidade, do impacto positivo na sociedade e meio ambiente (JACOSKI *et al.*, 2020).

Nesse processo de consolidação e fomento da inovação e do empreendedorismo, em 12 de dezembro de 2012 nasceu o Parque, junto à Associação Comercial e Industrial de Chapecó (ACIC), com a presença de autoridades municipais e estaduais (JACOSKI *et al.*, 2020). Destaca-se que inicialmente era chamado de Parque Científico e Tecnológico Chapecó@. Em 2021, passa a se chamar Pollen Parque Científico Tecnológico, a partir de um trabalho de ressignificação e conexão com a realidade local.

O Pollen Parque Científico e Tecnológico é uma colmeia poderosa onde o conhecimento se conecta aos negócios, a sustentabilidade e ao desenvolvimento humano. Aqui, não só idealizamos, colocamos em prática, à prova. A criatividade, a busca científica, o olhar e as experiências criam novas possibilidades para um futuro desejado. Aqui é o lugar para fazer tudo isso juntos, um terreno fértil para nossa própria evolução (POLLEN PARQUE CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO, 2022, não paginado).

Com a implementação e a articulação do ecossistema de inovação na região de Chapecó, Jacoski *et al.* (2020) explanam sobre a necessidade de “revisar e identificar as potencialidades e os gargalos da matriz produtiva regional e diagnosticar as necessidades das mesmas com o objetivo de trazer elementos para debate entre os envolvidos e também validar proposições estratégicas futuras”. Algumas iniciativas foram evidenciadas, como o Projeto de

Desenvolvimento Econômico Territorial da Região Oeste, desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE/SC), ao realizar um diagnóstico das quatro microrregiões do Oeste de Santa Catarina, a partir de dados secundários extraídos de fontes oficiais e vinculadas aos governos estadual e federal (JACOSKI *et al.*, 2020).

Pesquisas no âmbito acadêmico também vêm contribuindo com a compreensão das potencialidades e com o desenvolvimento regional. Dallacorte (2017) com a pesquisa “Formação de *clusters* para a organização de um sistema de inovação regional”; Fantinelli (2017) com o “Framework estratégico de Parques Científicos e Tecnológicos: o caso Chapecó@”; Koch (2018) pesquisando sobre o “Ecossistemas de inovação: estudo da região de Chapecó”; e da Unochapecó (2016) com a “Proposta de modelo de governança para o Parque Científico e Tecnológico Chapecó@”.

Tais iniciativas contribuem com o reconhecimento do contexto local e impulsionam a necessidade e a importância, de acordo com Jacoski *et al.* (2020, p. 173), da “manutenção dos dados, por meio de mecanismos próprios ou adquiridos, e contribui também para um conjunto de indicadores”. Assim, surge a estratégia de consolidar um Observatório de dados socioeconômicos e de inovação que pudesse disponibilizar informações relevantes para a tomada de decisão.

Integrado junto ao Pollen, o Observatório surgiu em 2020 e busca oferecer informações a toda a comunidade, por meio de dados e indicadores socioeconômicos e de inovação de mais de 290 municípios do estado de Santa Catarina. Na plataforma, as pessoas encontrarão dados e ferramentas interativas e robustas para compreender os setores econômicos e os ambientes de negócios nem nível regional, com o intuito de melhorar as organizações e facilitar a localização de parceiros em todo o estado (OBSERVATÓRIO POLLEN PARQUE, 2022). O Observatório tem como objetivo e missão:

Objetivo: Tornar público e de fácil acesso às informações econômicas relacionadas aos clusters das cidades, extraindo ao máximo a capacidade do município para o desenvolvimento regional e de inovação. Missão: Oferecer a estudantes, empresários, professores, órgãos governamentais e a comunidade em geral informações sociais e econômicas em Santa Catarina visando auxiliar no processo de pesquisa e inovação para o crescimento econômico, social e cultural do estado (OBSERVATÓRIO POLLEN PARQUE, 2022, não paginado).

Aproximando-se da realidade local, a partir do Pollen e do Observatório, encontra-se um espaço apropriado para gerir as informações do segmento de negócios de impacto na região de Chapecó, proposta desta pesquisa de tese. Na Figura 13, pode ser visualizado a estrutura do site Observatório Pollen Parque, que conta com informações “Sobre” o Observatório, “Explore”

onde estão inseridos os dados da plataforma e seus indicadores, o ícone “Biblioteca” conta com alguns *e-books*, Comunidade que abarca alguns atores locais, e o ícone “Solicite” uma pesquisa voltada para a coleta de dados.

Figura 13 – Site do Observatório Pollen Parque

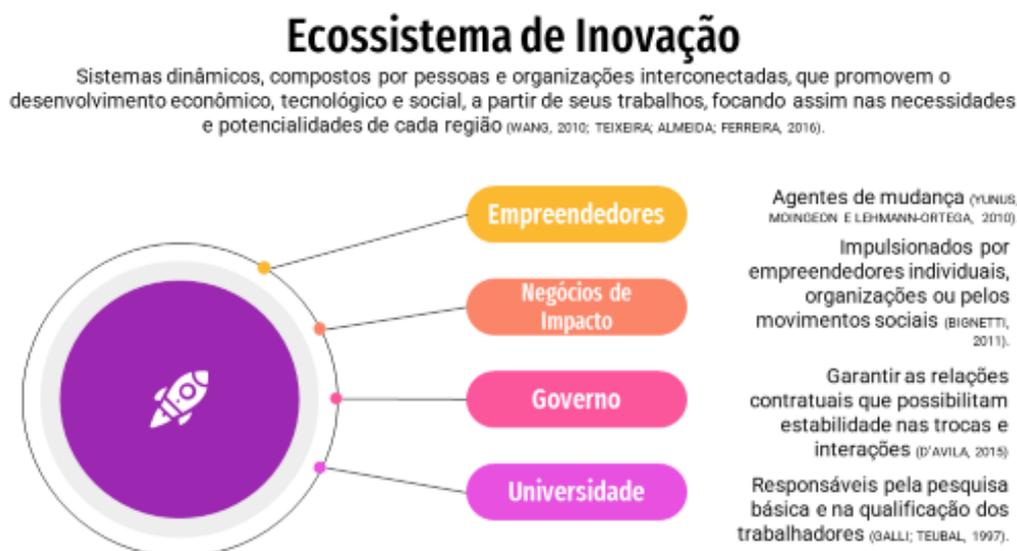


Fonte: *Print* do site do Observatório Pollen Parque (2022)

Neste primeiro processo, definiu-se alguns objetivos para o processo de curadoria digital para os negócios de impacto da região de Chapecó, tendo como base as necessidades informacionais: a) gerar um mapa para o segmento de negócios de impacto da região de Chapecó; b) estabelecer indicadores sobre o segmento de negócios de impacto da região de Chapecó; c) propor produtos e serviços que atendam às necessidades identificadas; e e) estimular o desenvolvimento do segmento, a partir da cooperação de informações estratégicas.

Ao contextualizar as iniciativas e o que já vem sendo devolvido na região, o primeiro passo do modelo abrange a **criação de um grupo de trabalho** para conduzir as atividades a partir da sua inserção local. O grupo de trabalho poderá ser composto por empreendedores que estão à frente dos negócios de impacto, compondo assim uma estratégia ao selecionar empreendedores que possuam algum vínculo com os atores do ecossistema de inovação, seja pela universidade, pela incubadora e com parcerias com outros empreendedores, trabalhando assim em rede.

Figura 9 – Atores do ecossistema de inovação para sistematizar a curadoria



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Assim, constitui-se a segunda fase da curadoria digital. Trata-se de criar ou receber os dados, segundo Higgins (2008), a DCC prevê a “criação de dados incluindo metadados administrativos, descritivo, técnico, estrutural e de preservação, ou ainda a Recepção de dados (dados já criados por outros arquivos, repositórios ou data centers) de acordo com políticas de coleta de dados, atribuindo metadados mais apropriados caso necessário”.

O primeiro passo abrange a realização de uma busca minuciosa em *sites* governamentais e organizações que atuam no segmento e disponibilizam dados para, posteriormente, incorporar ao Observatório, e trazer assim um panorama nacional sobre a temática, a partir de outras pesquisas já realizadas. Os *sites* que dispõem de dados em acesso aberto podem compor uma lista para dar sequência às próximas etapas. As organizações que são referências na área e realizam pesquisas, mas não disponibilizam os dados no *site*, a equipe do Observatório pode entrar em contato para estabelecer parceria e receber os dados para incorporar ao Observatório.

Assim contemplando a realidade local, atendendo a profundidade evidenciada por Choo, pode-se utilizar também o processo de “criar dados”, que pode ser viabilizada a partir de um formulário fixo no próprio *site* do Observatório, onde as pessoas e organizações que atuam no segmento dos negócios de impacto podem realizar um cadastro, inserindo assim os metadados.

A construção dos instrumentos para “criar os dados” teve como base o referencial teórico sobre a temática, as informações coletadas a partir dos grupos focais com os

empreendedores, e alguns Observatórios (regionais e nacionais) que trabalham com dados de impacto. Sendo assim, para este processo é necessário: 1) definir os indicadores; 2) montar os formulários; 3) definir o formato e plataforma; 4) validar o formulário com um grupo de especialistas da área; e 5) definir as estratégias para divulgação e engajamento dos participantes (Figura 18).

Figura 18 – Passos para criar dados sobre os negócios de impacto junto ao grupo de trabalho



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Ao analisar o ícone “Comunidade” no site do Observatório do Pollen é possível visualizar (figura 11) alguns atores da região, como: incubadoras, aceleradoras, instituições de ensino, instituições tecnológicas, investidores, *coworking*, parques tecnológicos, consultoria/*networking*, governo municipal, governo estadual, órgãos reguladores, centros de pesquisa, núcleos de inovação, fundos de investimento, bancos e outros. O Observatório não disponibiliza nenhuma informação sobre os critérios utilizados para a inclusão de tais organizações. Seria interessante, disponibilizar informações por segmento dentro do ícone comunidade.

Figura 11 – Ícone comunidade no site do Observatório Pollen Parque



Fonte: Observatório Pollen Parque, 2022.

Atualmente, é um desafio obter os dados, que as pessoas parem para responder aos formulários, sendo assim, é fundamental deixar claro quais são os ganhos, os benefícios em fazer parte de um ecossistema de inovação. Tendo em vista, que se trata da estruturação de um segmento em desenvolvimento em Chapecó, e no próprio cenário nacional, a proposta é criar um espaço para coletar informações e assim mapear e conectar os empreendimentos e atores do ecossistema de inovação. Nesta etapa, classificou-se a criação de dados em três categorias:

- 1) **Empreendedores:** podendo ser individuais, organizações ou movimentos sociais, segundo Bignett (2011);
- 2) **Atores:** universidade, governo, sociedade civil organizada, parque, centro de inovação, incubadora, aceleradora, investidor, núcleos de inovação tecnológica (NITs), de acordo com Teixeira, Almeida e Ferreira (2016); e
- 3) **Pesquisadores:** pessoas que desenvolvem pesquisa, apesar de estarem vinculados às universidades, teriam a autonomia para realizar o cadastro na plataforma e fazer parte da rede com maior visibilidade para parcerias e aplicabilidade das pesquisas.

No cadastro para coletar informações sobre os empreendedores do segmento de negócios de impacto, podem ser utilizados alguns campos como: nome, CNPJ, endereço, contatos (*e-mail* e telefone), redes sociais, logo, tipo do empreendimento (individuais, organizações ou movimentos sociais), segmento em que atua, resumo sobre sua identidade e propósito, conforme pode ser visualizado no Apêndice G.

No cadastro para coletar informações sobre os atores que apoiam o desenvolvimento do segmento dos negócios de impacto, podem ser utilizados alguns campos como: nome, CNPJ,

endereço, redes sociais, logo, ator: (universidade, governo, sociedade civil organizada, parque, centro de inovação, incubadora, aceleradora, investidor, núcleos de inovação tecnológica, outro), público ou privado, segmento que atua, resumo sobre sua identidade e propósito, conforme pode ser visualizado no Apêndice H.

No cadastro de estudante ou pesquisador, as pessoas interessadas em registrar seus projetos ou trabalhos poderão registrar alguns campos como: nome, instituição, graduação ou pós-graduação, tipo de trabalho, título, área, Currículo Lattes, e *link* para acesso ao trabalho, conforme pode ser visualizado no Apêndice I.

Ao final de cada formulário a pessoa deverá assinalar um campo para autorizar a divulgação das informações, respeitando a Lei de Proteção de Dados (LPD). Ainda pode ser sinalizado quais informações ficarão sob gestão do Pollen Parque, quando for o caso, para fins de tomada de decisão estratégica, relatórios, tendências e indicadores para o desenvolvimento do segmento; e quais informações ficarão em acesso aberto. Tais decisões fazem parte das próximas etapas da Curadoria Digital.

Com a curadoria e gestão das informações sobre os empreendimentos sociais e atores locais que contribuem com o desenvolvimento dos negócios de impacto na região de Chapecó, os próprios empreendedores e representantes dos atores poderiam inserir suas informações por meio de um formulário que coletaria as informações para gerar o mapa interativo, e disponibilizar as informações.

Nesse sentido, a seguir serão apresentadas as propostas de interface para coletar os dados iniciais da primeira ação que prevê a criação de uma rede de contatos para viabilizar a curadoria e a gestão das informações sobre o segmento de negócios de impacto. Para fazer parte do Mapa do Ecossistema de Inovação de Chapecó, podem ser cadastrados os empreendimentos do segmento de negócios de impacto e os atores do ecossistema de inovação que apoiam o desenvolvimento, conforme figura 12.

Figura 12 – Proposta de tela para coletar dos dados dos empreendedores e dos atores do ecossistema de inovação de Chapecó

Início Sobre Explore Biblioteca **Comunidade** Solicite uma pesquisa

OBSERVATÓRIO **pollen** PARQUE

Faça parte do Mapa do Ecossistema de Inovação da região de Chapecó

Segmento de Negócios de Impacto

Empreendedor(a)

Ator do ecossistema de inovação

Pesquisador(a)

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Ao selecionar o ícone “Empreendedor” por exemplo, irá abrir o formulário para coletar as informações sobre o nome do empreendimento, endereço, telefone, e-mail, redes sociais, resumo sobre o empreendimento, e a logo conforme consta na figura 13. No caso dos atores do ecossistema de inovação os campos serão os mesmos, além de um campo para indicar sua tipologia, universidade, governo, parque tecnológico, incubadora, aceleradora, investido, entre outros.

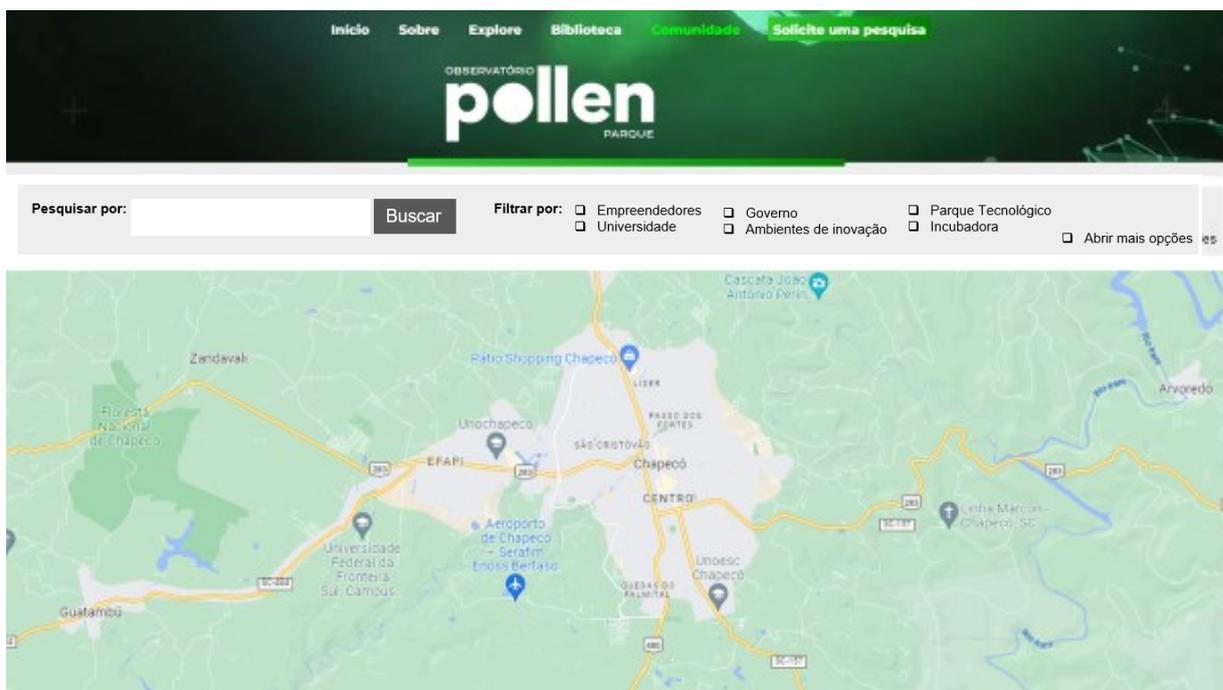
Figura 13 – Proposta de tela para coletar dos dados dos empreendedores

A imagem mostra uma proposta de interface de usuário para o Observatório Pollen Parque. No topo, há um menu de navegação com os itens: Início, Sobre, Explore, Biblioteca, Comunidade e Solicite uma pesquisa. O logotipo 'pollen' em branco sobre um fundo verde escuro com uma rede de pontos e linhas é exibido no centro. À esquerda, o texto 'Faça parte do Mapa do Ecossistema de Inovação da região de Chapecó' está em verde. À direita, há um formulário com campos para: Nome, Endereço, Telefone:, E-mail:, Redes sociais, Resumo sobre o empreendimento e Logo. Cada campo é representado por uma barra cinza retangular.

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Para visualizar as informações no mapa interativo, a página contará com recursos para buscar e filtrar as informações, sendo possível escolher as categorias e visualizar as informações: empreendedores, universidade, governo, ambientes de inovação. Também é possível visualizar o mapa como um todo, com base em todos os dados coletados, logo que abre a página, assim os filtros possibilitam as interações e recortes a partir do interesse da quem está buscando.

Figura 14 – Proposta de mapa interativo para o segmento de negócios de impacto de Chapecó



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Ao selecionar um dos empreendimentos ou um dos atores do ecossistema de inovação, abrirá uma caixa com informações para contato, e apresentando a proposta do negócio, ou a atuação do ator no ecossistema, como pode ser visto na figura 15 ao apresentar a Unochapecó, como um dos atores locais dentro do segmento universidade.

Figura 15 – Proposta para visualizar as informações no mapa interativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Nesse sentido, no ícone comunidade ao disponibilizar um formulário para coleta de dados, os empreendedores e atores do ecossistema de inovação teriam a autonomia para colocarem suas organizações no Mapa do ecossistema de inovação da região de Chapecó. Para concretizar esta ação é imprescindível definir estratégias de divulgação e engajamento da comunidade para construir esta rede de contatos e dar visibilidade para o segmento de negócios de impacto.

Destaca-se ainda o ícone “solicitar pesquisa”, sendo um recurso que permite que a comunidade solicite uma pesquisa, uma coleta de dados regionais para gerar indicadores locais, nesse sentido o processo proposto na presente tese pode ser aplicado em outros contextos, afim de estruturar dados e otimizar a utilização junto à comunidade. A partir da estruturação do processo é possível disponibilizar mais informações de como acontece esta ação, no momento o Observatório disponibiliza um formulário para entrar em contato e solicitar a pesquisa.

Cabe ainda ao grupo de trabalho, junto a equipe do Observatório, estabelecer políticas de manutenção e atualização das informações, garantindo assim a disponibilização de informações atuais e confiáveis, vai ao encontro da base teórica da curadoria digital. O desenvolvimento de uma política que dê visibilidade para os benefícios que os integrantes do ecossistema podem ter acesso, ao disponibilizarem os dados e trabalharem no coletivo. Sendo assim, a próxima seção foi construída para identificar as necessidades informacionais dos empreendedores que fazem parte do segmento de negócios de impacto na região de Chapecó.

Após estruturar o processo que representa a curadoria e a consolidação do Observatório, será possível receber dados de pesquisa de graduação e pós-graduação, pensando na otimização dos dados prevista na curadoria digital. Isso contribui para reduzir a duplicação de esforços e amplia o valor a longo prazo (DCC, 2019). Principalmente pelo alto custo que envolve, propostas que viabilizam sua manutenção, reutilização e valorização, passou a ser uma necessidade emergente (CORUJO; SILVA; REVEZ, 2016). No entanto, a pessoa interessada deverá procurar o Observatório do Parque para compreender e estrutura e a política de que garante a autenticidade dos dados para serem incorporados e compartilhado com o ecossistema de inovação.

Quando se trata da organização e armazenamento de informações, Choo (2003, p. 59) “[...] o objetivo é criar uma memória organizacional que seja o repertório ativo da maior parte do conhecimento e perícia da organização. O volume de dados produzidos e recolhidos precisa ser estruturado de forma a refletir os interesses e modos de utilização da informação”. Para otimizar o uso e a credibilidade das atividades operacionais, a implementação de tecnologias da informação é primordial no cenário contemporâneo.

No âmbito da curadoria digital, Triques, Arakaki e Castro (2020) abordam a representação da informação sob a perspectiva da Biblioteconomia e Ciência da Informação, ao visualizarem o tratamento informacional dos recursos digitais, a partir da adoção de padrões definidos e aceitos internacionalmente. Os autores indicam que as práticas de curadoria no contexto digital estão conectadas com as necessidades de disponibilizar recursos informacionais em novos ambientes, reforçando a sua finalidade, que a informação seja acessada.

Nesse sentido, para agregar consistência à etapa de organização e armazenamento de informações, as etapas da Curadoria Digital permitem inserir alguns elementos para auxiliar na sistematização das informações, sendo elas: Avaliação e Seleção, Admissão, Ações de Preservação e o Armazenamento. Todas estas etapas podem ser aplicadas tanto aos dados que são recebidos de outros portais, como para os dados que são coletados, a partir dos formulários.

No que consiste na avaliação e seleção (*appraise and selection*) dos dados, Higgins (2008) explica que para que haja uma curadoria e preservação de longo prazo, este processo precisa seguir as orientações documentadas, políticas e exigências legais. A etapa admissão (*ingest*) envolve as atividades de transferência dos dados para um arquivo, repositório, *data center* ou outra entidade custodiadora, respeitando as políticas e os requisitos legais (HIGGINS, 2008).

Ações de preservação (*preservation action*) neste processo devem garantir que os dados permaneçam autênticos, confiáveis e utilizáveis, mantendo sua integridade. Tais ações incluem limpeza de dados, validação, atribuição de metadados de preservação e representação e garantia de estruturas ou formatos de arquivos dados adequados. E o armazenamento (*store*) precisa incluir ferramentas e sistemas que garantam segurança, aderindo aos padrões relevantes (HIGGINS, 2008).

O resultado das inter-relações entre a gestão da informação e a curadoria digital identificadas no constructo teórico podem ser visualizadas na Figura 3, quando se inicia o processo reconhecendo a importância dos contextos sociais e situacionais nos quais ocorre a utilização da informação, representado pela casa por envolver características e necessidades específicas de cada região, de cada segmento.

Com base na gestão da informação, e na sequência incorporando algumas fases da curadoria digital, conforme pode ser visualizado na Figura 19, o processo abrange: 1) necessidades informacionais; 2) aquisição da informação, a) conceituação e b) criação ou recebimento; 3) organização e armazenamento da informação, c) avaliação e seleção, d)

admissão, e) ações de preservação, e f) armazenamento; 4) produtos e serviços de informação; 5) distribuição da informação; e 6) uso da informação.

Ao agregar elementos no processo de gestão da informação, a partir das fases sequenciais da curadoria digital, é possível otimizar os recursos informacionais com ações que mantêm, preservam e agregam valor aos dados para que sejam compartilhados com a comunidade. Além disso, as contribuições indicam a necessidade de estabelecer políticas e diretrizes para conduzir os trabalhos internos, e garantir que as informações sejam confiáveis, completas, precisam e não redundantes, favorecendo a visualização de indicadores e oportunidades na tomada de decisão estratégica.

Figura 19 – Representação do processo de curadoria digital na gestão da informação



Fonte: Elaborado pela autora, com base em Choo (2006) e Higgins (2008)

Ressalta-se a importância de documentar este processo de curadoria, a partir da realidade das atividades e da equipe que conduz os trabalhos, a experiência e pesquisa permitem aperfeiçoar ao longo do tempo. Somado a isso, vem a necessidade de estabelecer uma política para conduzir as atividades e permitir a interação e parceria com outras organizações. Tudo isso amarrado ao contexto local, à estrutura a qual o Observatório faz parte.

Assim, para atender a tais demandas, percebe-se a necessidade de uma equipe multidisciplinar, de conhecimentos de áreas diferentes para resolver os problemas relacionados à informação. Após tal aproximação da Ciência da Informação, a partir das temáticas da gestão

da informação e da curadoria digital com os ambientes de inovação, abrem-se outras demandas e possibilidades de pesquisa e atuação. Principalmente, quando se trata de ferramentas e subsídios que abrangem a organização e a representação da informação, não sendo contempladas na pesquisa em questão.

Para dar subsídio e aplicabilidade, na próxima subseção, explora-se os serviços e produtos de informação, a distribuição da informação, e o uso da informação no segmento de negócios de impacto no ecossistema de inovação da região de Chapecó.

5.5 COMPARTILHAMENTO E USO DAS INFORMAÇÕES SOBRE OS NEGÓCIOS DE IMPACTO

Para que faça sentido, todo esse processo de organizar e armazenar informações é preciso contextualizar a sua aplicação, envolver as pessoas que farão uso dela. Conforme aborda Davenport (2004), as pessoas são responsáveis por moldar o contexto, por transformar os dados em informação, e dar significado e o valor, e conseqüentemente, beneficiam-se com essa informação. Ao entender a importância destes elementos, a proposta de curadoria e gestão teve como base as necessidades informacionais dos principais envolvidos, da base que é constituída pelos empreendedores. Ao entender o contexto, é possível criar e utilizar as informações para fins estratégicos.

É preciso apropriar-se dos contextos sociais e situacionais da organização no momento que ocorre a utilização da informação, de acordo com Choo (2003). Tal cooperação entre os empreendedores e atores que atuam no desenvolvimento dos negócios de impacto, ao utilizarem das informações disponibilizadas no Observatório, podem dar significado e identificar a finalidade da informação “através da partilha de energias mentais e afetivas entre um grupo de participantes empenhados em resolver problemas ou atribuir sentido a situações mal definidas” (CHOO, 2003, p. 283). Para dar subsídio e aplicabilidade, nesta seção, explora-se os serviços e produtos de informação, a distribuição da informação, e o uso da informação no segmento de negócios de impacto no ecossistema de inovação da região de Chapecó.

A informação adquirida anteriormente, seja a partir da Criação ou Recebimento dos dados, passa a constituir a memória dos Negócios de Impacto da região de Chapecó. Estas informações agregam valor ao serem alinhadas, ao passarem por uma adequação das necessidades informacionais, constituindo assim os serviços e produtos de informação. Choo (2003, p. 77) explica que “não deve basear-se unicamente na informação que por acaso chega embalada convenientemente – se acrescentar algum interesse para o utilizador, a informação

que chega pode ter de ser recombinação, resumida, comparada”, um verdadeiro cruzamento de referências que irá contribuir no processo de tomada de decisão e de aprendizagem organizacional.

Com base nas necessidades informacionais dos empreendedores, os dados coletados podem gerar produtos informacionais significativos, que ao serem incorporados às demandas potencializam o desenvolvimento do segmento de negócios de impacto. Tendo em vista, que se trata de um ecossistema novo e de um segmento que vem ganhando espaço, a concretização de um mapa interativo dos negócios de impacto, pode dar visibilidade e conectar os projetos e iniciativas locais. Permitindo assim, a criação de uma rede de contatos, que compartilha seus interesses e potencialidades.

Os dados coletados, organizados e estruturados podem gerar um painel de indicadores, possibilitando a visualização gráfica da informação, de forma interativa, seja para fins de empreender, seja para pesquisas científicas ou para fins de gestão estratégica na tomada de decisão. Quando for necessário, dependendo do tipo de informação, é possível criar painéis com *login* e senha para dados sigilosos liberando o acesso apenas para as pessoas envolvidas. Além do mais, outras pesquisas podem ser demandadas pela comunidade, de acordo com as futuras necessidades, agregando assim, outras informações para o segmento e constituindo a memória. Com isso, é possível gerar relatório e projetar tendências.

Cada ator do ecossistema de inovação, o governo, as universidades e a sociedade civil, pode dar visibilidade para suas ações, a partir do momento que se conectam com o ecossistema. Ao indicarem suas ações e projetos, podem encontrar parceiros para desenvolver novas iniciativas, ou projetar suas ações com base nas informações e indicadores sobre o que já existe sobre os negócios de impacto na região. Isso potencializa e traz maturidade, evita trabalhos e esforços duplicados.

No que tange aos serviços informacionais, iniciativas voltadas para a formação continuada dos empreendedores, a partir de oficinas, palestras, cursos sobre gestão do negócio, produção de conteúdo, *marketing* e mídias sociais, contemplam as demandas e necessidades deste tipo de negócio, que gira em torno da informação, do incentivo e da conscientização. Assim, com a implantação de um serviço de disseminação seletiva da informação é possível divulgar as atividades, as oportunidades, e editais para fomentar o desenvolvimento do segmento de negócios de impacto.

Além das possibilidades para os ambientes de inovação, abrem-se oportunidades para as universidades ofertarem formação para os empreendedores, e para as pessoas que compõem as organizações, seja com componentes curriculares vinculados à graduação e pós-graduação,

oficinas e projetos de extensão, ações para conscientização sobre o impacto e o valor desse tipo de negócio, eventos para incentivar e disseminar a cultura dos negócios de impacto, cursos e mentorias para quem já está empreendendo. E para as instituições governamentais, oportunidades que vêm ao encontro de políticas públicas, investimento e fomento para fortalecer e divulgar os negócios de impacto da região.

A distribuição da informação, de acordo com Choo (2003), busca amplificar o compartilhamento de informações, impulsionando a aprendizagem organizacional, e possibilitando a construção de novos conhecimentos a respeito dos problemas e situações. Ao visualizar a informação como um recurso estratégico que permite que as pessoas e as organizações aprendam e tomem decisões, ao permitir que esteja em circulação, vai ao encontro do que se identificou nos grupos focais, que o incentivo, a informação e a conscientização são chaves para o desenvolvimento dos negócios de impacto.

Ressalta-se que o engajamento dos empreendedores e dos atores do segmento de negócios de impacto é fundamental para que a distribuição da informação seja efetivada, pois é a partir da utilização da informação que se pensa em estratégias de distribuição da informação.

Dando sequência ao processo, a etapa de utilização da informação abrange a aplicação dos conhecimentos adquiridos através do processo de interpretação e decisão (CHOO, 2003). Nesse sentido, ao disponibilizar informações, possibilita-se aos empreendedores e atores que tenham suas decisões tomadas com base em indicadores, que saiam do campo abstrato, reduzindo as incertezas e ampliando o conhecimento sobre o negócio.

Para somar com a etapa proposta pela gestão da informação, incorporou-se as ações da DCC que preveem o acesso, uso e reuso (*Access, use e reuse*), assim possibilitam promover o acesso dos dados para uso e reuso pelas pessoas e organizações que compartilham o interesse pelo segmento dos negócios de impacto, tanto pela publicação de forma aberta, como com controle de acesso e procedimentos de autenticação. Por fim, o modelo da curadoria digital fecha as ações sequenciais com a etapa transformação (*transformation*), que possibilita a criação de novos dados, a partir dos dados originais. Isso pode envolver tanto a migração para formatos diferentes, como a criação de subconjuntos, por seleção ou consulta, para criar resultados derivados (HIGGINS, 2008).

Ao aplicar isso à curadoria e à gestão da informação no segmento dos negócios de impacto, torna-se significativo ao compreender que os empreendedores que inovam neste segmento buscam, além de sustentabilidade financeira, agregar valor socioambiental, e isso quer informações, dados para tomar decisões e conhecer o contexto que precisa inovar.

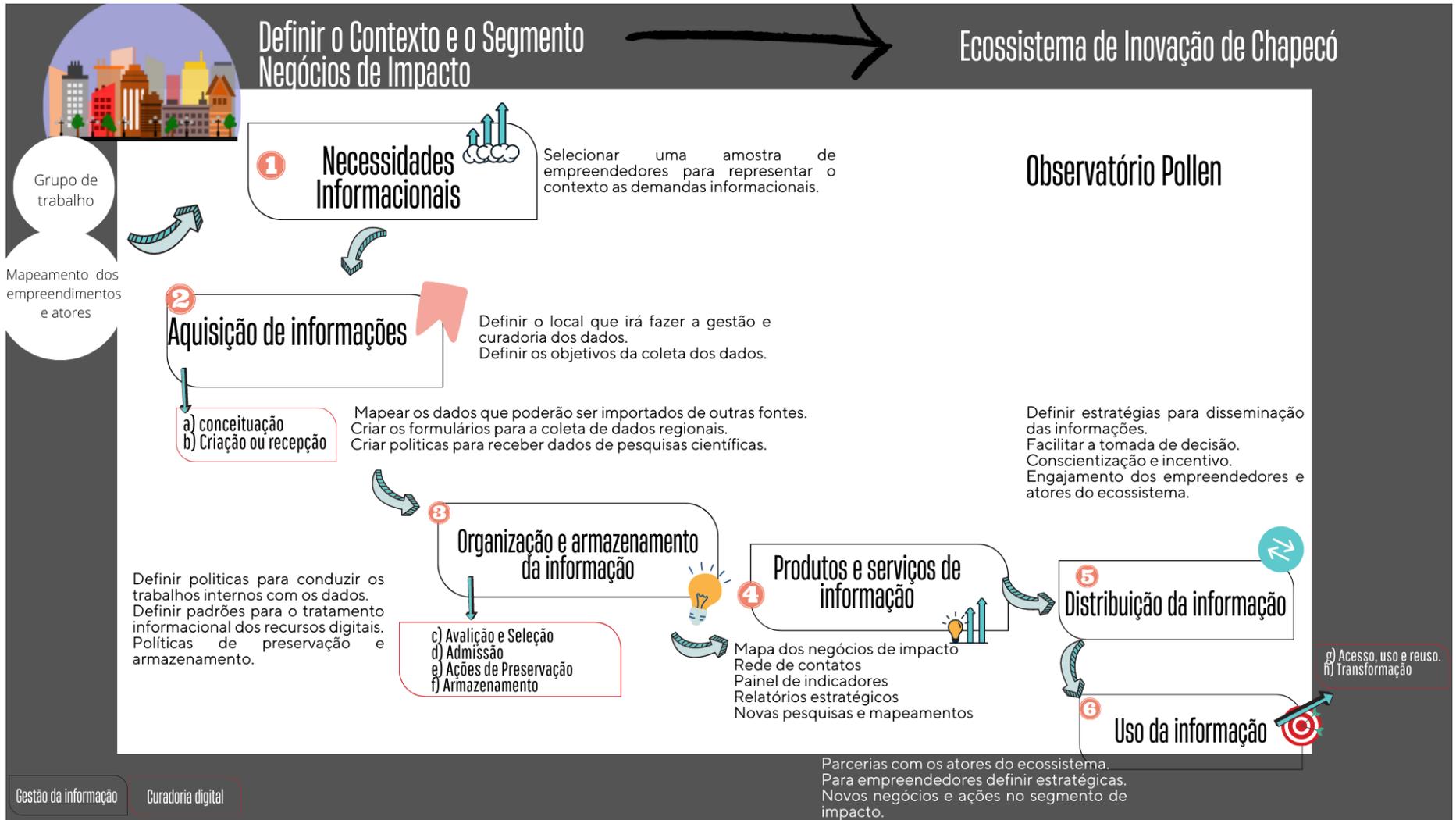
Isso vale para os atores do ecossistema de inovação, ao desenvolverem ações e projetos para o segmento de negócios de impacto, ao planejarem com base em indicadores. E no contexto local, possibilita que as ações sejam mais assertivas e que haja uma adesão mais intensa por parte dos empreendedores por ser algo que necessitam. Os atores do ecossistema de inovação, as universidades e o governo podem usufruir de tais informações para direcionar suas atividades, trabalhando de forma colaborativa e fortalecendo a disseminação de informações importantes que reforcem o papel educativo junto à sociedade, acolhendo as questões socioambientais.

As ações de incentivo ao desenvolvimento dos negócios de impacto e as informações geradas por meio de investimentos com prazo de validade, seja por meio de projetos ou de cooperações, também precisam ser preservadas, para que possam ser reutilizadas ao longo do tempo, para viabilizar novas atividades ou dar continuidade ao que já foi desenvolvido, a tornar possível o avanço qualitativo no desenvolvimento regional dos negócios de impacto.

Por fim, constitui-se a representação do processo de curadoria digital na gestão da informação para os negócios de impacto no ecossistema de inovação. Conforme Figura 14, a casa representa o contexto – Ecossistema de inovação da Região de Chapecó, o segmento a ser trabalhado – Negócios de Impacto, o start para fomentar o compartilhamento e uso da informação sobre os negócios de impacto, entre atores do ecossistema de inovação, inicia com a criação de um grupo de trabalho que seja representativo para o segmento, com representantes de todos atores envolvidos e alguns empreendedores. Com a institucionalização do grupo de trabalho junto a equipe do Observatório é dado início as ações estratégicas, sendo a primeira delas o mapeamento dos empreendedores e atores locais que contribuem com o desenvolvimento do segmento.

Com base nos dados coletados é possível constituir um mapa dos negócios de impacto, o que gera uma rede de contato para dar sequência as atividades, como a identificação das 1) necessidades informacionais, sendo a base da construção da curadoria digital que abrange as demais etapas: 2) aquisição da informação, a) conceituação e b) criação ou recebimento; 3) organização e armazenamento da informação, c) avaliação e seleção, d) admissão, e) ações de preservação, e f) armazenamento; 4) produtos e serviços de informação; 5) distribuição da informação; e 6) uso da informação.

Figura 20 – Representação do processo de curadoria digital na gestão da informação



Fonte: Elaborado pela autora, com base em Choo (2006) e Higgins (2008).

Viabilizar a concretização do processo de curadoria digital na gestão da informação para os negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó podem potencializar as iniciativas voltadas para os negócios de impacto, tendo em vista que estes não seguem o modelo tradicional, os caminhos já estabelecidos. Esse tipo de negócio quebra paradigmas e abre novas possibilidades de responder aos problemas socioambientais.

No decorrer da implantação do processo é possível implementar melhorias, a partir da experiência adquirida com o próprio processo de curadoria digital na gestão das informações para os negócios de impacto, adaptando a coleta das informações de acordo com as novas demandas, adequando a organização e o armazenamento dos dados no Observatório, e aprimorar as estratégias de divulgação e uso das informações no Ecossistema de Inovação de Chapecó.

Assim, a curadoria digital pode contribuir ao disponibilizar informações com valor agregado, além de preservar essas informações a longo prazo, para os atores locais desenvolverem e darem continuidade aos projetos e parcerias. Desse modo, os negócios de impacto podem ser desenvolvidos de forma contínua e evoluírem a partir das informações disponibilizadas por meio da curadoria digital, evitando o retrabalho. Na seção a seguir, são apresentadas as conclusões da pesquisa.

6 CONCLUSÃO

Nesta seção, além das conclusões, apresenta-se a expansão para pesquisas teóricas e aplicadas no ecossistema de inovação e no segmento dos negócios de impacto, sob a perspectiva da curadoria digital na gestão da informação. Evidencia-se essa expansão com base nas discussões que embasaram o cumprimento dos objetivos da pesquisa, com os resultados do processo investigativo da tese, e por fim, com as possibilidades de desdobramento de futuras pesquisas.

6.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE OS OBJETIVOS DA PESQUISA

No caminho trilhado para construir a pesquisa, desafiou-se a sair do campo científico da Ciência da Informação, a partir das lentes da curadoria e da gestão da informação e conectar-se com outras áreas, representadas aqui pelos negócios de impacto e pelo ecossistema de inovação, permitindo assim construir possibilidades de aplicabilidade.

Ao pensar a aplicabilidade, visualiza-se um caminho inicial, que precisa usar dos dados para aprender, adaptar e melhorar ao longo do processo, trata-se de uma necessidade contínua. O resultado da tese não é uma solução fechada e estática, mas sim um processo colaborativo. Este processo requer que os atores locais estejam cientes das mudanças necessárias, que participem e aprendam com os dados, que possam compartilhar abertamente informações e experiências com outras pessoas e organizações e adaptem suas estratégias rapidamente em resposta a um ambiente em evolução, isso envolve questões culturais.

Assim, disseminar e influenciar novas formas de viver, com respeito e impacto positivo socioambiental, envolve diferentes segmentos e está presente em todos os ciclos de vida. Ao olhar para o processo educativo e formativo, para as novas formas de trabalhar e fazer negócios, e que estes sejam significativos, gerem impacto local e tenham sustentabilidade financeira, seja no meio urbano ou rural, como se constatou na presente pesquisa, uma característica da região de Chapecó.

Para contribuir com esta realidade, identificou-se que o incentivo, a informação e a conscientização sobre os negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó podem ser visualizados em diferentes perspectivas, a partir da função e atuação da universidade, do governo, da sociedade civil organizada, dos ambientes de inovação e dos próprios

empreendedores. Isso reforça a necessidade do envolvimento coletivo para a solidificação de uma cultura de impacto na região.

Assim, ao desenvolver uma proposta de processo integrado de curadoria digital e gestão de informação para o compartilhamento e uso de informações sobre negócios de impacto entre atores de ecossistema de inovação, universidades e governos, contou-se com o cumprimento dos objetivos específicos. O “objetivo a” permitiu identificar as principais inter-relações entre os processos de gestão de informação representado pelos números e de curadoria digital representados pelas letras, abrangendo dessa forma as: 1) necessidades informacionais; 2) aquisição da informação, a) conceituação e b) criação ou recebimento; 3) organização e armazenamento da informação, c) avaliação e seleção, d) admissão, e) ações de preservação, e o f) armazenamento; 4) produtos e serviços de informação; 5) distribuição da informação; e 6) uso da informação.

No que se refere à utilização da curadoria digital na gestão da informação para os negócios de impacto do ecossistema de inovação de Chapecó, o ponto de partida e conexão foi mediada pelas necessidades informacionais, etapa prevista no modelo de gestão da informação. Assim, ao aplicar na gestão da informação as fases sequenciais da curadoria digital, estas agregam ao detalhar o tratamento com os dados, garantindo a confiabilidade e a preservação das informações para o futuro, sem redundâncias de trabalho e de informações.

Para cumprir o “objetivo b”, mapeou-se os principais atores que apoiam o desenvolvimento dos negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó, sendo eles: SEBRAE, EPAGRI, Unoesc, Unochapecó, UFFS, Incubadora Tecnológica, Parque Pollen, Prefeitura de Chapecó, APACO e a ACIC. Sendo assim, evidencia-se uma predominância dos atores no Setor Privado no incentivo e apoio no desenvolvimento dos negócios de impacto na região oeste, seguido da Sociedade Civil, e do Governo. Em especial, quando se trata da Universidade e dos Ambientes de Inovação, identificou-se uma oportunidade, que ainda precisa fortalecer seus vínculos e direcionar ações para potencializar o desenvolvimento dos negócios de impacto.

Com o “objetivo c”, elicitou-se as principais necessidades de informação dos empreendedores do segmento de negócios de impacto: necessidades ligadas à formação continuada dos empreendedores; necessidade voltadas para a captação de recursos financeiros; necessidades de acesso a tecnologias; necessidades voltadas para o debate e ampliação das

políticas públicas; e por final, a necessidade de pessoas qualificadas e atuando no segmento de negócios de impacto.

Ao compreender o cenário que abrange o ecossistema de inovação de Chapecó e o segmento dos negócios de impacto, a partir dos objetivos específicos anteriores, concretizou-se o “objetivo d” ao representar graficamente uma proposta de processo integrado os *inputs* principais para o compartilhamento da informação no contexto do ecossistema de inovação estudado. E por fim, cumprindo o “objetivo e”, indicou-se algumas recomendações para o desenvolvimento de produtos e serviços, a partir do compartilhamento e uso de informações na Curadoria Digital para os negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó. Nesse sentido, recomenda-se para a implantação:

1. Realizar um processo intensivo de identificação de necessidades informacionais dos envolvidos;
2. Aperfeiçoar os recursos tecnológicos da plataforma para dar suporte aos formulários de dados e permitir a implantação dos serviços propostos;
3. Definir estratégias para a divulgação e engajamento da comunidade para da coleta de dados e utilizar as informações;
4. Aproximação com as universidades, tendo em vista as atividades de ensino, pesquisa e extensão;
5. Fortalecer a interação com os atores para utilizar as informações e direcionar suas ações para o segmento de negócios de impacto.

Concretizando assim, o objetivo geral ao desenvolver uma proposta de processo integrado de curadoria digital e gestão de informação para o compartilhamento e uso de informações sobre negócios de impacto entre atores de ecossistema de inovação, universidades e governos para a região de Chapecó.

Ademais, durante o desenvolvimento da pesquisa, destaca-se algumas lições aprendidas, como a evolução do conceito que, inicialmente, estava direcionado para os negócios sociais, e ganhou amplitude no cenário nacional, a partir de 2021, e vem sendo disseminado como negócios de impacto. Uma área nova, em desenvolvimento, que a Ciência da Informação pode explorar em suas pesquisas ao abordar a informação, a gestão e a tecnologia.

O desenvolvimento regional, a interiorização dos ecossistemas de inovação vem sendo concretizado, e a tese contribui ao olhar para a informação e suas relações de forma colaborativa, aproximando o contexto científico da sociedade. E no cenário regional, a pesquisa

vai ao encontro dos trabalhos já desenvolvidos que visualizam a informação como um recurso estratégico e necessário.

Apesar da pandemia da COVID-19 ter potencializado a necessidade de rever a ação humana no planeta, as formas de viver, de produzir e trabalhar é anterior. Há uma urgência em olhar para além dos interesses econômicos, abranger valor e propósito voltados para as questões socioambientais, um olhar mais humano e sustentável para os problemas sociais, como uma alternativa para inovar e empreender.

6.2 CONSIDERAÇÕES SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS E PRÁTICAS

Ao cruzar a revisão de literatura e os dados empíricos, possibilitou-se criar um encontro entre a teoria e a prática durante o desenvolvimento da pesquisa. Esta pesquisa apresenta como contribuições teóricas e/ou acadêmicas:

- Explicação sobre os estudos voltados para a gestão da informação no contexto da inovação, no qual se evidenciou que grande parte das pesquisas está voltada para as organizações com o intuito de gerar inovação, e poucas pesquisas são voltadas para os ambientes de inovação e seus atores;
- Construção de um processo que une a gestão da informação e a curadoria digital, agregando assim, ao processo de gerenciamento das informações que tem como finalidade otimizar o uso dos recursos informacionais, elementos que enriquecem o tratamento dos dados, bem como amplia a preservação das informações visando o seu acesso e uso futuro;
- As necessidades informacionais compõem a etapa que possibilita que a gestão da informação se conecte com outros contextos e áreas para viabilizar a aplicabilidade das questões teóricas da área. O diálogo inicia quando se abre a mente para compreender como funciona e quais são as demandas, como aconteceu com o segmento de negócios de impacto;
- Visualização da informação como um bem coletivo, que quanto mais utilizada e disseminada, mais impacta o desenvolvimento das questões socioambientais, cerne dos negócios de impacto.

Além das contribuições teóricas e/ou acadêmicas, constatou-se as contribuições empíricas e/ou práticas, a partir do cruzamento do referencial teórico e dos dados empíricos:

- Conhecer a “fotografia atual” dos negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó possibilita ampliar o repertório sobre os avanços e as demandas dos empreendedores, com dados que permitem estar ciente das oportunidades e respostas a essas demandas que envolverão diferentes recursos técnicos, financeiros e relacionais. Um caminho possível e viável passa pela informação, tanto para aprofundar o diagnóstico, quanto para propor repostas às demandas; passa por fortalecer e conectar os atores que apoiam os negócios de impacto;
- A aplicabilidade do processo da curadoria digital na gestão da informação está alinhada com as demandas atuais que visualizam os dados como insumo para a tomada de decisão e na geração de inovação. Os Observatórios presentes nos Ecossistemas de Inovação trabalham diretamente com este fluxo de informação, que por serem novos, ainda não possuem uma rotina sistematizada das suas atividades e processos;
- A utilização da gestão da informação valoriza a tomada de decisão pautada em indicadores, em dados, possibilita organizar e gerenciar as informações do ambiente externo que envolve o ecossistema de inovação de Chapecó, especificamente no segmento dos negócios de impacto;
- Dispor da curadoria digital no Observatório prepara e sistematiza o processo de gestão de dados, possibilita a integração com dados de outras pesquisas, criando uma memória da realidade local, reaproveitando assim os dados a longo prazo;
- Para concretizar o resultado da tese, principalmente no que tange à criação de dados, entende-se que esta atividade é uma ação coletiva, requer que os empreendedores e os atores locais estejam conscientes das mudanças no contexto, que aprendam com os dados, compartilhem abertamente informações e aprendizagens com outras pessoas e organizações e adaptem suas estratégias rapidamente em resposta a um ambiente em evolução;
- A descentralização do ecossistema de apoio ao empreendedor e do desenvolvimento dos negócios de impacto se faz importante não só nas regiões metropolitanas, mas também fora das capitais. Assim, apostar na interiorização do conhecimento e dos negócios que promovem desenvolvimento social e ambiental é uma realidade, que necessita de uma demanda que vem crescendo;
- A partir das relações percebidas e ações indicadas pelos empreendedores do segmento dos negócios de impacto, percebeu-se que o grau de maturidade é

embrionário, e existem desafios na promoção e no fortalecimento desse universo empreendedor. Além disso, existe um universo ainda não explorado que abrange as ideias inovadoras que necessitam de suporte nas etapas iniciais da jornada empreendedora, na ideação, momento que concretiza o modelo de negócio.

6.3 CONSIDERAÇÕES SOBRE FUTURAS PESQUISAS

Ao definir o recorte da pesquisa em questão, direcionada aos negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó, entende-se que algumas limitações de abrangência e regionalidade são impostas. Bem como, os recortes teóricos no que tange à gestão da informação e da curadoria digital que cumprem o papel de uma lente, ao focar e dar ênfase em algumas etapas, acabam limitando a compreensão de outros elementos. Assim, tendo consciência das limitações induzidas pelo recorte da pesquisa, surgem outras oportunidades de pesquisa.

Com base no processo de pesquisa vivenciado e nos aprendizados gerados durante o doutoramento, é possível perceber a complexidade do tema abordado, e a partir das limitações do presente estudo, abrem-se perspectivas para futuras pesquisas que podem somar no âmbito teórico e prático. No que tange ao Ecossistema de Inovação de Chapecó e aos Negócios de Impacto, algumas possibilidades de pesquisas podem somar ao desenvolvimento e mapeamento da realidade local, como:

- Pesquisas voltadas para a atuação das universidades envolvendo seu compromisso com o ensino, pesquisa e extensão no contexto da inovação e do impacto;
- Pesquisas que analisem a atuação do governo e as políticas públicas voltadas para o desenvolvimento sustentável e o apoio aos negócios de impacto;
- Pesquisas que busquem mapear as organizações que representam a sociedade civil organizada e promovam ações para apoiar os negócios de impacto na região;
- Pesquisas direcionadas para os empreendedores sociais que se aventuram a inovar com propósito socioambiental;
- Pesquisas que explorem os modelos de negócios do segmento de impacto, e identifiquem as especificidades que surgem a partir das características regionais.

Em relação à curadoria digital na gestão da informação, algumas possibilidades de pesquisas podem contribuir no desenvolvimento teórico e prático, dessa aproximação da Ciência da Informação com o Ecossistema de Inovação e os Negócios de Impacto, como:

- Pesquisas que explorem o processo de representação da informação dentro da curadoria digital;
- Pesquisas voltadas para as ferramentas e tecnologias adequadas para dar suporte ao armazenamento e transferência dos dados;
- Pesquisas que apliquem a curadoria digital para a gestão da informação em outros segmentos, dentro dos ambientes de inovação;
- Pesquisas direcionadas para exemplificar a gestão da informação no campo empírico, a partir da sua aplicabilidade, pois grande parte das pesquisas encontradas estão restritas ao campo teórico;
- Pesquisas que explorem a gestão da informação nos ecossistemas de inovação, nas relações e interações externas, tendo em vista que as pesquisas encontradas focam nos ambientes internos e no desenvolvimento das organizações de forma individual;
- Pesquisas que explorem as ações do ciclo de vida completo da curadoria digital apresentada, composto pela: 1) descrição e representação da informação; 2) planejamento de preservação; 3) vigilância e participação da comunidade; e 4) organize e preserve.

REFERÊNCIAS

- ABBOTT, Daisy. **What is digital curation?** DCC Briefing Paper: Introduction to Curation. Edinburgh: Digital Curation Centre, 2008. Disponível em: <http://www.dcc.ac.uk/resources/briefing-papers/introduction-curation/what-digital-curation>. Acesso em: 29 abr. 2021.
- ACIC. Associação Comercial e Industrial de Chapecó. **ACIC: 75 anos de história.** 2022. Disponível em: <https://www.acichapeco.com.br/acic#historia>. Acesso em: 13 mar. 2022.
- ALVARES, Lillian; BAPTISTA, Sofia Galvão; ARAÚJO JÚNIOR, Rogério Henrique. Gestão do conhecimento: categorização conceitual. **Em Questão**, [s.l.], v. 16, n. 2, p. 235-252, 2010.
- APACO. Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense. **História:** história da APACO. Chapecó: APACO, 2022. Disponível: <http://www.apaco.org.br/nossa-hist%C3%B3ria>. Acesso em: 19 jan. 2022.
- ARANHA, José Alberto Sampaio. **Mecanismos de geração de empreendimentos inovadores:** mudanças na organização e na dinâmica dos ambientes e o surgimento de novos atores. Brasília: ANPROTEC, 2016.
- ARAÚJO, Wánderon Cássio Oliveira; SILVA, Edna Lúcia da; VARVAKIS, Gregório. Fluxos de informação em projetos de inovação: estudo em três organizações. **Perspectivas em ciência da informação**, Belo Horizonte, v. 22, n. 1, p. 57-79, Mar. 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362017000100057&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 12 nov. 2018.
- ASHOKA. **Innovators for the Public.** Cairo: ASHOKA, 2010. Disponível em: <https://www.ashoka.org>. Acesso em: 15 jul. 2020.
- AUDY, Jorge; PIQUÉ, Josep. **Dos parques científicos e tecnológicos aos ecossistemas de inovação:** desenvolvimento social e econômico na sociedade do conhecimento. Brasília: ANPROTEC, 2016.
- AZEVEDO, Luanna Gonçalves de. **Design Thinking no processo de seleção em incubadora tecnológica.** 2018. 93 p. Dissertação (mestrado em tecnologia e gestão da inovação) - Universidade Comunitária da Região de Chapecó, 2018. Disponível em: <http://konrad.unochapeco.edu.br:8080/pergamumweb/vinculos/00010d/00010d20.pdf>. Acesso em: 31 maio 2020.
- BADII, Atta; SHARIF, Amir. Information management and knowledge integration for enterprise innovation. **Logistics Information Management**, [s.l.], v. 16, n. 2, p. 145-155, 2003.
- BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge. **Redes de cooperação empresarial:** estratégias de gestão na nova economia. Porto Alegre: Bookman, 2016.

- BARKI, Edgard. Negócios de impacto: tendência ou modismo? **GV-executivo**, [s. l.], v. 14, n. 1, p. 14-17, mai. 2015. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/view/49183>. Acesso em: 5 set. 2018.
- BARKI, Edgard. O mercado da base da pirâmide. *In*: BARKI, Edgard *et al.* (org.). **Negócios com impacto social no Brasil**. São Paulo: Peirópolis, 2013. p. 21-40.
- BARKI, Edgard; RODRIGUES, Juliana; COMINI, Graziella Maria. Negócios de Impacto: Um Conceito em Construção. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [s. l.], v. 9, n. 4, p. 477-501, 2020.
- BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de metodologia científica**. ampliada. São Paulo: Pearson educativa do Brasil, 2000.
- BAX, Marcello Peixoto; RESENDE, Liliane Chaves. A Curadoria Digital de Dados Científicos no Campo da Ciência da Informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 25, n. esp., p. 233-251, 2020.
- BEAGRIE, Neil. The digital curation centre. **Learned publishing**, [s. l.], v. 17, n. 1, p. 7-9, 2004. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1087/095315104322710197>. Acesso em: 12 jun. 2020.
- BEDIN, Jéssica; SENA, Priscila Machado Borges; VIANNA, William Barbosa. Portfólio bibliográfico da relação entre gestão da informação e inovação na Ciência da Informação brasileira. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 21., 2021, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANCIB, 2021.
- BEDIN, Jéssica; VIANNA, William Barbosa. Panorama das teses e dissertações sobre os negócios sociais e inovação: possibilidades para a gestão da informação e do conhecimento. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19., 2018. **Anais [...]** Londrina: UEL, 2018. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/download/124648>. Acesso em: 21. nov. 2020.
- BIGNETTI, Luiz Paulo. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, [s. l.], v. 47, n. 1, p. 3-14, 2011. Disponível em: http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/1040. Acesso em: 7 jul. 2020.
- BOERES, Sonia Araújo de Assis. Quem está preservando seus dados digitais? Estaria surgindo uma nova profissão? **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, [s. l.], v. 11, n. 1, p. 149-167, 2018. DOI: 10.26512/rici.v11.n1.2018.8471. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/8471>. Acesso em: 21 abr. 2021.
- BOERES, Sonia; CUNHA, Murilo Bastos. Competências para a preservação e curadoria digitais. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, [s. l.], v. 14, n. 3, p. 426-449, 2016.
- BUCKLAND, Michael K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science**, [s. l.], v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991.

BURGOS, Fernando. Reflexões sobre o papel dos governos no campo dos negócios de impacto. *In*: BARKI, Edgard; COMINI, Graziella Maria; TORRES, Haroldo da Gama. **Negócios de impacto socioambiental no Brasil: como empreender, financiar e apoiar**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2019. p. 57-74.

CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. O conceito de informação. **Perspectivas em ciência da informação**, Belo Horizonte, v. 12, p. 148-207, 2007.

CARVALHO, Lidiane dos Santos. **Informação, comunicação e inovação**. 2009. 134 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Educação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Florianópolis, 2009.

CAVALCANTE, Lídia Eugênia. Informação, inovação social e condições de vida: construindo competências para o desenvolvimento sustentável. **Revista EDICIC**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 302-316, 2011.

CHOO, Chun Wei. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões**. São Paulo: SENAC, 2006.

CHOO, Chun Wei. **Gestão de informação para a organização inteligente: a arte de explorar o meio ambiente**. Porto: Caminho, 2003.

CHOO, Chun Wei. Information culture and organizational effectiveness. **International Journal of Information Management**, [s. l.], v. 33, n. 5, p. 775-779, 2013.

CHOO, Chun Wei; AUSTER, Ethel. Environmental scanning: acquisition and use of information by managers. **Annual Review of Information Science and Technology, Medford**, v. 28, p. 279-314, 1993.

CIANCONI, Regina. **Gestão da informação na sociedade do conhecimento**. 2. ed. Brasília: SENAI/DN, 2001.

CLIMATE VENTURES; PIPE.LABO. **A onda verde: oportunidades para empreender e investir com impacto ambiental positivo no Brasil**. S. l., 2021. Disponível em: <https://aondaverde.com.br/>. Acesso em: 12 jan. 2022.

COELHO, Marcelo Z. Entendendo o contexto: relação com diferentes stakeholders (governo, grandes corporações e comunidades). *In*: BARKI, Edgard; COMINI, Graziella Maria; TORRES, Haroldo da Gama. **Negócios de impacto socioambiental no Brasil: como empreender, financiar e apoiar**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2019. p. 143-160.

COFFEY, Amanda; ATKINSON, Paul. **Making sense of qualitative data: Complementary research strategies**. Sage Publications, Inc, 1996.

COMINI, Graziella; BARKI, Edgard; AGUIAR, Luciana. O novo campo dos negócios com impacto social. *In*: BARKI, Edgard *et al.* (org.). **Negócios com impacto social no Brasil**. São Paulo: Peirópolis, 2013. p. 41-64.

CORAGGIO, J. L. Alternativas para o desenvolvimento humano em um mundo globalizado. [S.l.:s.n.], Proposta n. 72, mar-mai. 1997.

CORUJO, Luís; SILVA, Carlos Guardado da; REVEZ, Jorge. Digital curation and costs: approaches and perceptions. *In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON TECHNOLOGICAL ECOSYSTEMS FOR ENHANCING MULTICULTURALITY*, 4., 2016. Salamanca. **Proceedings** [...] Salamanca: University of Coimbra, 2016. p. 277-284.

CRESWELL, John W. . **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

CRUZ, Célia; QUITÉRIO, Diogo; SECRETAS, Beto. O ecossistema de fomento aos investimentos e negócios de impacto: rompendo fronteiras. *In: BARKI, Edgard; COMINI, Graziella Maria; TORRES, Haroldo da Gama. Negócios de impacto socioambiental no Brasil: como empreender, financiar e apoiar*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2019. p. 24-56.

D'AVILA, Jones Costa *et al.* A Tríplice Hélice como fator de desenvolvimento regional: Um estudo de casos no Brasil. **Revista Espacios**, [s.l.], v. 36, n. 11, 2015.

DALLACORTE, Caroline. **Formação de clusters para a organização de um sistema regional de inovação: um estudo de caso em Chapecó - SC**. 2017. 107 f. Dissertação. Mestrado em Tecnologia e Gestão da Inovação. Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2017.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da Informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. São Paulo: Futura, 1998.

DAVENPORT, Thomas H. Melhorando o desempenho da empresa. *In: DAVENPORT, Thomas H.; MARCHAND, Donald A.; DICKSON, Tim. Dominando a gestão da informação*. Porto Alegre: Bookman, 2004. p. 14-20.

DCC. Digital Curation Centre. **The value of digital curation**. 2019. Disponível em: <http://www.dcc.ac.uk/digital-curation>. Acesso em: 11 jan. 2019.

DEES, J. Gregory. 1 The Meaning of Social Entrepreneurship. *In: HAMSCHMIDT, Jost; PIRSON, Michael. (ed.). Case Studies in Social Entrepreneurship and Sustainability*. Abingdon, Oxfordshire: Routledge, 2017. p. 34-42. Disponível em: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf Acesso em: 26 jul. 2020.

DUTRA, Moisés Lima; MACEDO, Douglas Dyllon Jeronimo. Curadoria digital: proposta de um modelo para curadoria digital em ambientes big data baseado numa abordagem semi-automática para a seleção de objetos digitais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 21, n. 2, p. 143-169, 2016.

DUTRA, Ademar *et al.* The construction of knowledge from the scientific literature about the theme seaport performance evaluation. **International Journal of Productivity and Performance Management**, [s.l.], v. 64, n. 2, p. 243-269, 2015.

ENSSLIN, Leonardo *et al.* **ProKnow-C, Knowledge Development Process - Constructivist. Processo técnico com patente de registro pendente junto ao INPI**. Brasil, 2010.

ENSSLIN, Leonardo; ENSSLIN, Sandra Rolim; PINTO, Hugo de Moraes. Processo de investigação e Análise bibliométrica: Avaliação da Qualidade dos Serviços Bancários. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 17, n. 3, p. 325-349, maio/abr., 2013.

ENSSLIN, Leonardo; ENSSLIN, Sandra Rolim; DUTRA, Ademar. **Proknow-C**: um processo para geração de conhecimento e identificação de oportunidade de pesquisa científica. Santa Catarina: UFSC, 2017. (Apostila da disciplina Avaliação de Desempenho).

ENSSLIN, Sandra Rolim *et al.* Processo de mapeamento das publicações científicas de um tema: portfólio bibliográfico e análise bibliométrica sobre avaliação de desempenho de cooperativas de produção agropecuária. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, [s.l.], v. 52, n. 1, p. 587-608, 2014.

EPAGRI. Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina. **Quem somos**: uma história de sucesso e relevância para Santa Catarina. Florianópolis, [2022]. Disponível em: <https://www.epagri.sc.gov.br/index.php/a-epagri/quem-somos/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L. The dynamics of innovation: from national systems and 'Mode 2' to a triple-helix of university- industry-government relations. **Research Policy**, [s.l.], v. 29, n. 22, p. 100-123. 2000.

ETZKOWITZ, Henry; LEYDESDORFF, Loet. The Triple Helix--University-industry-government relations: A laboratory for knowledge based economic development. **EASST review**, [s.l.], v. 14, n. 1, p. 14-19, 1995.

FAETI, Pâmela Vicentini; CALSA, Geiva Carolina. Metodologia científica: descobrindo trilhas. Por onde caminhar? *In*: SEMINÁRIO DE PESQUISA DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO, 11., 2013, Paraná. **Anais [...]**. Paraná: UEM, 2013.

Disponível em: http://www.ppe.uem.br/publicacoes/seminario_ppe_2013/trabalhos/co_02/40.pdf. Acesso em: 15 out. 2018.

FANTINELLI, Ricardo Scaratti. **Framework Estratégico de Parques Científicos e Tecnológicos**: o caso Chapecó@. 2017. 174 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Tecnologia e Gestão da Inovação, Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2017.

FERNANDES, Henrique Denes Hilgenberg; OLIVEIRA, Alexandre Faria de. Gestão da Preservação digital em repositórios de dados de pesquisa. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, [s.l.], v. 11, n. 1, p. 255-273, 2018.

FISCHER, Rosa Maria; COMINI, Graziella. Sustainable development: from responsibility to entrepreneurship. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 47, p. 363-369, 2012.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa**: um guia para iniciantes. Porto Alegre: Penso 2013.

FONTANELA, Cristiani. **Modelo jurídico para o Parque Científico e Tecnológico Chapecó@**: uma proposta a partir da abordagem da tríplice hélice. 2016. 287 f. Tese

(Doutorado) - Programa de Pós Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

FREITAS, Henrique; OLIVEIRA, Mírian; JENKINS, Milton; POPJOV, Oveta. **The Focus Group, a qualitative research method**. ISRC, Merrick School of Business, University of Baltimore (MD, EUA), 1998.

GALLI, Riccardo; TEUBAL, Morris. Paradigmatic Shifts in National Innovation Systems. *In*: EDQUIST, Charles. **Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations**. Londres e Washington: Pinter, 1997. p. 342-370.

GELL-MANN, Murray. A informação e seus sabores: uma introdução. *In*: DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. São Paulo: Futura, 1998.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLUSHKO, Robert. **The discipline of organizing**. Cambridge, Mass: The MIT Press, 2014.

HART, Stuart. **Capitalismo movido por propósito**. Negócios de impacto socioambiental no Brasil: como empreender, financiar e apoiar. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2019.

HIGGINS, Sarah. The DCC curation lifecycle model. **International journal of digital curation**, [s.l.], v. 3, n. 1, 2008. Disponível em: <http://www.ijdc.net/article/view/69>. Acesso em: 10 jan. 2020.

HINTON, Matthew. Introducing information management: the business approach. *In*: HINTON, Matthew (ed.). **Introducing Information Management**. Abingdon, Oxfordshire: Routledge, 2005. p. 9-12.

ICE. Instituto de Cidadania Empresarial; PIPE.SOCIAL. **O que são negócios de impacto: características que definem empreendimentos como negócios de impacto**. São Paulo: ICE, 2019. Disponível em: <https://aliancapeloimpacto.org.br/wp-content/uploads/2020/03/ice-estudo-negocios-de-impacto-2019-web.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2022.

INOMATA, Danielly Oliveira. **Redes colaborativas em ambientes de inovação: uma análise dos fluxos de informação**. 2017. 421 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Educação, Programa Pós-Graduação em Ciência da Informação, Florianópolis, 2017. Disponível em: <http://www.bu.ufsc.br/teses/PCIN0163-T.pdf>. Acesso em 21 nov. 2020.

INOVATIVA. **Aqui, inovação e impacto são sinônimos**. Disponível em: <https://www.inovativabrasil.com.br/aceleracao-impacto/>. Acesso em: 19 jan. 2022.

JACKSON, Deborah. **What is an innovation ecosystem?** Research paper. Engineering Research Centers, National Science Foundation, 15 March 2011. Disponível em: http://erc-assoc.org/sites/default/files/topics/policy_studies/DJackson_Innovation%20Ecosystem_03-15-11.pdf. Acesso em: 08 jun. 2016.

JACOB, Merle. Utilization of social science knowledge in science policy: systems of innovation, triple helix and vinnova. **Social Science Information**, [s.l.], v. 45, n. 3, p. 431-462, 2006.

JACOSKI, Claudio Alcides; DALLACORTE, Caroline; KOCH, Leani Laueremann; FANTINELLI, Ricardo Scaratti. **Parques tecnológicos: estratégias para estruturação de um ecossistema de inovação e desenvolvimento regional**. Chapecó: Argos Editora da UnoChapecó, 2020. Disponível em: https://editoraargos.com.br/_loja_/p/424551/parques-tecnologicos-estrategias-para-estruturacao-de-um-ecossistema-de-inovacao-e-desenvolvimento-regional. Acesso em: 07 abr. 2022.

KIM, Jeonghyun. Growth and trends in digital curation research: The case of the international journal of digital curation. **Proceedings of the American Society for Information Science and Technology**, [s.l.], v. 51, n. 1, p. 1-4, 2015. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/meet.2014.14505101074> . Acesso em: 10 jan. 2019.

KOCH, Leani L. **Ecossistemas de inovação: estudo da região de Chapecó**. 2018. 165 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis e Administração) – Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2018.

LACERDA, Rogério Tadeu de Oliveira; ENSSLIN, Leonardo; ENSSLIN, Sandra Rolim. A Performance Measurement Framework in Portfolio Management: A Constructivist Case. **Management Decision**, [s.l.], v. 49, p. 1-15, 2011.

LEITÃO, Pedro Cláudio Coutinho; NASSIF, Mônica E. Decisões estratégicas e informação: sensemaking organizacional como abordagem alternativa. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, [s.l.], v. 2, n. 1, p. 136-157, 2009.

LEITE, Fernando César Lima. **Modelo genérico de gestão da informação científica para instituições de pesquisa na perspectiva da comunicação científica e do acesso aberto**. 2011. 262 f. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

LIMEIRA, Tania maria Vidigal. **Negócios de impacto social: guia para os empreendedores**. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

LUNDEVALL, Bengt-Ake *et al.* National systems of production, innovation and competence building. **Research Policy**, [s. l.], v. 1, n. 31, p. 213-231, 2002.

MACHADO, A. D. B. *et al.* Habitats de inovação: possibilidades sustentáveis para a sociedade *In: CONFERÊNCIA ANPROTEC DE EMPREENDEDORISMO E AMBIENTES DE INOVAÇÃO*, 25., 2015, Cuiabá. **Anais [...]**. Cuiabá: Anprotec, 2015.

MARQUES, Bárbara *et al.* Marketing digital aplicado à gestão e curadoria da informação. **Revista Brasileira de Educação em Ciência da Informação**, [s.l.], v. 24, n. 2, p. 88-80, 2018.

MARQUES, Rafaela Bett Soratto. **Economia criativa como estratégia de aculturação no design de moda na cidade de Araranguá-SC: uma análise sob a ótica dos atores**

institucionais. 2018. 196 p. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Campus Araranguá, Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação, Araranguá, 2018. Disponível em: <http://www.bu.ufsc.br/teses/PTIC0034-D.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2022.

MARQUEZ, Patricia; REFICCO, Ezequiel; BERGER, Gabriel. Negócios inclusivos em América Latina. **Harvard Business Review**, [s.l.], v. 87, n. 5, p. 28-38, 2009.

MASSAD, Daniela de Oliveira. **A influência das competências do empreendedor social em projetos de inovação social**. 2017. 215 p. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Florianópolis, 2017. Disponível em: <http://www.bu.ufsc.br/teses/PEGC0513-D.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2022.

McGEE, James V.; PRUSAK, Laurence. **Gerenciamento estratégico da informação: aumento a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MENEZES, Alexandre Gava. **Modelo de avaliação de programas de inovação social por meio da pesquisa-ação**. 2016. 223 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis, 2016. Disponível em: <http://www.bu.ufsc.br/teses/PEPS5619-T.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2022.

MERRIAM, Sharan B. **Qualitative Research and Case Study Applications in Education**. San Francisco: Allyn and Bacon, 1998.

MINAYO, Maria Cecilia de Souza. O desafio da pesquisa social. *In*: MINAYO, Maria Cecilia de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 9-30.

MINAYO, Maria Cecilia de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 2007.

MOLINA, Leticia Gorri; SANTOS, Juliana Cardoso. Curadoria Digital: novos suportes documentais e a preservação da memória. **Prisma.com**, [s.l.], n. 38, p. 82-101, 2019.

MUNARETTO, Lorimar Francisco; CORRÊA, Hamilton Luiz; CUNHA, Júlio Araújo Carneiro. Um estudo sobre as características do método Delphi e de grupo focal, como técnicas na obtenção de dados em pesquisas exploratórias. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, [s.l.], v. 6, n. 1, p. 9-24, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2734/273428927002.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2022.

MUNROE, Tapan; WESTWIND, Mark. **What Makes Silicon Valley Tick? The Ecology of Innovation at Work**. Portland: Nova Vista Publishing, 2009.

OBSERVATÓRIO POLLEN PARQUE. **Sobre nós**. Chapecó, 2022. Disponível em: <https://obs.unochapeco.edu.br/sobre>. Acesso em: 15 mar. 2022.

OCDE. **Manual de Oslo**, 2005. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/imagens/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2020.

ONU. Organização das Nações Unidas. **Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil**. Brasília, 2022. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 25 jun. 2022.

PACZKOWSKI, Shirley. **Desenvolvimento de procedimento de avaliação de práticas de responsabilidade social das organizações produtivas**. Florianópolis, 2003. 218 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis, 2003. Disponível em: <http://www.tede.ufsc.br/teses/PEPS3913.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2022.

PEREIRA, Maria Elba Dantas Moura. **Gestão da Informação Tecnológica na Universidade Federal da Paraíba-Campus I: O caso do Núcleo de Inovação Tecnológica – NIT**. 1997 137 f. Mestrado (Biblioteconomia) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 1997.

PICCINI, Ruberlan Alex Bilha. **Sistema regional de inovação do setor de tecnologia da informação da região oeste de Santa Catarina: um estudo exploratório**. 2018. 132 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2018.

PIPE SOCIAL. **3º Mapa de negócios de impacto: social + ambiental**. [S. l.]: Pipe Lobo, 2021. Disponível em: <https://mapa2021.pipelabo.com/#:~:text=Bem%2Dvindos%20ao%20Mapa%202021,Desenvolvimento%20da%20ONU%2C%20Agenda%202030>. Acesso em: 12 jan. 2022.

PIQUE, J. M. Ecology of innovation and the triple helix. **Triple Helix**, [s.l.], v. 5, n. 2, 2016.

POLLEN PARQUE CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO. **Linkedin**. S.l., 2022. Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/pollenparque/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

PRAHALAD, Coimbatore Krishnarao. **A riqueza na base da pirâmide**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

PRAHALAD, Coimbatore Krishnarao; HART, Stuart. **The fortune at the bottom of the pyramid**. **Strategy + business**, n. 26, p. 2-14, 2002.

RAZETO, Luis. Economia de solidariedade e organização popular. In.: GADOTTI, Moacir; GUTIÉRREZ, Francisco (orgs). **Educação comunitária e Economia Popular**. São Paulo: Cortez, 1993

REDE CATARINENSE DE INOVAÇÃO. **Venha para os Centros**. Florianópolis, 2022. Disponível em: <http://centrosdeinovacao.sc.gov.br/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

RESENDE, L. C.; BAX, M. P. A curadoria de dados científicos na ciência da informação: levantamento do cenário nacional. **AtoZ: Novas Práticas em Informação e Conhecimento**, [s.l.], v. 9, n. 1, p. 94-110, 2020.

RICHARDSON, Roberto Jarry; PERES, Jose Augusto de Souza. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2010.

RITTER FILHO, José Alvício. **Universidade e desenvolvimento socioeconômico local**: uma análise do papel da Universidade Federal Da Fronteira Sul na cidade de Chapecó. 2017. 181 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Administração, Centro Sócio-econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/188431>. Acesso em: 31 maio 2020.

ROCHA, Rafael Port da; CAREGNATO, Sonia Elisa; GABRIEL JUNIOR, Rene Faustino. Aspectos de inovação na implantação de um centro de digitalização e gestão de dados da pesquisa. **Encontros Bibli**: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Florianópolis, v. 23, n.esp., p. 1-15, 2018.

ROSENBAUM, Steven. **Curation nation**: Why the future of content is context. Nova York: McGrawHill, 2011.

SALES, Luana Farias; SAYÃO, Luís Fernando. O impacto da curadoria digital dos dados de pesquisa na Comunicação Científica. **Encontros Bibli**: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Florianópolis, v. 17, n.esp., p. 118-133, 2012.

SANCHEZ, Fernanda Alves; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregório; VECHIATO, Fernando Luiz. A contribuição da curadoria digital em repositórios digitais. **Revista Informação na Sociedade Contemporânea**, [s.l.], v. 1, p. 1-17, 2017.

SANTA CATARINA. Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico Sustentável. **Guia de Implantação dos Centros de Inovação**: Livro II - Plano de Implantação. Florianópolis: SDS, 2017.

SANTOS, Filipe M. A positive theory of social entrepreneurship. **Journal of business ethics**, [s.l.], v. 111, n. 3, p. 335-351, 2009. Disponível: www.insead.edu/facultyresearch/centres/isic/. Acesso em: 26 set. 2018.

SANTOS, Patrícia Siqueira. **Modelo de gestão da informação para negócios sociais**: estudo em Florianópolis, Capital Lixo Zero. Orientadora: Ana Clara Cândido. 2021. 111 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Educação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Florianópolis, 2021.

SANTOS, Thayse Natália Cantanhede. **Curadoria digital**: o conceito no período de 2000 a 2013. 2014.165 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Faculdade de Ciência da Informação, Universidade de Brasília. Brasília, 2014. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/17324>. Acesso em: 26 set. 2020.

SANTOS, Thayse Natália Cantanhede. Curadoria digital e preservação digital: cruzamentos conceituais. **RDBCI**: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, [s.l.], v. 14, n. 3, p. 450-464, 2016.

SAYÃO, Luís Fernando; SALES, Luana Farias. Curadoria digital e dados de pesquisa. **AtoZ**: novas práticas em informação e conhecimento, [s. l.], v. 5, n. 2, p. 67-71, dez. 2016. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/49708/30179>. Acesso em: 12 jan. 2020.

SAYÃO, Luis Fernando; SALES, Luana Farias. Curadoria digital: um novo patamar para preservação de dados digitais de pesquisa. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 22, n. 3, 2012. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/ies/article/view/12224>. Acesso em: 6 jan. 2019.

SAYÃO, Luís Fernando; SALES, Luana Farias. Dados de pesquisa: contribuição para o estabelecimento de um modelo de curadoria digital para o país. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, [s.l.], v. 6, n. 1, 2013.

SCINOVA. **Pollen Parque Científico e Tecnológico abre as portas no Oeste catarinense**. Chapecó, 2021. Disponível em: <https://scinova.com.br/pollen-parque-cientifico-e-tecnologico-abre-as-portas-no-oeste-catarinense/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sebrae: A força do empreendedor brasileiro**. Chapecó, 2022a. Disponível: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos. Acesso em: 19 jan. 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Projeto Startup SC**. Florianópolis, 2022b. Disponível: <https://www.startupsc.com.br/>. Acesso em: 19 jan. 2022.

SIEBRA, Sandra Albuquerque; BORBA, Vildeane da Rocha; MIRANDA, Májory Karoline Fernandes de Oliveira. Curadoria Digital: um termo interdisciplinar. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17., 2016. **Anais [...]**. Salvador: ANCIB, 2016.

SIGNIFICADOS. **Significado de curadoria**. 2021. Disponível em: <https://www.significados.com.br/curadoria/>. Acesso em: 13 jan. 2021.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. rev. atual. Florianópolis: UFSC, 2005. Disponível em: https://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia_de_pesquisa_e_elaboracao_de_teses_e_dissertacoes_4ed.pdf. Acesso: 18 jun. 2020.

SILVA, Elaine da. Informação e conhecimento: elementos essenciais para a geração de inovação. *In*: VALENTIM, Marta Lígia Pomim; MÁS-BASNUEVO, Anays (org.). **Inteligência organizacional**. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015. Cap. 11. p. 249-270.

SILVA, Faysa de Maria Oliveira; SIEBRA, Sandra de Albuquerque. Aplicação do DCC&U para Curadoria de Objetos Culturais Digitais. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 28., 2017, Marília. **Anais [...]** Marília: UNESP, 2017.

SILVA, Faysa Maria Oliveira; SIEBRA, Sandra de Albuquerque. Análise de modelos de ciclos de vida para curadoria de objetos digitais. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 28., 2017, Marília. **Anais [...]** Marília: UNESP, 2017.

SILVA, Maria De Fátima da; MOURA, Laysce Rocha de; JUNQUEIRA, Luciano Prates. As interfaces entre empreendedorismo social, negócios sociais e redes sociais no campo social. **Ciências da Administração**, [s.l.], v. 17, n. 42, p. 121-130, 2015.

SIQUEIRA, P.; CÂNDIDO, A. C. Gestão da informação em negócios de impacto: aproximação de estudos. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 20, 2019, Florianópolis. **Anais [...]** Florianópolis: UFSC, 2019. Disponível em: <https://conferencias.ufsc.br/index.php/enancib/2019/paper/view/799>

SIRTULLI, Raquel. **Análise da interação dos atores do ecossistema de inovação em projetos desenvolvidos na Universidade Comunitária da Região de Chapecó**. 2019. 164 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis e Administração) - Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2019. Disponível em: <http://konrad.unochapeco.edu.br:8080/pergamumweb/vinculos/00010b/00010b8b.pdf>. Acesso em: 31 maio 2020.

SOARES, Ana Paula Alves. **Estudos métricos em Arquivística**: proposta de métricas para o gerenciamento de arquivos. 2019. 355 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Santa, Florianópolis, 2019. Disponível em: <http://tede.ufsc.br/teses/PCIN0197-T.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2022.

SUAIDEN, Emir José; LEITE, Cecília. Dimensão social do conhecimento. *In*: TARAPANOFF, Kira (org.). **Inteligência, informação e conhecimento**. Brasília: IBICT: Unesco, 2006. p. 99-114.

TAVARES, Aureliana L. de L.; SIEBRA, Sandra de A.; LIMA, Marcos G. O gerenciamento de risco no ciclo da curadoria digital. **Archeion Online**, [s. l.], v. 6, n. 2, p. 83-104, 2019. DOI: 10.22478/ufpb.2318-6186.2019v6n2.43862. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/archeion/article/view/43862>. Acesso em: 25 jun. 2022.

TEIXEIRA, Clarissa Stefani; ALMEIDA, Carla Gabbi; FERREIRA, Maria Carolina Zanini. **Habitats de Inovação**: alinhamento conceitual. Florianópolis: Perse, 2016. Disponível em: <http://via.ufsc.br/wp-content/uploads/2017/07/e-book-habitats-de-inovacao.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2020.

TIRIBA, Lia Vargas. Economia popular e a produção de uma nova cultura do trabalho: contradições e desafios à crise do trabalho assalariado. *In*: FRIGOTTO, Gaudêncio (org). Educação e crise do trabalho: perspectivas de final de século. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRIQUES, Maria Lígia; ARAKAKI, Ana Carolina Simionato; CASTRO, Fabiano Ferreira. Aspectos da representação da informação na curadoria digital. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Florianópolis, v. 25, p. 1-21, 2020. UNOCHAPECÓ. Universidade Comunitária da Região de Chapecó. **Proposta de um modelo de governança para o Parque Científico e Tecnológico Chapecó@**. Chapecó: Unochapecó, 2016.

UFFS. Universidade Federal da Fronteira Sul. **Perfil**. 2022. Disponível em: https://www.uffs.edu.br/institucional/a_uffs/a_instituicao/perfil. Acesso em: 13 maio de 2022.

UNOCHAPECÓ. Universidade Comunitária da Região de Chapecó. **A Unochapecó: o lugar para tornar possível.** 2022a. Disponível em: <https://www.unochapeco.edu.br/info/a-unochapeco>. Acesso em: 13 maio de 2022.

UNOCHAPECÓ. Universidade Comunitária da Região de Chapecó. **Apresentação e processo de incubação da Inctech.** 2022b. Disponível em: <https://www.unochapeco.edu.br/inctech/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

UNOESC. Universidade do Oeste de Santa Catarina. **UNOESC Conheça nossos Campi CHAPECÓ.** 2022. Disponível em: <https://www.unoesc.edu.br/unoesc/conheca-unoesc-single/chapeco>. Acesso em: 19 maio de 2022.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim *et al.* O processo de inteligência competitiva em organizações. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 3, p. 1-23, 2003. Disponível em: <https://erealityhome.wordpress.com/2009/06/29/o-processo-de-inteligencia-competitiva-em-organizacoes/>. Acesso em: 12 nov. 2018.

VALENTIM, M. L. P. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 4, ago. 2002. Disponível em: http://www.dgz.org.br/ago02/Art_02.htm. Acesso em: 07 de ago. 2022.

VALMORBIDA, Sandra Mara Iesbik. ENSSLIN, Sandra Rolim. Avaliação de Desempenho de Rankings Universitários: Revisão da Literatura e diretrizes para futuras investigações. *In: ENCONTRO DA ANPAD*, 39., 2015, Belo Horizonte. **Anais [...]** Belo Horizonte: ANPAD, 2015.

VALMORBIDA, Sandra Mara Iesbik. *et al.* Avaliação de desempenho para auxílio na gestão de universidades públicas: análise da literatura para identificação de oportunidades de pesquisas. **Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 17, n. 3, 2014.

VAN MANEN, Max. **Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy.** London: Aithouse Press, 1990.

VIANNA, William Barbosa; FREITAS, Maria Cristina Vieira. Gestão da informação e ciência da informação: elementos para um debate necessário. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 48, n. 2, 2019.

VICK, Thais Elaine; NAGANO, Marcelo Seido; POPADIUK, Silvio. Information culture and its influences in knowledge creation: Evidence from university teams engaged in collaborative innovation projects. **International Journal of Information Management**, [s.l.], v. 35, n. 3, p. 292-298, 2015.

VICK, Thais Elaine; NAGANO, Marcelo Seido; SANTOS, Fernando César Almada. Identifying the information management process and knowledge creation in technology-based companies: A Brazilian comparative case study. **Knowledge Management Research & Practice**, [s.l.], v. 11, n. 3, p. 278-287, 2013.

VICK, Thais; NAGANO, Marcelo Seido; SANTOS, Fernando César Almada. Aportes da gestão da informação para a criação de conhecimento em equipes de inovação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, p. 204-219, 2009.

WANG, J. F. Framework for university-industry cooperation innovation ecosystem: factors and countermeasure. *In: CHALLENGES IN ENVIRONMENTAL SCIENCE AND COMPUTER ENGINEERING (CESCE)*, 2010, Wuhan. **Anais [...]** Wuhan, China: CESCE, 2010. p. 303-306.

WEBER, Claudiane. Curadoria digital de dados científicos: pelo viés de um periódico. **P2P & Inovação**, [s. l.], v. 3, n. 1, p. 130-147, 2016.

WESSNER, C. W. *et al.* **Innovation policies for the 21st century**: report of a symposium. Washington: National Academies Press, 2007.

WIKIPÉDIA. **Chapecó**. S.l., 2022. Disponível em:
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Chapec%C3%B3>. Acesso em: 17 mar. 2022.

YAKEL, E. Digital curation. **OCLC Systems & Services: International digital library perspectives**, [s. l.], v. 23, n. 4, p. 335-340, abr. 2007. Disponível em:
<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/10650750710831466>. Acesso em 5 jan. 2019.

YAMAOKA, Eloi Juniti. Ontologia para mapeamento da dependência tecnológica de objetos digitais no contexto da curadoria e preservação digital. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 65-78, 2012. Disponível em:
<https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/41313>. Acesso em: 8 jan. 2021.

YUNUS, Muhammad. **Criando um negócio social**: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

YUNUS, Muhammad; MOINGEON, Bertrand; LEHMANN-ORTEGA, Laurence. Building social business models: lessons from the grameen experience. **Long range planning**, [s. l.], v. 43, n. 2-3, p. 308-325, 2010. Disponível em:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0024630109001290>. Acesso em: 7 jul. 2020.

APÊNDICE A – BUSCA SISTEMÁTICA SOBRE NEGÓCIOS SOCIAIS E INOVAÇÃO

Quadro 5 – Dissertações e teses sobre negócios sociais no cenário brasileiro

Autor	Título	Tipo	Área	Instituição
Rampazzo Filho (2006)	Gestão e gerenciamento de empreendimentos sociais de inclusão digital	Mestrado	Administração	USCS
Jappe (2013)	Fatores contributivos e fatores limitadores para negócios sociais no Brasil: um estudo exploratório nas regiões sul e sudeste	Mestrado	Administração	UFRGS
Lima (2013)	Empreendedor social: um estudo de caso	Mestrado	Administração	PUC
Lencini (2013)	A implantação de inovação social por organizações participantes da matriz do empreendedorismo social	Mestrado	Administração	UNISINOS
Leal (2014)	O empreendedorismo social e a criação de valor: um estudo exploratório	Mestrado	Administração	UECE
João (2014)	Modelo de gestão da inovação social para empresas sociais	Doutorado	Administração	USP
Barbosa (2016)	Negócios Sociais: proposição de modelo conceitual para análise do equilíbrio entre objetivos sociais e econômicos	Mestrado	Administração	Centro Universitário FEI
Dias (2016)	Negócios sociais: Estudo Bibliométrico e Análise Sistemática da Literatura Nacional e Internacional	Mestrado	Administração	Centro Universitário FEI
Carvalho (2016)	Design em prol das relações humanas uma possibilidade para a conexão, viabilização e valorização de produtos alimentícios artesanais no Brasil	Doutorado	Design	PUC
Martins (2016)	Design de Negócios Sociais: o design como ferramenta de apoio à modelagem de empreendimentos sociais com fins lucrativos	Mestrado	Design	UEMG
Walehutter (2017)	Negócios sociais como organizações híbridas: estudo sobre tensões inerentes a esse tipo organizacional	Doutorado	Administração	Centro Universitário FEI
Senna (2017)	O fenômeno do hibridismo organizacional nas organizações sem fins lucrativos: o caso da associação ateliê de ideias	Mestrado	Administração	UFES
Araujo (2017)	Design estratégico para sustentabilidade na moda: um estudo de caso múltiplo	Mestrado	Design	UNISINOS

Autor	Título	Tipo	Área	Instituição
Silva (2017)	Gestão da capacidade absorviva para o desenvolvimento de tecnologia assistiva: um estudo em negócios com impacto social	Mestrado	Administração	UNINOVE
Uchoa (2017)	A construção discursiva do empreendedorismo social: crítica e justificação no novo espírito do capitalismo	Mestrado	Sociologia	UECE
Chumbo (2017)	Contribuição das práticas para objetivos empresariais: um estudo de caso em empresa de inovação social brasileira	Mestrado	Administração	Mackenzie
Gouveia (2017)	Empreendedorismo social e contabilidade: uma visão sobre a participação e importância da contabilidade nos negócios sociais social	Mestrado	Contabilidade	USP
Alves (2018)	As relações sociais de trabalho, no contexto de negócios sociais, à luz da psicodinâmica do trabalho	Mestrado	Administração	UECE
Grando (2018)	Inovação social: o caso de uma incubadora de negócios sociais	Mestrado	Administração	UNISUL

Fonte: Dados da pesquisa

Quadro 6 – Dissertações e teses sobre negócios sociais no cenário internacional

Autor	Título	Tipo	Área	País
Faivre-Tavignot (2012)	Quels sont les processus qui permettent aux modèles sociétaux d'accès aux biens et services (social business et BOP) de constituer des leviers de renouveau stratégique de l'entreprise ? : le cas d'une multinationale agroalimentaire	Doutorado	Gestão	França
Fornaziere (2012)	Social performance standards in the impact investing industry: potential consequences for impact investors	Mestrado	Negócios	Suécia
Hua (2014)	The analysis of business model for social enterprise:a case study of vulnerable employment-based social enterprise in taiwan	Mestrado	Administração	China
Wei (2014)	Business model innovation of social enterprises: the case study of happiness store program	Mestrado	Gestão de Informação	China
Goitom (2015)	Shared value creation in social business models: shared value in social businesses: a business model approach	Mestrado	Negócios	Suécia
Guillaume (2015)	Crowdsourcing service design for social enterprise and social charity innovation	Mestrado	Negócios	China
Qiyang (2015)	A research of business and management of social enterprise for new immigrants – a case study of joy culture promotional association in taichung metropolitan city	Mestrado	Economia Cooperativa	China
Wang (2015)	A study on Mutual fund-raising platform of entrepreneurs	Mestrado	Administração	China
Solinhas (2015)	L'ISR: un processus de destruction créatrice ?	Doutorado	Economia	França
Huang (2016)	Building the business model and strategic alliance of social enterprise for healthy living of the seniors	Mestrado	Gestão e tecnologia	China
Inchausti, Jose e Pova (2017)	An investigation into demand determinants in portuguese social investment market	Mestrado	Engenharia	Suécia
Nahiduzzaman (2017)	Housing the urban poor: an integrated governance perspective: the case of dhaka, bangladesh	Doutorado	Arquitetura	Suécia
Zhuang (2017)	Social entrepreneurs" characteristics on establishing of business models in social enterprises: taking green every where as an example	Mestrado	Administração	China
Wang (2017)	Research on development of strategy about social responsibility of social business	Mestrado	Engenharia	China
Landazuri (s.d)	Feasibility Analysis of Microfinance Project in Developing Country: The Case of Ecuador	Mestrado	Negócios	China

Fonte: Dados da pesquisa

Quadro 7 – Artigos científicos sobre negócios sociais e inovação no cenário nacional e internacional

Autor	Título	Jornal
Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010)	Building social business models: lessons from the grameen experience	Long Range Planning
Sonne (2012)	Innovative initiatives supporting inclusive innovation in India: social business incubation and micro venture capital	Technological Forecasting and Social Change
Jaeger e Schroeer (2014)	Integrated organizational identity: a definition of hybrid organizations and a research agenda	Voluntas
Bocken, Nancy e Prabhu (2016)	Scaling up social businesses in developing markets	Journal of Cleaner Production
Yang e Wu (2016)	In search of the right fusion recipe: the role of legitimacy in building a social enterprise model	Business Ethics: A European Review
Jha, Pinsonneault e Dube (2016)	The evolution of an ict platform-enabled ecosystem for poverty alleviation: the case of Ekutir	Mis Quarterly
Konsti-Laakso, <i>et al.</i> (2016)	Participatory design of a social enterprise for rehabilitees	Work-A Journal of Prevention Assessment & Rehabilitation
Saji e Ellingstad (2016)	Social innovation model for business performance and innovation	International Journal of Productivity and Performance Management
Alegre e Berbegal-Mirabent (2016)	Social innovation success factors: hospitality and tourism social enterprises	International Journal of Contemporary Hospitality Management
Sabatier <i>et al.</i> (2017)	Social business model design and implementation in developing countries learning from an affordable medicine developed in burkina faso	Journal of Management Development
Kannothra, Manning e Haigh (2018)	How hybrids manage growth and social-business tensions in global supply chains: the case of impact sourcing	Journal of Business Ethics
Ariza-Montes e Muniz (2013)	Virtual Ecosystems in Social Business Incubation	Journal of Electronic Commerce in Organizations
Campos-Climent e Sanchis-Palacio (2017)	The influence of knowledge absorptive capacity on shared value creation in social enterprises	Journal of Knowledge Management

Fonte: Dados da pesquisa

APÊNDICE B – BUSCA SISTEMÁTICA SOBRE GESTÃO DA INFORMAÇÃO E INOVAÇÃO

Quadro 8 – Dissertações e teses sobre gestão da informação no cenário brasileiro

Autor	Título	Tipo	Área	Instituição
Pereira (1997)	Gestão da informação tecnológica na universidade federal da Paraíba-campus i: o caso do núcleo de inovação tecnológica - NIT	Mestrado	Biblioteconomia	UFPB
Gomes (2007)	Gestão de fontes externas de informação tecnológica e desempenho inovador na empresa	Doutorado	Administração	USP
Araujo (2016)	O fluxo de informação em projetos de inovação: estudo em três organizações	Mestrado	Ciência da Informação	UFSC
Inomata (2017)	Redes colaborativas em ambientes de inovação: uma análise dos fluxos de informação	Doutorado	Ciência da Informação	UFSC
Henrique (2006)	Inovação e informação	Doutorado	Ciência da Informação	UFMG
Vick (2010)	Relações entre gestão da informação e criação de conhecimento em empresas de base tecnológica: estudo comparativo de casos	Mestrado	Engenharia de Produção	UFSCar
Falcão (2009)	Influências do compartilhamento da informação e do conhecimento no processo de inovação em empresas de base tecnológica	Mestrado	Ciência da Informação	UFMG
Cordeiro (2002)	Modelo informacional para apoio ao processo de geração do conhecimento como base para inovação e ponto de partida para produção e comercialização	Doutorado	Ciência da Informação	UnB
Santos (2018)	Gestão da informação para o processo de inovação: estudo de casos sob a ótica da abordagem integrativa em micro e pequenas empresas (MPES) de serviços de tecnologia	Doutorado	Administração	UFBA
Caixeta (2009)	Processos e comportamentos informacionais em decisões de inovação: o caso do arranjo produtivo local de Nova Serrana	Mestrado	Ciência da Informação	UFMG
Costa (2007)	Criação e compartilhamento de informação e conhecimento em aglomerações produtivas: o APL de móveis de Ubá – MG	Mestrado	Ciência da Informação	UFMG
Dutra (2017)	Efeitos das fontes externas de informação no desempenho inovador de empresas	Doutorado	Ciência da Informação	UFMG
Pio (2009)	Uso de portais corporativos como ferramentas para compartilhamento de informações em organizações: investigação e análise de casos múltiplos	Mestrado	Ciência da Informação	UFMG
Silva (2013)	A gestão da informação e do conhecimento como subsídios para a geração de inovação	Mestrado	Ciência da Informação	UNESP
Sousa (2011)	Impacto do compartilhamento da informação e do conhecimento para o desenvolvimento de inovações em grandes organizações	Doutorado	Ciência da Informação	UnB
Curty (2005)	O fluxo de informação tecnológica no projeto de produtos em indústrias de alimentos	Mestrado	Ciência da Informação	UFSC

Autor	Título	Tipo	Área	Instituição
Judice (2009)	Inovações na indústria de transporte aéreo: contribuições da gestão da informação e do conhecimento para as inovações nas operações de <i>ground handling</i>	Mestrado	Tecnologia	UTFPR
Moreira (2016)	Proposta de macroprocesso de gestão da informação para difusão da inovação em entidades de ciência, tecnologia e inovação	Mestrado	Tecnologia E Sociedade	UTFPR
Leite (2011)	Modelo genérico de gestão da informação científica para instituições de pesquisa na perspectiva da comunicação científica e do acesso aberto	Doutorado	Ciência da Informação	UnB
Carvalho (2009)	Informação, comunicação e inovação	Mestrado	Ciência da Informação	UFSC
Periotto (2010)	Análise e uso da informação em pequenas empresas de base tecnológica incubadas no pólo tecnológico de São Carlos - SP	Mestrado	Ciência, Tecnologia E Sociedade	UFSCar
Fragalle (2006)	A gestão da informação científica e da comunicação na capital da tecnologia	Mestrado	Comunicação	UNESP
Pinto (2012)	Estruturas de gestão de informações para inteligência de negócio nas organizações e o impacto individual nas atividades	Doutorado	Administração	USP

Fonte: Dados da pesquisa

Quadro 9 – Dissertações e teses sobre gestão da informação no cenário internacional

Autor	Título	Tipo	Área	País
Li (2008)	The Alignment of Organizational Culture and Information System and Its Effects	Mestrado	Gestão da Informação	China
Wu (2007)	A Case Study on the User Satisfaction in Knowledge Management System with MES Domain in Semiconductor Manufacturing Environment	Mestrado	Gestão de Informação	China
Chen (2013)	Information construction and business innovation of commercial banks: Use X bank F branch as an example	Mestrado	Negócios e gestão	China
Chang (2004)	Virtual Corporation Network Position, Organization Learning and Innovation	Mestrado	Gestão da Informação	China
Chen (2007)	The Knowledge Management using K-blog as a Consolidating Way to Achieve an Innovative Management of Human resource: A U company Case Study	Mestrado	Negócios e gestão	China
McAlpine (2010)	Improving the management of informal engineering information through electronic logbooks	Doutorado	Engenharia Mecânica	Reino Unido
Frishammar (2005)	Towards a theory of managing information in new product development	Doutorado	Economia e Negócios	Suécia
Ting-Fang (2013)	Building Your Personal Knowledge Cloud	Mestrado	Negócios e gestão	China
Hsiu-Shan (2004)	The Strategic Innovation of Information Centers in Market Analysis Industry	Mestrado	Negócios e gestão	China
Munyua (2011)	Agricultural knowledge and information systems (AKISs) among small-scale farmers in Kirinyaga District, Kenya	Doutorado	Estudos da Informação	África do Sul
Tshirado (2013)	Information orientation of a public organisation: a qualitative case study of the information orientation in the Department of International Relations and Cooperation	Mestrado	Gestão da Informação e do Conhecimento	África do Sul

Fonte: Dados da pesquisa

Quadro 10 – Artigos científicos sobre gestão da informação e inovação no cenário nacional e internacional

Autor	Título	Revista
Alexopoulos e Theodoulidis (2003)	The generic information business model	International Journal of Information Management
Alvares, Baptista e Araújo Júnior (2010)	Gestão do conhecimento: categorização conceitual	Em Questão
Aportela-Rodriguez e Pacios (2017)	University libraries and science and technology parks: reasons for collaboration	Libri
Araújo, Silva e Varvakis (2017)	Fluxos de informação em projetos de inovação: estudo em três organizações	Perspectivas em Ciência da Informação
Arrojo-BalinA (2015)	Organizational creativity and technological innovation in the ivoz system of la voz de galicia	Profesional de la Informacion
Badii (2003)	Information management and knowledge integration for enterprise innovation	Logistics Information Management
Barbosa e Nassif (2012)	Práticas de gestão e de tecnologia da informação e seu relacionamento com o desempenho organizacional	Perspectivas em Gestão & Conhecimento
Belluzzo (2017)	Bases teóricas de gestão da informação: das origens aos desafios na sociedade contemporânea	Palabra clave
Biqiang, Jie e Weijun (2003)	Research and application of integration on information management	Journal of the China Society for Scientific and Technical Information
Buchmann (2017)	The need for competition between decentralized governance approaches for data exchange in smart electricity grids-fiscal federalism vs. Polycentric governance	Journal of Economic Behavior & Organization
Candido (2017)	Gestão da informação e inovação aberta: oportunidades em ações integradas	Brazilian Journal of Information Science
Candido, Bertotti e Vianna (2017)	Análise de Redes Sociais das temáticas: Gestão da Informação e da Inovação	Revista Digital de Biblioteconomia & Ciência da Informação
Cardoso e Pereira (2005)	Teoria do caos e gestão da informação: uma integração na complexidade dos negócios e dos sistemas de informação	Transinformação
Chakraborty (2008)	Symbiosis between Knowledge Society and E-Governance	DESIDOC Journal of Library & Information Technology
Choo (2014)	Information culture and organizational effectiveness	International Journal of Information Management
Clark e Kowalski (2012)	Harnessing the power of patent information to accelerate innovation	Wiley Interdisciplinary Reviews-Data Mining and Knowledge Discovery
Conklin e Hayhoe (2010)	The Future of Technical Communication: How Innovation, Technology, Information Management, and Other Forces Are Shaping the Future of the Profession	Society for Technical Communication
Cronin (1991)	Information professionals in industrial countries	Revista Espanola de Documentacion Cientifica
Dobrzykowski (2015)	Examining absorptive capacity in supply chains: linking responsive strategy and firm performance	Journal of Supply Chain Management

Autor	Título	Revista
Duran, Martinez e Triano (2006)	Technological surveillance in the management of r&d and innovation projects: resources and tools	Profesional de la Informacion
Ercsey (2016)	The examination of the corporate governance system at supplier companies: empirical evidence from hungarian automotive industry	Journal of Competitiveness
Farat e Bets (2018)	Formation of the information support for the entities of management by the development of innovation clusters	Baltic Journal of Economic Studies
Gentil-Beccot <i>et al.</i> (2009)	Information resources in high-energy physics: surveying the present landscape and charting the future course	Journal of The American Society for Information Science and Technology
Gladwin, Dixon e Wilson (2000)	Using external training materials to strengthen health information management in East Africa	Information Research
Gomes e Rocha (2011)	Gestão da informação: o caso das empresas participantes do programa de incubação de empresas da Universidade Federal de Goiás	Palavra clave
Hanne e Zeller (1994)	Resources in support of technology transfer: a selective review	Reference Services Review
Hoffmann (2016)	Gestão do conhecimento e da informação em organizações baseados em inteligência competitiva	Ciência da Informação
Huang (2016)	Innovation and technology creation effects on organizational performance	Journal of Business Research
Hwang <i>et al.</i> (2016)	Toward an integrative view for the leader-member exchange of system implementation	International Journal of Information Management
Leite e Costa (2016)	Modelo genérico de gestão da informação científica para instituições de pesquisa na perspectiva da comunicação científica e do acesso aberto	Investigación bibliotecológica
Lima e Carvalho (2009)	Informação, comunicação e inovação: gestão da informação para inovação em uma organização complexa	Informação & Informação
Lykke, Lokkegaard e Jantzen (2018)	Experience-oriented knowledge organisation for the transference of scientific knowledge from universities to smes	Knowledge Organization
Madeira, Vick e Nagano (2013)	Directions of scientific literature in knowledge management from the perspective of their relationships with innovation, information and technology management	Transinformação
Martinsons e Hempel (1998)	Chinese business process re-engineering	International Journal of Information Management
McFadzean (2017)	Organisational climate change is here: memory curators in the digital age	VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems
McFarlane e Hyams (2011)	Intelligence Gold	CILIP UPDATE with gazette
Medina <i>et al.</i> (2011)	Influence of information technology management on the organizational performance of the small and medium-sized enterprises	Innovar-Revista De Ciencias Administrativas Y Sociales
Moraes e Barbosa (2015)	Cultura informacional: uma proposta de modelo com foco organizacional	Informação & Sociedade: Estudos

Autor	Título	Revista
Ozer (2005)	Online business: tailoring your business environment in order to compete	International Journal of Information Management
Pacheco, Kern e Steil (2007)	Aplicações de arquitetura conceitual em plataformas e-gov: da gestão da informação pública à construção da sociedade do conhecimento	Ponto de Acesso
Passos e Vianna (2015)	Aportes teóricos da gestão da informação para inovação	DataGramaZero
Pereira e Cardoso (2005)	Teoria do caos e gestão da informação: uma integração na complexidade dos negócios e dos sistemas de informação	Transinformação
Peset, Ferrer-Sapena e Subirats-Coll (2011)	Linked open data and open data. Its impact in the field of libraries and information science	Profesional de la Informacion
Pollalis e Dimitriou (2008)	Knowledge management in virtual enterprises: a systemic multi-methodology towards the strategic use of information	International Journal of Information Management
Power (1983)	The impact of information management on the organization: two scenarios	Mis Quarterly
Pugh (2010)	Digital Schizophrenia: A Rant	Multimedia Information & Technology
Ramirez e Veja (2015)	Information management systems and innovation to develop the organizations	Telematique
Rehm, Goel e Junglas (2016)	Information management for innovation networks-an empirical study on the "who, what and how" in networked innovation	International Journal of Information Management
Shlaev <i>et al.</i> (2016)	Development the module algorithm of information system to face detection for smart environments.	Research Journal of Pharmaceutical Biological and Chemical Sciences
Silva, Saraiva e Salazar (2014)	Gestão da Informação e Aprendizagem no Instituto Euvaldo Lodi de Minas Gerais	Perspectivas em Ciência da Informação
Smedley (2017)	Information innovation: it's all about people	Information and Learning Science
Valentim <i>et al.</i> (2003)	O processo de inteligência competitiva em organizações	DataGramaZero
Vásquez <i>et al.</i> (2010)	Grupo corporativo eficacia, una organización que crece y hace crecer: momentos de cambio	Estudios Gerenciales
Vick, Nagano e Popadiuk (2015)	Information culture and its influences in knowledge creation: evidence from university teams engaged in collaborative innovation projects	International Journal of Information Management
Vick, Nagano e Santos (2009)	Aportes da gestão da informação para a criação de conhecimento em equipes de inovação	Perspectivas em Ciência da Informação
Vick, Nagano e Santos (2013)	Identifying the information management process and knowledge creation in technology-based companies: a brazilian comparative case study	Knowledge Management Research & Practice
Vitorino e Silva (2016)	A Gestão da Informação sob a abordagem da Ecologia: possibilidades à competência em informação	Em Questão
Voynarenko <i>et al.</i> (2017)	Managing the development of innovation business processes with automated information systems	Marketing and Management of Innovations

Autor	Título	Revista
Wimalachandra, Frank e Enkawa (2014)	Strategic openness in quality control: adjusting npd strategic orientation to optimize product quality	International Journal of Industrial Engineering-Theory Applications and Practice
Zaninelli (2013)	A gestão da informação e da comunicação como fatores que influenciam o processo de inovação no contexto colaborativo	Perspectivas em Ciência da Informação
Zharinova (2011)	Methodological approach to management of intellectual capital formation at an enterprise	Actual Problems of Economics

Fonte: Dados da pesquisa

APÊNDICE C – ROTEIRO DO GRUPO FOCAL

Bom dia, quero desejar as boas-vindas a cada um de vocês que representam um empreendimento que gera impacto social aqui na região de Chapecó. É uma alegria poder dialogar com vocês e conhecer um pouco da história e do que move seus empreendimentos.

Sou Jéssica Bedin, natural de Capinzal/SC, sou bibliotecária formada pela Universidade Federal de Santa Catarina. A formação em Biblioteconomia instigou a construção de um perfil que **visualiza a informação como um insumo a serviço da liberdade e autonomia**, e que precisa **estar à disposição da sociedade para promover desenvolvimento**, seja ele pessoal ou coletivo, em no segmento educacional, social, político e/ou econômico.

Tenho mestrado em Ciência da Informação, e encontro-me no doutorado na mesma área, no programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação na UFSC, desenvolvendo a pesquisa intitulada: **INFORMAÇÃO PARA CURADORIA DIGITAL DE NEGÓCIOS DE IMPACTO NO ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO DE CHAPECÓ**. Mas fiquem tranquilos quanto a esses termos técnicos.

No primeiro ano de doutorado tive a oportunidade de conhecer o Parque Científico tecnológico da região de Lages, em parceria com um projeto da UFSC que buscava desenvolver os negócios sociais. Assim me aproximei da temática e me encantei com a ideia de trabalhar com propósito e impacto. Talvez tenha me conectado com uma parte minha naquele momento adormecida.

Em 2018 com a minha vinda à Chapecó para assumir a coordenação do curso de Biblioteconomia na Unochapecó, ganhei um presente ... que foi a possibilidade de desenvolver minha pesquisa aqui na região e conhecer a atuação da universidade e de tantos outros profissionais que atuam em prol do coletivo, e de como podemos melhorar enquanto sociedade.

Ao trabalhar com a temática de Negócios Sociais eu aprendi que as pessoas que trabalham com essa modalidade de negócio têm potencial para atuar como agentes de mudança para os problemas da sociedade e ao mesmo tempo, possuem habilidades para garantir a sustentabilidade financeira do negócio.

Assim, entendo que o surgimento dos negócios de impacto tem sido uma resposta aos problemas provocados pelo capitalismo desenfreado, e pode ser considerada uma filosofia, uma nova forma de pensar e influenciar os negócios.

Na pesquisa eu trabalho com a quadrupla hélice que abrange as universidades, governo, empreendedores e a sociedade civil organizada, direcionada para o segmento de negócios

sociais, negócios de impacto. Questionando: Como apoiar o desenvolvimento de negócios sociais por meio da interação e disseminação da informação entre os atores de um ecossistema de inovação?

Desse modo, com a pesquisa busco representar o processo de curadoria digital para a gestão e compartilhamento de informações sobre negócios sociais no ecossistema de inovação de Chapecó. Em resumo: facilitar o acesso e a troca de informações para viabilizar a cooperação, provendo o desenvolvimento dos negócios sociais.

Agora que vocês sabem um pouco sobre mim e sobre a pesquisa, gostaria de sugerir uma rodada de apresentação. Então, por gentileza, em dois minutos, fale seu nome, de onde vem, se tem alguma formação, e qual foi o sentimento ao receber o convite.

Aproveito para apresentar também a Priscila Sena, minha parceira de pesquisa de longa data, que estará me auxiliando com os registros do encontro de hoje.

Roteiro:

- 1) Como surgiu a ideia do seu negócio? Fale sobre o propósito e problema que busca solucionar?
- 2) Indique benefícios que seu negócio gera para a região de Chapecó? Para a Comunidade.
- 3) Em algum momento vocês já receberam apoio/auxílio dos atores locais para desenvolver seu negócio?
- 4) Quais dificuldades vocês percebem no desenvolvimento do seu negócio?
- 5) Quais informações vocês julgam necessárias ter acesso no ecossistema de inovação para potencializar seu negócio?

APÊNDICE D – MODELO TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

1) Título do projeto: Informação para curadoria digital de negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó

2) Convite e local da pesquisa: Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada “Informação para curadoria digital de negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó”, desenvolvida no programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PGCIN) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), pela doutoranda Jéssica Bedin, sob orientação do professor Doutor William Barbosa Vianna.

3) Objetivo: A pesquisa tem como objetivo desenvolver um processo integrado de curadoria digital e gestão de informação para o compartilhamento e uso de informações sobre negócios de impacto entre atores de ecossistema de inovação, universidades e governos. Sua contribuição permitirá conhecer os negócios de impacto, e suas as necessidades informacionais, e mapear quais agentes compõem o Ecossistema de Inovação de Chapecó e as informações de maior valor agregado para o desenvolvimento de negócios de impacto.

4) Procedimentos: Quanto aos procedimentos da pesquisa, será utilizado do grupo focal, sendo uma forma de entrevistar pessoas. Uma mesma pergunta é realizada a todos os participantes, que respondem um após o outro. Ressalta-se a possibilidade de os participantes compartilharem mais informações que nas entrevistas individuais. Sendo assim, a dinâmica do grupo é uma parte essencial para a coleta dos dados. Os grupos focais serão conduzidos pela pesquisadora, que terá o papel de mediar o grupo, e contará com o suporte de uma pessoa para fazer as anotações e observações durante a condução. No que tange ao tempo estimado de duração do grupo focal será de uma hora e trinta minutos. Será utilizada da moderação substancial, iniciando o grupo focal com a apresentação da proposta de pesquisa e com cinco perguntas direcionadas para os participantes. Por fins de viabilidade, os grupos focais serão realizados via plataforma de videoconferência, por se tratar de um espaço virtual de encontro que agilizará as questões relacionadas ao deslocamento, agendas dos participantes e às exigências de distanciamento social em decorrência da pandemia da COVID-19. Escolheu-se o *Google Meet* como plataforma de encontro, que permitiu também a gravação do encontro com áudio e vídeo das interações do grupo. A gravação do encontro será utilizada exclusivamente para coleta de dados da pesquisa que subsidiará a construção dos resultados da pesquisa, o armazenamento e tratamento dos dados prevê o sigilo, sem revelar seu nome, instituição ou qualquer informação relacionada à sua privacidade.

5) Benefícios: Os benefícios diretos da pesquisa ao participante incluem o desenvolvimento do seguimento dos negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó, e a disseminação deste modelo de negócio na região potencializando sua sustentabilidade. Os benefícios indiretos da pesquisa abrangem a produção de conhecimento associado ao desenvolvimento da pesquisa.

6) Voluntariedade/direito à desistência: Sua participação na pesquisa é totalmente voluntária (ou seja, não é obrigatória). Sinta-se absolutamente à vontade em deixar de participar da pesquisa a qualquer momento, sem ter que apresentar qualquer justificativa à pesquisadora. Caso você resolva não participar, ou desistir de participar e retirar seu consentimento, não haverá nenhum prejuízo. Você pode retirar o seu consentimento a qualquer tempo, caso não mais se sinta à vontade em participar da pesquisa.

7) Privacidade, sigilo e confidencialidade: Os pesquisadores serão os únicos a ter acesso aos dados e tomarão todas as providências necessárias para manter o sigilo, sem revelar seu nome, instituição ou qualquer informação relacionada à sua privacidade. Os resultados deste trabalho poderão ser apresentados em eventos e/ou periódicos científicos e mostrarão apenas os resultados obtidos como um todo, sem revelar seu nome, instituição ou qualquer informação relacionada à sua privacidade.

Duas vias deste documento estão sendo rubricadas em todas as páginas e assinadas por você e pela pesquisadora responsável. Guarde cuidadosamente a sua via, pois é um documento que traz importantes informações de contato e garante os seus direitos como participante da pesquisa. Eu, _____, li este documento (ou tive este documento lido para mim por uma pessoa de confiança) e obtive da pesquisadora todas as informações que julguei necessárias para me sentir esclarecido e optar por livre e espontânea vontade participar da pesquisa.

APÊNDICE E – GRUPO FOCAL 1

(00:00:04) - Jéssica - *Bom dia, quero desejar as boas-vindas a cada um de vocês que representam o empreendimento que gera impacto aqui na região de Chapecó. É uma alegria poder estar aqui dialogando com vocês, e podendo conhecer um pouco da história e do que move os empreendimentos que vocês estão à frente.*

Então, eu sou Jéssica Bedin, sou natural de Capinzal, Santa Catarina. É uma cidade do meio-oeste catarinense. Então, faz parte do oeste de Santa Catarina. Eu sou bibliotecária formada pela Universidade Federal de Santa Catarina. E foi a partir da minha formação em Biblioteconomia que me instigou a construção de um perfil que visualiza a informação como insumo de serviço da liberdade e da autonomia, e que precisa estar à disposição da sociedade para promover desenvolvimento, seja ele individual ou coletivo, em diversos segmentos na área da educação, do social, do político e do econômico também.

Com isso, eu segui alguns estudos relacionados no campo da pesquisa, então tenho mestrado em Ciência da Informação e eu me encontro em doutoramento na mesma área, no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação também pela UFSC, e eu venho desenvolvendo uma pesquisa que é intitulada: Elementos fundamentais para curadoria digital na gestão da informação em negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó, aqui na região de Chapecó. Mas fiquem tranquilos com esses termos técnicos.

Então, no meu primeiro ano de doutorado, eu tive a oportunidade de conhecer o Parque Científico e Tecnológico da região de Lages, em parceria com um projeto da UFSC, que buscava desenvolver os negócios sociais naquela região. E esse contato, essa aproximação, fez com que eu conhecesse essa vertente dos negócios sociais e eu me encantei com a ideia de trabalhar com propósito e com impacto. E talvez, essa experiência tenha me conectado com algo que faz parte de mim que estava adormecido naquele momento. Então, fiquei muito encantada e, de alguma forma, eu gostaria de dar esse retorno para sociedade. Que a gente não fique preso na universidade com pesquisas que não possam gerar, de alguma forma, esse conhecimento local também. Que a gente possa mover essas questões em nível regional também. Então, em 2018, com a minha vinda a Chapecó para assumir a coordenação do curso de Biblioteconomia, aqui da Unochapecó, eu ganhei um presente, que foi a possibilidade de desenvolver a minha pesquisa aqui na região, e assim conhecer algumas atuações da universidade e de tantos outros profissionais que se preocupam com coletivo, e de que podemos melhorar a sociedade de alguma forma com as nossas ações. Então, ao trabalhar com a temática dos negócios sociais, eu aprendi que as pessoas que trabalham com essa modalidade de negócio, elas têm potencial de agir como agentes de mudança para os problemas da sociedade. E, ao mesmo tempo, elas têm habilidades para garantir a sustentabilidade financeira desse negócio.

Assim, eu entendo que o surgimento dos negócios sociais, ele tem sido uma resposta para problemas provocados pelo capitalismo desenfreado, e pode ser considerada como uma filosofia, uma nova forma de pensar ou de influenciar os negócios que são desenvolvidos. Então, na minha pesquisa, eu trabalho com a quádrupla hélice, que vai abranger as universidades, o governo, os empreendedores e a sociedade civil organizada, direcionada para o segmento de negócios sociais que geram impactos. Então, têm diversas outras áreas que elas conseguem se desenvolver por si, como a área da tecnologia, do agronegócio, por exemplo. Mas, ao meu ver, os negócios sociais, eles precisam ser impulsionados de alguma forma. A gente precisa direcionar mais informação, movimentar essa área para que a gente possa

potencializar esses negócios. Então, o meu questionamento em frente a este cenário é: **como apoiar o desenvolvimento dos negócios de impacto por meio da interação e a disseminação de informações entre esses atores de um ecossistema de inovação?** Então, desse modo, com a pesquisa, eu busco representar o processo de curadoria digital para que a gente possa fazer a gestão e o compartilhamento de informações sobre os negócios sociais no ecossistema de inovação de Chapecó. Então, em resumo, o que eu pretendo é facilitar o acesso, a troca, para dar visibilidade, e que haja cooperação entre esses atores, entre universidade e governo, empreendedores, ecossistemas de inovação, para promover o desenvolvimento desse segmento desses negócios.

Então, agora que vocês sabem um pouco mais sobre mim, sobre a pesquisa, eu gostaria de sugerir uma rodada de apresentação. Então, por gentileza, em dois minutos mais ou menos, vocês podem compartilhar o nome, de onde vocês vêm, se vocês têm alguma formação, e qual foi o sentimento que vocês tiveram ao receber o convite para fazer parte da pesquisa? E eu aproveito também para apresentar Priscila Sena, minha parceira de pesquisa de longa data que estará me auxiliando com os registros do encontro de hoje. E assim na sequência vocês podem passar a voz para cada um que faz parte do nosso grupo.

(00:05:49) - Priscila Sena - Gente, bom dia. Só para avisar, eu vou deixar minha câmera desligada, mas estou aqui, tá? Super receptiva e adorando assistir vocês, está bem?

(00:06:03) - Empreendedor 3 - Show! Bom dia, Priscila.

(00:06:11) - Jéssica - Eu vou colocar aqui no chat para ajudar vocês... E aí, vocês podem seguir quem for se sentindo à vontade para iniciar a apresentação.

(00:06:32) - Empreendedor 3 - Vamos lá! Vou puxar, então! [risos]. Bom, me chamo “Nome”, eu sou de Chapecó, natural de Blumenau, sou publicitário aqui pela Unochapecó. E quando eu recebi o convite para participar da pesquisa, eu fiquei bem contente de ver que cada vez mais a gente percebe as pessoas, a sociedade, enfim, dando uma importância para esse tipo de negócio, que é o negócio de impacto. E aí, quando já fiquei sabendo que iam ter mais pessoas, mais negócios participando nesse ramo, eu fiquei bem feliz de ver esse universo tomando cada vez mais força. Então, é isso! Fiquei feliz com o convite, muito obrigado.

(00:07:18) - Empreendedora 4 - Bom, eu vou continuar, então! Nossa, com o “Nome” foi muito rápido! Eu não sei se vou ser tão rápida assim. Então, meu nome é “Nome”, eu sou natural aqui de Chapecó, eu sou formada em História pela Universidade Federal da Fronteira Sul, tenho mestrado em História pela UPF [Universidade de Passo Fundo]. Fiz a inscrição no curso de Biblioteconomia na Unochapecó no ano passado, mas desisti para montar o Brechó. Olha só como são as coisas, né? E fiquei muito feliz também com o convite, e também saber que iriam ter outros parceiros que compartilham da nossa ideia ou dos nossos preceitos para que a gente possa fazer a diferença na sociedade. Enfim, fiquei bem feliz em poder participar e contribuir com a pesquisa.

(00:08:14) - Empreendedora 2 - Vou seguir aqui, então. Meu nome é “Nome”, sou contadora, formação então em Ciências Contábeis pela UNOESC, especialização em direito tributário, atuei muitos anos nessa área. De um tempo pra cá, seis anos mais ou menos, deixei o escritório para ir trabalhar com alimentação. Era algo que eu já fazia como um “bico”, como um hobby, e sempre tive muita paixão por isso. Deixei o escritório para trabalhar com alimentação, mas

com um olhar sempre focado na sustentabilidade. Quando a gente nem sabia que essa palavra existia, isso há mais de dez anos, a gente já tinha esse cuidado todo com o meio ambiente. Eu sou chefe escoteira já a 12 anos, e sempre conto para as pessoas que sou chefe escoteira, porque foi o escotismo que transformou a minha vida. O escotismo que nos fez abrir os olhos para cuidar da natureza, enfim, até a parte social, pensar mais no outro, nos projetos sociais, apesar de não ser o foco do escotismo, mas eu sempre fui para uma área mais com os adultos e também com os pequenos de seis a 11 anos. De uns quatro anos pra cá, então, quando a gente abriu a “Nome do Empreendimento”, porque antes a empresa era mais focada no público de empresas, em atender empresas, e agora, então, de portas abertas para o consumidor final é que a gente começou fortemente depois de conhecer a “Nome”, a “Nome” e tantas outras pessoas, o “Nome” também... Eu sempre digo que o “Empreendimento 3” foi esse divisor de águas na nossa vida socioambiental, porque foi a partir do “Empreendimento 3” que a gente se deu conta do que a gente estava fazendo e da importância de melhorar, de continuar, e é isso. Então, hoje, a gente está com quatro projetos ativos aqui na “Nome do Empreendimento”, com um ecoponto junto aqui na empresa. O nosso grande diferencial do ramo de alimentação. Esse ecoponto, hoje a gente diz que tem mais de 30 itens, quem sabe até mais ou menos, depende do mês, e é isso. Trabalhamos também em parcerias, sem os parceiros nós não conseguimos fazer nada, porque sozinha eu não consigo fazer nada. A gente tem bastante voluntários que nos ajudam. A UNOESC, inclusive, disponibiliza os bolsistas pra nós, e eles vêm, graças Deus eles gostam de participar aqui. Então, é isso! Esse é um pouquinho da “Nome do Empreendimento”. E hoje, o nosso ramo é mais padaria, estamos com um mercado também e um café sustentável. A nossa cozinha é lixo zero apesar de não ter certificação ainda, mas já há dois anos a gente trabalha muito essa questão do lixo zero dentro da nossa produção. Seria isso.

(00:11:34) - Empreendedora 1 - *E eu, então? Cheguei na hora, consegui me instalar na hora de falar, [risos]. Gente, desculpa aí, todo o liga e desliga, mas agora estou aqui integral com vocês, tá? A loja está passando por uma reforma, uma revolução eu diria, não é nem uma reforma. Vocês não têm ideia... eu olho para frente aqui e não tem nada no lugar. Tentei arrumar atrás de mim para eu poder aparecer. [risos]. Gente, bom dia, quando a “Empreendedora 2” fala: – Conheci a “Nome” – chega a dá um “boom” aqui dentro. Eu penso: Aí, “Empreendedora 2”, que exagero, sabe? A gente é uma união mesmo, é um coletivo. A gente juntou aqui uma galera e tantos outros que não estão aqui que estão caminhando no mesmo sentido, na mesma vibe, no mesmo propósito. E esses itens teus, “Empreendedora 2”, eu nem conto assim se são 30. Eu digo que tudo que não recebi lá na loja, leva na “Empreendedora 2”. Leva na “Empreendedora 2”, que deve dar. [risos]*

Então, eu sou “Nome”, sou Bióloga, tenho especialização na área de Consultoria Ambiental e atuo também na área de Consultoria ambiental, licenciamento e gestão de resíduos. Tenho mestrado na área de Ecologia, onde uma das ramificações da minha consultoria é na área de empreendimentos com impacto ambiental, redução de impacto ambiental de empreendimentos, como parques eólicos, usinas hidrelétricas e outros nesse sentido. Então, isso tudo ainda caminha comigo, dentro de um desdobre do empreendedorismo. Então, a maior parte do tempo é, sim, aqui na “Nome do Empreendimento”. Eu trabalho com consultoria há 12 anos e a “Nome do Empreendimento” nasceu há quatro. Então, ela nasceu, assim, desse movimento de engravidar, de frear as viagens, de trazer algo mais para sociedade e não resolvendo somente problemas de quem é impactado, de quem quer abrir um negócio e tem uma multa para pagar e tem uma adequação para fazer. Para fugir um pouquinho dessa correção aí da área biológica, e sim para uma parte de oferecer para comunidade algo. Na época, há quatro anos, eu me encontrei na moda sustentável, nas opções de tecidos e processos produtivos mais

responsáveis. E nesses quatro anos, assim, quando eu começo a contar parece que são dez, porque a gente cresceu tanto na oferta de produtos que hoje a gente tem três segmentos bem marcados: moda sustentável, todo universo da moda desde embalagens, cabides e tags. Tem todo um rol que não é só o produto, é muito mais do que a mercadoria em si. Toda uma questão de consumo consciente associada. E a parte de compostagem e Lixo Zero. Então, que vai de composteira, copos, canudos, absorvente, talheres... Tudo que envolve uma troca de algo descartável por um reutilizável na rotina de qualquer pessoa. E a parte de saúde e bem-estar, que aí vai desde o básico, sabonetes naturais, até a parte dos sólidos, que casa muito com consumo consciente e o Lixo Zero, que é shampoo em barra, pasta dental em barra, desodorantes em barra, sempre evitando as embalagens, evitando o descarte, evitando o desperdício. E além dos produtos, sempre essa conversa com as pessoas, muita educação ambiental envolvida. Sempre que possível, eu tenho esse papo com as pessoas. Muitas vezes elas nem adquirem nada, mas elas circulam pela loja e elas olham os produtos e elas entendem que elas até têm um negócio em casa, elas podiam voltar e usar, e não necessariamente levar outro. [risos] Então, se isso acontecer também valeu, esse é o propósito da loja. Apesar de que a gente sim precisa vender para manter o negócio. Então, é esse caminho do meio sempre, esse grande desafio de empreender, e ter um negócio, de ser comercial, mas de não esquecer do propósito e a que nascemos e para que viemos. Acho que é essa grande empreitada do empreendedorismo sustentável.

(00:15:36) - Jéssica - *E é muito bom ouvir vocês e o quanto ainda nós estamos em um processo inicial aqui na região de Chapecó. E que, muitas vezes, o empreendimento, ele veio a partir dessas perspectivas individuais. E hoje, olhando vocês aqui na tela, ouvindo a história de vocês, o quanto vocês inspiraram outras pessoas. De alguma forma, dar esses starts para outras ideias. Então, eu acho que vai ser um encontro muito produtivo, e este papel educativo é fundamental, de levar informação, o entendimento do contexto, do cenário e de que forma a gente pode contribuir. Então, para que a gente dê sequência, eu gostaria de ouvir vocês um pouquinho, sobre como surgiu a ideia do seu negócio? Fale um pouco sobre seu propósito e o problema que você busca solucionar, a partir da ideia em que vocês se propõem no negócio de vocês. Então, acho que dá um pouco de sequência em algumas questões que vocês já falaram. E agora pensando especificamente no que motivou vocês a pensar sobre a proposta do negócio. Também vocês podem ficar à vontade, conforme vocês forem se sentindo à vontade, sendo instigado pelo colega a responder.*

(00:16:59) - Empreendedor 3 - *Quem que começa dessa vez, aí? [risos] É a Empreendedora 2?*

(00:17:05) - Empreendedora 4 - *Eu vou anotando umas coisas para não me perder.*

(00:17:09) - Empreendedor 1 - *Ah, é bom, verdade.*

(00:17:11) - Empreendedora 4 - *Vou fazer um guia...*

(00:17:13) - Empreendedora 2 - *Bom, gente, quando eu deixei o escritório, eu já estava assim em uma... Eu sou de família simples, humilde, mas quando eu deixei o escritório, eu já fiz isso por realmente querer algo que eu gostasse, e não somente pelo financeiro. Acho que o meu grande diferencial já foi nessa tomada de decisão. Quando comecei a trabalhar com alimentação, a gente foi investindo... Então, assim, para mim o financeiro já não era mais tão rentável, não sei se vocês conseguem me entender. No escritório, financeiramente, era muito*

mais rentável, isso que eu quis dizer. Porém, isso para mim foi fortalecendo o que eu realmente queria. E quando as pessoas me diziam assim: – Ai, que queria uma lasanha – ou alguma coisa e eu não podia vender, porque eu só trabalhava para empresas, eu sentia essa dificuldade. Por isso, então, da ideia da “Nome do Empreendimento/”. E a gente sempre participou de muitas reuniões, voluntário, projeto, para lá e para cá. E nós não tínhamos local. Então, eu sempre pensava assim: – Um dia, eu ainda vou abrir um comércio e quero ter um espaço onde eu possa, sei lá, emprestar para os meus amigos ou eu participar da reunião nesse espaço. E sempre tive essa vontade, mas sem muito ânimo para pensar o que fazer. E aí, a gente foi assaltado e eu trabalhava do outro lado da cidade, e a gente ficou um ano com problema de saúde grave. Meu marido, principalmente. E eu tive que pensar algo que fosse aqui do lado da minha casa, porque eu tinha a minha menina pequena, tinha ele para cuidar também, porque ele ficou ferido, fez várias cirurgias... Aí que surgiu a “Nome do Empreendimento”. Então, nessa época já decidi fazer, assim. Eu sou muito impulsiva, então quando eu penso vou lá e faço. E a coisa foi acontecendo. Assim, já no primeiro ano coloquei os produtos que eu queria mais voltado para padaria, porque antes a gente só produzia alimentação, comida mesmo, arroz, feijão, carne, essas coisas. E no primeiro ano já consegui adequar tudo isso. E a partir do momento que... Eu disse antes que eu conheci a “Empreendedora 1”, foi tudo na verdade na mesma fase. Então, entrei para o movimento ODS, conheci várias pessoas, onde me motivaram a colocar... ter esse diferencial na loja. E a partir daí, eu não posso dizer, assim, que eu pensei nisso. Foi uma coisa lincando à outra, pessoas sugerindo, eu me inspirando em outras pessoas. E o ano passado com pandemia, assim, a gente, eu acho que todo mundo passou por um processo dificultoso. Então, no início, assim, foi um baque, porque eu perdi muitos contratos, continuava ainda algumas empresas. E decidi, então, mudar. Surgiu um negócio aqui da sala, uma sala gigante perto de onde eu estava. Porém, Deus sabe o que faz e eu consegui o mesmo valor do aluguel aqui, onde eu estava lá, um espaço três vezes maior. Aí, eu pensei, é a oportunidade que eu tenho de colocar aquela minha ideia lá atrás de criar um espaço para os meus amigos, inclusive o “Nome do Empreendimento”, ele tem sentido, de não ser só um comércio, mas a pessoa vir e das nossas conversas surgir algo bom para comunidade. Então, foi na pandemia que a gente se reinventou. E como eu disse também, depois do “Empreendimento 3”, a gente foi testando algumas coisas, e que deu sentido a tudo. Então, assim, esse novo espaço que a gente tem é de novembro para cá. A gente inaugurou ele em dezembro. E esse novo espaço não tem nem um ano que a gente está, assim, fortemente com esse projeto do Ecoponto e também com os outros. Será que esqueci de alguma coisa? Ah, e também o problema que busca solucionar. Então, eu penso muito no bairro onde eu estou, sempre foi assim, sou muito participativa na minha comunidade, então os projetos que a gente foi colocando foi sempre pensar em melhorar para as pessoas aqui do bairro, toda a comunidade em si. Então, nesse sentido, a gente tem o projeto do Armazém Comunitário ali fora, onde as pessoas compartilham vários itens, e é isso. Se eu esqueci de alguma coisa, por favor, me fale, Profa.

(00:22:29- Empreendedora 1 - Vou seguir, então, para não ficar por último sempre. [risos]. *Eu já falei bastante, né, na verdade, de como surgiu: foi há quatro anos, a gente conheceu por acaso em uma viagem lá para o Nordeste, no aeroporto, roupas feitas de garrafa PET. Eu nunca tinha visto, por mais que... Hoje eu estudo, a gente começa a ler e começa a ver que era já mais comum do que parecia, mas aqui em Chapecó, aqui para mim, eu nunca tinha visto uma roupa de garrafa PET. E ela era ainda toda estampada com aves, com pássaros, que era com que eu trabalhava mais ativamente na época, eu fiquei encantada assim. Encantada. Tinha etiqueta de papel semente, tinha toda uma história contada. Eu simplesmente fiquei no encanto, adquirei uma peça e levei para casa. Isso em setembro. E aí, a gente já tinha...eu digo a gente, é eu e meu esposo, porque assim quando tu está casado o econômico, ele é junto, ele é coletivo,*

vamos montar um negócio? Vamos montar um negócio! Então, eu queria muito empreender, não queria sair da área da biologia por completo, mas eu só me via ou na consultoria na ou educação, ou dando aula ou fazendo consultoria. Ainda gosto dessas duas coisas, mas... “Empreendedora 4” também é Profa, né? Eu não queria mais assim ter que avaliar, ter que dar aula, ter que fazer passar. Essa coisa mais prática da educação, eu não consigo mais me ver fazendo, sabe? Eu gosto do ensinar, do não formal. E aí, ficou guardada essa ideia. E no fevereiro seguinte, eu tive desligamento da empresa que eu trabalhava, e falei – Cara, é agora! A gente já queria engravidar, já queria parar de viajar, porque com a consultoria eu chegava a ficar um mês fora e não dava para engravidar neste ritmo. Então, a gente juntou as coisas assim. E de imediato veio aquela roupa que estava guardada, porque ela não me servia. Eu tinha que levar na costureira e eu nunca tinha levado, então ela era grande, ela estava com a etiqueta. E a partir dessa etiqueta, eu comecei a pesquisar roupas de garrafa PET. E aí, foram uns dois meses de pesquisa, de levantamento de fornecedor, fazer plano de negócio, SEBRAE, toda essa coisa, assim, que aí eu me vi mesmo começando o empreendedorismo. E fui sacoleira por uns seis meses, a loja não nasceu do nada. A gente ficou de setembro a outubro vendendo no porta-malas do carro, assim. Enche o carro e os primeiros clientes é a família, os amigos. A gente fez muita janta lá em casa para pode mostrar as coisas, a janta lá em casa, no hall de entrada tinha uma arara de cabides com roupas para as pessoas primeiro ver as roupas. [risos] Então foi meio assim, as pessoas acabavam adquirindo as primeiras para apoiar, para incentivar, para conhecer, pelo espanto de ser... Hoje, roupa de garrafa pet não é meu principal produto, as coisas mudaram. Hoje eu estou mais nos tecidos vegetais, biodegradáveis, orgânicos, reciclados. Mas, assim, o start foi a roupa de garrafa PET pelo grande diferencial que ela tem. E muita pesquisa. Então, em outubro, foi tudo de 2017, assim, muita coisa aconteceu. A ideia ela foi muitas vezes formatada, reformatada, pivotada. No meio do caminho, então, eu consegui engravidar, o meu pai faleceu, e ainda no mesmo ano o “Nome” nasceu prematuro. Então foi no meio desse turbilhão todo eu ainda abri a loja e escondidinha lá numa loja, numa galeria bem fechada, mas eu saía muito. Eu ficava muito mais na rua e na casa das pessoas, e nos espaços de meio-dia mostrando para as pessoas no grupo de amigas, em alguma empresa, foi muito assim. Hoje, cada vez mais eu tenho certeza, estou tentando abrir pontos, estou abrindo pontos de venda da loja e eu sempre digo isso para eles: – Gente, não adianta abrir o melhor endereço, o melhor ponto e achar que abrindo as portas e fazendo um Instagram massa a venda vai acontecer. É muito mais trabalhado, garimpado do que parece, quem vê a rede social está achando que está super top... Não estou reclamando, mas é que não é simples. A gente precisa dizer que empreender, e empreender nesse diferencial, não é simples. O propósito, ele segue desde sempre o mesmo, cada vez mais fortalecido, que é de promover a sustentabilidade das coisas e o consumo consciente e sempre reforçando que não é só sobre meio ambiente, não é só sobre animais e plantas. Que no começo sempre me diziam, e ainda me dizem às vezes – Ah, mas aí você abandonou a Biologia, resolveu abrir uma loja de roupa, barbaridade! Isso não tem... É muito além disso, a Biologia, ela está dentro disso. Esse meu amor pela biologia e pelas coisas está dentro do negócio. Então, tudo é muito detalhado, conhecer as fábricas, garantia de processo, garantia de respeito com o planeta. E tentar também expandir essa consciência das pessoas do valor das coisas. Valor das coisas. Como que custa 100 e não custa 20? Por que que custa 20? Dar esse start para as pessoas sobre os excessos. Então, essa coisa dos excessos é o nosso grande propósito. E é o final da pergunta ali. O problema que a gente busca resolver é os exageros no consumo. Tentar contaminar as pessoas positivamente para que elas não comprem em excesso, para que elas olhem o que elas já têm, para que elas consumam e adquiram apenas o necessário, para que elas escolham de quem comprar, compre local. Isso tudo é sustentabilidade! É apoiar o amigo, é apoiar a pessoa

que você conhece, é saber de onde vem e, principalmente, para onde vai depois que eu não quiser mais. Porque é bem importante também, não adianta também só comprar consciente e, aí, quando eu descartar eu coloco na rua e deixo que vá para algum lugar. Então é tentar fazer ao máximo esse círculo fechado das coisas. Já tivemos produção própria, a gente produz roupas de marca própria, mas hoje a gente tá muito mais na curadoria de marcas sustentáveis do que na produção própria exatamente. E é isso! É também pensando em todo o processo, desde a oferta até o pós-consumo.

(00:28:37) - Empreendedora 4 - Posso continuar, Jéssica? Que eu sei que eu vou me encontrar em muitos pontos com a “Empreendedora 1”. Eu acho que vai ser legal para tu dar uma continuidade depois, tá? Então, como a “Empreendedora 1” falou eu sou Profa, eu era professora de História no município aqui de Chapecó. E em certo momento lá em 2017, eu fiquei com a vaga de uma disciplina que o município tem... eu acredito que tenha ainda, que é Sustentabilidade e educação financeira. Então, eu como profa. de história sempre atuei do 6º ao 9º ano. E em 2017, acabei ficando com essa oportunidade de trabalhar de 1ª série a 9º ano com essa disciplina. E aí, eu comecei a me focar mais nessa área sustentável e lá pelas tantas, em 2017 mesmo, eu quis encontrar aqui em Chapecó alguma loja que eu pudesse levar os meus alunos para que eles pudessem conhecer, tocar coisas, objetos feitos a partir da reciclagem. E foi assim que eu encontrei a “Empreendedora 1”. Então, você veja que ela montou a loja em 2017, em 2017 encontrei ela e levei uma turminha da 3ª série para conhecer a loja dela. Ela tem as fotos até hoje da gente lá conhecendo a loja e as crianças realmente pegando numa peça, porque na cabecinha delas, a roupa feita de garrafa PET era de litro, plástico, aquela coisa... Eles não conseguem imaginar um tecido. Então, eu precisei buscar e levá-los lá. Então, foi assim que eu conheci a “Empreendedora 1”, e dali para frente... Vocês vejam que a “Empreendedora 1” é o start de muita gente. Então, foi ali que eu conheci a “Nome do Empreendimento 3” também, mas eu já vou chegar lá. Então, foi assim que eu comecei a pensar, a voltar o meu pensamento mais para essa área sustentável. Juntando com a loja, com a moda, que é o que eu trabalho hoje, foi algo que eu sempre tive em mim. Eu nunca gostei de pagar caro pelas coisas. Eu sempre achei que as coisas poderiam ter um determinado valor e ter um sentido, mas tinham coisas que eram muito absurdas que eu não consegui aceitar. Então, eu sempre busquei muita promoção, liquidação, brechó, bazar para as coisas que eu queria comprar, até porque eu não tinha um poder aquisitivo que eu pudesse comprar tudo que eu queria. Então, sempre tentei adaptar os livros que eu precisava para faculdade em sebo, as roupas, já vendi livro para comprar roupa, roupa para comprar livro, enfim, sempre fui muito assim, sabe? E aqui em Chapecó eu sempre tive muita dificuldade de encontrar essas coisas, eram poucos sebos, eram poucos brechós, eram poucos de bazares. Então, eu comprava muito online, mas o que eu gostava mesmo era de falar para as pessoas isso: – Sabe essa blusinha aqui, olha que linda! Eu paguei dez reais, você pode pagar também. Você não precisa mais ir lá no shopping comprar e pagar mil, entendeu? Eu posso te dizer onde se pode comprar. Então, eu sempre fui muito de compartilhar isso, mas aqui eu não encontrava. E aí, lá em 2019, no início 2019, eu comecei a me decepcionar um pouco com a educação no modo geral. Eu não conseguia colocar as minhas ideias em prática, entende? Tinha poucos recursos e a gente fazia o que conseguia. E eu comecei a me decepcionar. E em 2019, eu pensei: – Bah, será que eu continuo na escola? Eu queria muito fazer doutorado para poder trabalhar em Universidade na área de história mesmo. E aí, eu cheguei a pensar: – Não, eu acho que eu vou mudar de área. Aí que eu falei que eu fiz a inscrição em Biblioteconomia ali na Uno. E aí, depois uns 15 dias, eu pensei: – Não, nem vou, eu não vou. Vou pensar em alguma coisa que eu goste para eu começar. E assim começou “Nome do Empreendimento”, sabe? Foi um dia depois do meu aniversário, eu comecei a pesquisar muito sobre brechó, como abrir um brechó, como funcionava um brechó e comecei a pesquisar os que tinham aqui. E não conseguia me

identificar com o que eu queria fazer aqui na região. Então, eu comecei a pesquisar muito e, assim, surgiu o “Empreendimento I”. A minha ideia que é o que acontece hoje, é tentar fechar um ciclo como a “Empreendedora I” faz. Onde a pessoa desapega daquilo que ela não usa mais, não gosta, ou não faz mais sentido para ela e que ela encontre no mesmo espaço algo novo que venha a fazer sentido para ela agora. Então, a gente fecha esse ciclo sustentável, desapega aquilo que não usa e compra o que já existe. Mesmo que a gente faça isso fica a critério da cliente ou da nossa fornecedora escolher. Ela pode optar por levar em peças o saldo dela na loja, que a gente fala, o crédito, ou ela pode receber em dinheiro também para que ela tenha esse livre arbítrio de escolher comprar em outro lugar, enfim, de fazer o que ela quiser com o dinheiro dela. A gente não fecha, assim, só desapega e pega em crédito, não. Ela tem esse poder de escolha. Então, eu iniciei em casa mesmo com as minhas coisas, com uma sacolinha pequena, assim, um sapato que eu tinha usado uma vez, um vestido, uma coisa assim. E aí, começaram a surgir da família mesmo, a minha mãe, a minha irmã, aí veio uma amiga com uma sacola e foi, foi, foi, foi... E a gente tá com a loja faz dois anos. Com a loja física há um ano e meio e com a ideia do brechó há dois anos e meio. Então, eu demorei um ano para conseguir me organizar, ter o suficiente para pagar o aluguel e tudo mais. Hoje nós temos mais de 400 fornecedoras pessoa física, pessoas como eu, vocês, que não usam mais peças e destinam para o Brechó. Também fiquei como sacoleira igual à “Empreendedora I” por muito tempo, porque como eu não continuei na escola. Nesse período, eu não saí da escola, eu saí da escola só o ano passado. Então, em 2019 inteiro eu continuei trabalhando no município em duas escolas. E eu também era professora particular de inglês. Então, eu já atuava há oito anos como professora de inglês no particular. Então, eu tinha o brechó e três escolas. Então, eu fiquei bem doida. Mas isso me ajudou muito, porque eu conheci muita gente, muita, muita, muita... Eu consegui disseminar assim o meu brechó... Bom, sala dos professores, né, gente, vocês sabem como é que é, né? Então, assim, eu levava as sacolas lá e não voltava nada. Elas me esperavam no carro para eu abrir o carro para elas levarem as coisas e olharem. Então, aquilo me deixou muito feliz, eu consegui a partir dali convencer elas a olharem para aquilo e elas não conseguiam imaginar que aquilo era roupa usada, que a gente sempre teve uma curadoria muito criteriosa, exigente, sabe? Porque a visão que as pessoas têm... Eu tenho que enfrentar mais isso ainda, sabe? Além de todas as dificuldades de você ser empreendedor, de você querer fazer algo sustentável, ainda eu tenho que lutar contra o preconceito, sabe? E aqui em Chapecó isso é muito forte, vocês não têm noção, é muito forte! Então, assim, todo dia a gente trava batalhas aqui para trabalhar, mas a gente está vencendo todo dia. Na questão da pandemia... Então, na pandemia... claro que todo mundo sofreu, a gente precisou ficar com a loja fechada e tudo mais, mas de certa forma a pandemia foi muito positiva para a gente, porque as pessoas ficaram casa, elas começaram a repensar o que elas já tinham, elas não podiam gastar porque elas não sabiam como que ia ser amanhã. Toda aquela questão que envolve investimento: – Ah, tem que cortar, cortar e cortar, porque eu não sei o que que vai acontecer. Então, elas começaram a olhar mais para o que elas já tinham, para o guarda-roupa também, muitas olharam, pararam de consumir tanto. E para nós foi muito positivo, porque a gente recebeu muito desapego, muitas pessoas pararam: – Ah, não, isso aqui não uso mais, vou dar um destino tal, tal, tal. E aí, muitas pessoas chegaram até nós. Então, para nós foi bem legal! E a venda também aumentou muito, porque as pessoas estão procurando principalmente por algo mais barato já que elas não iam sair de casa. Depois veio toda aquela questão do home office. Eu posso trabalhar mais confortável na minha casa, não preciso usar o sapato, não precisa não sei o quê. Então, toda essa questão também nos ajudou bastante na pandemia, a gente precisou se adaptar, assim como outras empresas e outros segmentos no online. A gente já trabalhava... sempre tive Instagram desde o primeiro dia que surgiu a ideia

da loja, mas com a loja fechada a gente precisou se adaptar nas vendas online, fazendo muita live, muito vídeo no igtv e tudo que envolve o mundo do Instagram. A gente foi fazendo vários testes, muitas coisas deram certo e a gente mantém até hoje, mesmo com a loja aberta; e muitas coisas também não funcionaram. Então, a gente foi fazendo vários testes, mas graças a Deus muita coisa funcionou. Sobre o problema que a Profa. colocou ali... Então, o nosso problema, ele é principalmente que as pessoas ressignifiquem, que elas ressignifiquem o que elas já têm. Gente, eu vou precisar sair, porque chegou o Correio, mas eu já termino, tá? Alguém continua que depois eu falo do meu problema... Aqui é assim mesmo.

(00:38:28) - Empreendedor 3 - *Eu acho que eu vou dar sequência, então, aí ela depois volta. Então, tá. Bom, pessoal, eu estou muito feliz, na verdade, de poder ouvir a história dessas parceiras incríveis. Muito legal! E vou contar um pouco, então, de como surgiu a ideia do negócio. Que é pergunta ali: como surgiu o “Nome do Empreendimento”? Na verdade, o “Nome do Empreendimento”, eu estava na faculdade fazendo TCC. Na época, eu trabalhava já em uma empresa que era um selo sustentável e trabalhava na área de marketing dessa empresa e já me identificava muito com essa história da sustentabilidade. Já trabalhava em um negócio de impacto e também, assim, por histórico da família sempre fui muito conectado a essas coisas de sustentabilidade, mais ligado à natureza. E lá no TCC, eu quis levar isso para frente. Eu fui fazer pesquisa para tentar entender um pouco mais sobre o problema. Até na pergunta da Profa.: qual é o problema que busca solucionar? Na época, eu já estava estudando sobre o problema do descarte correto de resíduos, que a gente precisava melhorar isso e entender o porquê que isso acontecia, o que que a gente podia fazer para ajudar. E lá na pesquisa, a gente percebeu que a gente poderia melhorar muito a qualidade de como o resíduo chega para associações de catadores e isso dependia, na verdade, de cada um de nós, da gente separar e a gente fazer o descarte da forma correta, levar no local correto. Tudo isso a gente entendeu lá na pesquisa. E depois o próprio TCC, eles tinham ali um incentivo que era o PEX, Projeto Experimental, que a gente tinha que desenvolver uma ideia de inovação ali e a gente tinha que pensar algum... bem na pegada, assim, de Startup, empreendedorismo e inovação. A gente tinha que pensar alguma solução. E aí, já que eu tinha estudado esse problema do TCC do descarte de resíduos, a gente já quis colocar em prática e tentar pensar uma solução para isso. E foi aí que surgiu a ideia do “Nome do Empreendimento”, porque lá a gente entendeu que, para isso resolver, as pessoas precisavam descartar o resíduo de uma forma melhor. Para elas fazerem isso, elas precisavam ter informação, porque daí a gente entendeu que muitas pessoas, às vezes, queriam ajudar e não tinham a informação certa. E muitas vezes, assim, faziam um esforço para tentar contribuir de alguma forma, mas aquela atividade que ela estava fazendo não era o ideal. Às vezes, ela até estava piorando o problema, mas sem saber. Ela estava tentando ajudar e estava piorando. Então, a gente viu precisava levar informação para as pessoas de alguma forma. Daí na hora já surgiu: – Ah, vamos fazer um aplicativo, onde a gente vai levar informação para as pessoas e tal. Mas a gente pesquisou e já tinha isso, já tinha algumas plataformas que traziam informação sobre reciclagem, sobre ações que a gente pode colocar no dia a dia. Isso já existia algumas coisas. E a gente viu já existia, mas não estava tendo acesso. Por que não está tendo acesso? Por que que as pessoas não estão consumindo essas informações? Talvez elas tenham tanta coisa para buscar e não estão chegando a esse tipo de informação. E aí, a gente foi cercando o problema, tentando achar formas de fazer isso acontecer. Até que veio, então, a ideia de fazer: – Tá, vamos então criar uma plataforma que vai trazer informação para as pessoas, mas ela tem que ser muito atrativa, ela tem que ser algo que as pessoas gostem de participar e que elas estejam sempre acessando. E aí surgiu, então, de fato, a ideia do “Nome do Empreendimento”, porque a gente viu que... Até na pesquisa de TCC a gente entrevistou empresas também, a gente viu que tinham várias empresas querendo trazer essa história da sustentabilidade para dentro da empresa, para o relacionamento da*

empresa e de vários segmentos, não só negócios de impacto. Tinham negócios tradicionais querendo levar essa bandeira da sustentabilidade. Então, veio o link, assim, da gente unir as duas coisas. E aí pensamos: – Ah, vamos fazer uma plataforma que vai trazer informação para as pessoas colocarem em prática e a motivação para elas buscarem essa informação a gente consegue com empresas que querem motivar isso. E aí, as empresas podem ir lá e colocar algumas recompensas para motivar essas pessoas, para interagir com essas pessoas, para ajudar... Juntos eles ajudarem a resolver esse problema. Como na época o foco do problema que a gente estava estudando era reciclagem, a gente não quis também ficar só nisso. A gente pensou que poderiam ter outras atividades que inclusive iriam chamar mais a atenção das pessoas para olhar para a reciclagem. Então, a gente colocou lá bike, caminhada, que tem a ver com os ODS. E sempre, desde o início, a gente participa dos ODS. A gente conheceu a “Empreendedora 2”, inclusive, que era coordenadora do movimento ODS. Conhecemos a “Empreendedora 1” também que já participava, depois até a “Empreendedora 4” mesmo também a gente conheceu em uma reunião dos ODS, inclusive. E aí, a gente foi conhecendo também. Que nem a “Empreendedora 4” falou: a gente vai conhecendo muita gente incrível, assim, fazendo parcerias legais, e que foi dando forma para o projeto. Porque como eu comentei, ele nasceu de um TCC lá na universidade. Então ele começou como um protótipo. Até a gente fez um aplicativo, a primeira versão do aplicativo e a gente colocou ele... Primeiro, a gente testou ele em uma empresa como uma gincana, que a gente fez um quadro, assim, com cada atividade dava uma pontuação. Os funcionários vinham trabalhar de bicicleta ganhava ponto, eles traziam descarte de resíduos na empresa e ganhava ponto. Então, assim, a gente testou a ideia. Foi legal, todo mundo gostou, vamos fazer o primeiro aplicativo. Aí, a gente fez o primeiro e resolveu lançar só aqui em Chapecó. Nesse tempo, até lançar em Chapecó, a gente foi conhecendo as pessoas nessas entrevistas que a gente fazia no TCC, e eles já foram topando a ideia, sabe? Isso que foi muito legal! Quando a gente lançou aplicativo, a gente já tinha 12 empresas que estavam colocando recompensas lá. A gente já tinha empresa patrocinando, porque elas foram participando já da construção da Startup, isso também foi essencial para a gente conseguir fazer a coisa acontecer. E aí, a gente resolveu lançar só em Chapecó para ver como que ia ser isso. E hoje, assim, é um orgulho gigante eu poder estar aqui conversando, na verdade, com essas pessoas que estão na chamada, porque todas elas fazem parte disso, sabe? Elas estão lá participando, elas estão lá movimentando, fazendo a roda girar, porque se não fosse as empresas e as pessoas que participam, a coisa não acontecia, sabe? E hoje a gente consegue entender que, cara, foi muito legal a gente ter implementado a Startup aqui. A gente conseguiu testar, que nem a “Empreendedora 4” estava comentando, assim: muitas coisas elas foram testando para ver o que que ia dar certo e o que não ia dar certo. Eu me vi igual aqui, porque a gente foi testando coisas e foi vendo o que que dava certo, o que que não dava e a gente foi aprendendo ali. E agora, a gente está tendo oportunidade de poder fazer um aplicativo novo que vai estar em cidades, inclusive, de estar em outras regiões e quem sabe poder levar isso para mais espaços, e levar esse impacto que está acontecendo através do aplicativo para outros lugares que é o maior objetivo. E, dentro disso também vem as oportunidades que a profa. estava falando ali desse fomento à inovação. Então, a gente teve uma porta muito legal através da... como o projeto nasceu na universidade, a gente teve uma abertura na incubadora. Então, hoje a gente é vinculado à incubadora da Unochapecó. Hoje, aqui em Chapecó, eles inauguraram recente agora o Parque Pollen Tecnológico, que é no mesmo modelo desse que a profa. comentou que foi visitar lá em Lages. Inclusive, a estrutura é igual. Eles fizeram aqui em Chapecó. E aí, a gente conseguiu um espaço ali onde a gente tem toda uma rede de apoio ali mais focado no empreendedorismo, mais focado em tecnologia, para a gente saber como até trabalhar esse aplicativo novo, porque como eu comentei eu sou publicitário, então eu não

sei nada de aplicativo. Hoje eu já sei por causa da história que a gente tem, mas quando a gente começou isso eu não sabia nada. A gente contratou uma empresa que fez e a gente colocou e foi ver. Hoje eu já entendo melhor de aplicativo e, com apoio de toda essa rede de inovação a gente tá conseguindo trabalhar para conseguir levar isso para outras regiões, mas assim, é uma gratidão gigante por todo mundo que participou aqui, porque sem essa coisa que a gente fez aqui nesses dois anos que a gente está com "Nome do Empreendimento" aqui em Chapecó, foi essencial para a gente conseguir aprender e fazer as coisas acontecerem. E o que mais dá orgulho também é isso de ver que é uma Startup de impacto que é algo que... nem conhecia esse nome na verdade, a gente conheceu depois. Quando a gente teve a ideia, a gente não sabia muito o que estava fazendo, onde estava se metendo. E hoje a gente entende: é uma Startup de impacto. Que legal ter um negócio que consegue promover impacto socioambiental. E que legal tem outras pessoas aqui também que também estão conseguindo fazer isso. E aí, a gente entende a força que essa rede de parcerias vai tomando também. Então acho que, em resumo, isso que é o "Nome do Empreendimento" e espero poder levar isso para novas regiões logo. A gente vem trabalhando aí para isso.

(00:47:41) - Empreendedora 1 - *Preciso fazer um comentário. Que essa minha paradinha, assim, eu estava escutando vocês e começou a chegar gente para descartar a caixa de leite, para descartar tampinha, para ler QRCode... A outra quis baixar o aplicativo, já configurou, fez a senha. Eu aqui escutando o "Empreendedor 3" com a mulher do outro lado do computador...*

(00:47:59) - Empreendedor 3 - *Que legal!*

(00:48:01) - Empreendedora 1 - *É isso mesmo, "Empreendedor 3". Está acontecendo. [risos].*

(00:48:03) - Jéssica - *A coisa está acontecendo mesmo ... "Empreendedora 4", você quer concluir? Eu desliguei o seu microfone quando você saiu, então você pode ativar ele... só para concluir sua fala.*

(00:48:18) - Empreendedora 4 - *Está me ouvindo?*

(00:48:19) - Jéssica - *Sim.*

(00:48:20) - Empreendedora 4 - *Ah legal! Eu só vou concluir, porque se não vai ficar pela metade o que eu estava falando. E eu acho que eu estava falando sobre o problema. Então, o problema, ele é aqui para nós é que as pessoas que ressignifiquem o que elas já têm, para que elas deem mais valor para o que elas já têm. E para que elas querem buscar em relação à moda, para que elas busquem aquilo que já existe, porque tudo o que já foi produzido... a moda é muito circular, ela vai, ela vem... Então, você consegue achar em peças do passado há 20, 30 anos atrás e que está na moda hoje. Então, para que as pessoas consigam, tenham um lugar onde elas possam ir garimpar, encontrar e fazer esse ciclo completo da sustentabilidade. Nós somos parceiros do "Nome do Empreendimento" na questão da doação de peças, que é um problema que surge junto com o desapego. Porque muitas das peças elas não conseguem ser revendidas, porque às vezes tem um defeitinho, as vezes é uma estampa, as vezes é isso. Ou a pessoa mesmo já vem com as peças separadas: – Olha, essas eu queria vender, essas eu queria doar. Então, foi um problema que surgiu deste outro problema é que o "Nome do Empreendimento" é nosso parceiro para a resolução. Então, a gente reencaminha as peças para o "Nome do Empreendimento". Eu não tenho como mensurar até hoje quantas peças foram entregues para o "Nome do Empreendimento", que já foram muito. A gente já encheu muito carro, aí, é aquela que não...*

(00:49:51) - Empreendedor 3 - Bastante mesmo.

(00:49:52) - Empreendedora 4 - *Muitas... e as que não foram para o "Nome do Empreendimento", a gente destinou para doações em escola. Que como eu era profa. aí vem muita escola procurar: – Lá na vila tal, as crianças estão precisando de tal coisa, vocês têm aí? – Aí, eles vêm e buscam. Então, a gente não consegue mensurar tudo que já foi doado. Esse impacto que ele não passou pelas minhas mãos, não passou pelo sistema da loja para que eu conseguisse números para poder identificar. Eu acho que era isso. A "Empreendedora 1" toda vez que vem aqui, ela fica apavorada [risos].*

(00:50:29) - Jéssica - *E é bacana o quanto nessas... o que vai surgindo, vai gerando outras ideias e reformulando. E ouvindo vocês, essa primeira pergunta a gente gastou um pouco mais de tempo porque é para conhecer vocês, a ideia... E o quanto isso superaqueceu para que vocês possam pensar as próximas perguntas que eu estarei compartilhando aqui com vocês. E, agora, eu queria de uma forma bem pontual, que a partir dessa primeira explicação, vocês indicassem alguns benefícios, pode ser um, dois ou três benefícios que o negócio de vocês gera para a comunidade, para a região aqui de Chapecó.*

(00:51:14) - Empreendedor 3 - *Bom, eu vou começar dizendo dos benefícios de levar a informação para as pessoas. A gente fica muito feliz de receber os feedbacks de que as pessoas que usam o aplicativo, elas conseguem encontrar formas de colocar a sustentabilidade no dia a dia delas. Ajuda elas a saberem aonde tem um ecoponto, onde que é mais perto da casa delas, qual a forma certa de descartar, inclusive. Tem gente que não sabia que o óleo de cozinha... eles colocavam em potes de vidro de conserva. E aí, lá a gente ensina que não. Tem que ser na garrafa PET, porque o vidro ele quebra no transporte e gera todo um problema. Então, assim, tem várias dicas lá dentro que o pessoal vai aprendendo. Então, acho que o benefício que a gente fica feliz de ajudar é realmente ajudar as pessoas e colocar a sustentabilidade em prática.*

(00:52:03) - Empreendedora 4 - *Eu compartilho, se eu puder, né? Compartilho desse mesmo benefício. Como colocar a sustentabilidade como um hábito de consumo na área da moda, eu acho que é um dos principais benefícios. A relação custo-benefício que você tem também comprando no brechó, como as pessoas buscam muito brechó na questão de preço: – Ai, vou no brechó, porque eu vou pagar mais barato, mas que esse barato ele também venha com qualidade. Então, quando você for comparar uma peça, sei lá, do shopping ou de uma loja de departamentos, você percebe que o mesmo valor que você paga lá por um produto inferior em questão de qualidade, tecido, fabricado na China, trabalho escravo, tudo isso você possa comparar com uma peça de brechó que já tem anos de história, tanto que o nosso slogan é esse é "histórias para contar". "É moda consciente e histórias para contar". Então, que você consiga fazer essa comparação, que ainda para nós é um desafio aqui, principalmente em julho, né, "Empreendedora 1"? Que essas liquidações acabaram com a gente. Agora em agosto, setembro vai chover roupas com etiqueta aqui, porque compraram só porque estava barato, porque compraram só que viram, que compraram não sei o que... Então, esse é um problema que também surge de uma outra demanda e que o brechó, que o "Nome do Empreendimento", também se dispõe a resolver. Acho que esses seriam alguns dos benefícios.*

(00:53:32) - Empreendedora 1 - *É, julho foi dose. E hoje eu lancei uma promoção teste. Não é nem uma promoção que eu quero vender, eu quero na verdade é ver como que a galera se comporta com a minha promoção. Porque a "Nome do Empreendimento" não nasceu para promocionar, a gente poderia promocionar, mas julho a gente viu a comunicação... foi o mês*

que o comércio esquentou, que o comércio não sei o que. Eu penso socorro, foram comprar um monte de coisa sem provar, sem vestir, sem olhar, sem precisar e agora? E a gente conversou disso, né, “Empreendedora 4”? Não foi no “Nome do Empreendimento” que a galera comprou, certamente não foi em negócios... não foram escolhas conscientes em sua maioria e isso é muito triste pensar, que depois vamos lá lotar lugares por aí. Mas então já que eu estou falando, o benefício que acho que... é tornar acessível, ainda não o quanto eu acho que precisa ser, mas é o grande desafio aqui é buscar esta acessibilidade a produtos sustentáveis para o maior número de pessoas. Então, hoje é oferecer tudo que uma pessoa precisa no seu dia a dia com a opção de baixo impacto ambiental, desde acordar para escovar os dentes até a roupa que veste e o lixo que gera. Aqui tem uma opção de menor impacto para ela fazer essa troca gradativa na sua rotina, acho que esse é o maior benefício do “Nome do Empreendimento”. E de quebra, graças às parcerias, é recolher os resíduos e dar esse suporte para essas pessoas que já querem fazer um pouco mais. Então, é nesse sentido.

(00:55:10) - Empreendedora 1 - *Pessoal, estou meio perdida aqui, mas...*

(00:55:16) - Jéssica - *Só para contextualizar para te ajudar... A partir da primeira fala em que vocês contextualizaram e acabou aquecendo um pouco mais, eu queria que vocês indicassem, de forma bem pontual, quais são os benefícios que o negócio gera para a região de Chapecó, para a comunidade onde está inserido o negócio?*

(00:55:34) - Empreendedora 1 - *Bom, então, nosso primeiro desafio foi juntar a questão do mercado. Como eu disse, a gente começou em novembro, mas sempre lembro muito das coisas que “Empreendedora 1” fala. Então, promoção não rola aqui também. Eventualmente, a gente faz uma coisa ou outra, mas não usa o termo promoção, usa oportunidade, outros termos. E até hoje, gente, eu não consegui colocar isso em prática. Porque eu tento, mas eu vejo que mercado sem aquela parede com um monte de papel lá escrito promoção de arroz, promoção disso e aquilo, mas, enfim. Eu estou sendo fiel ao meu objetivo inicial, que era o consumo consciente e estou ainda vendo como a gente faz para vender sem fazer todas essas promoções. Então, a gente está indo conforme dá. Na questão de evitar plástico, usar somente papel nas embalagens, enfim, é muito a questão da educação ambiental. Então, há dois anos, a gente não consome canudo plástico, a “Empreendedora 1” acompanha e sabe. A gente simplesmente tirou fora. Hoje a gente faz o mesmo trabalho com a sacolinha de plástico, então a gente sempre pergunta: – O senhor precisa da sacola? Hoje 80%, 90 [%] já diz que não precisa e sai com as coisas na mão. E o que tem mais quantidade a gente usa as caixinhas de papel. Então, tudo isso é a questão da educação ambiental, o consumo consciente e a questão dos resíduos que a gente aumentou, expandiu o ecoponto... Então, através do ecoponto a gente consegue trabalhar uma imensidão de coisas baseado no consumo consciente, principalmente para as crianças. Então, a gente está recebendo turmas de escola, de grupo escoteiro com os pequenos para trabalhar a educação ambiental com todos esses itens. Antes, a “Empreendedora 4” também falou das roupas, do preconceito. A gente tem aqui fora também um brechó que a gente faz uma vez por mês. E o próprio armário, gente, que eu estou repensando, justamente porque o armário... a “Empreendedora 1” também acompanhou e sabe que o propósito dele era para compartilhar. Então, se eu tenho uma blusa que não faz mais sentido para mim e ela está em bom estado, ela pode ser usada por outra pessoa. Mas ainda existe preconceito, então porque está no armário algumas pessoas acham que aquilo ali não serve para ela. E quem é que está consumindo? O público carente. Tudo bem, a gente está fazendo papel social, mas o armário nesse sentido que lá em Floripa é uma outra visão do armário coletivo. Aqui, que a gente se inspirou lá... Aqui ele não tem por causa da cultura, mesmo a gente tentando trabalhar, não vai. Então, me vi muito no que a “Empreendedora 4” falou por causa disso e também a gente*

trabalha muito a questão da alimentação saudável, então, com base em todos os ODS. A gente, nas nossas redes sociais, a gente fala da segunda sem carne, porque a gente vende uma alimentação que tem carne, mas então a gente tenta reduzir. Então, trabalhar a segunda sem carne, matéria-prima orgânica de qualidade, incentivar o consumo de empresas familiares aqui do nosso bairro, da nossa cidade. Então, tudo isso a gente trabalha com base nos 17 ODS e que é o que a gente consegue, então, beneficiar nossa comunidade nesse sentido também com bastante informação nas redes sociais. Inclusive, para concluir, a gente criou um outro perfil, porque a gente achou que ia misturar muito com os alimentos. Então, hoje a gente tem uma equipe de marketing que cuida das redes sociais da "Nome do Empreendimento" para falar de alimentação e consumo consciente. E temos uma outra que é da "Nome do Empreendimento", que é dos projetos e também da questão do Ecoponto. Então, a gente consegue falar mais de reciclagem nessa outra rede social para não misturar muitas as coisas.

(01:00:07) - Empreendedora 4 - *Eu posso falar? Desculpa, "Empreendedora 2", eu só queria adicionar que antes a gente estava falando do "Empreendimento 3". Eu esqueci de falar que nós também somos o ponto da sacola retornável além da doação. Inclusive, a gente fez como a "Empreendedora 1": uma sacola de algodão para as meninas que vinham garimpar com mais frequência para que elas não usassem... nós também temos a responsabilidade com embalagem. Só papel Kraft, sacola é 100% reciclável, o papelão é 100% reciclável das caixas que vão pelo correio, não tem nenhuma embalagem plástica, papel seda e ainda acompanha o papel semente como lembrança da nossa... como uma espécie de boas-vindas, um presente de boas-vindas para as nossas clientes. Então, a gente também tem o QRCode da sacola para as meninas que levam as roupinhas na mão, ou já vem com essa sacola. Enfim, nós também temos esse.*

(01:01:06) - Empreendedora 2 - *O "Empreendedor 3", eu quero um QRCode desses também tá?*

(01:01:09) - Empreendedor 3 - *Eu estava pensando bem isso, "Empreendedora 2". Eu acho que no de vocês não tem o da sacolinha, né? Tem um monte de QRCode de resíduos, mas o da sacolinha não tem. Vamos colocar já isso.*

(01:01:19) - Empreendedora 2 - *Inclusive, a gente tem Ecobag para doar, porque vem bastante e a gente doa para as pessoas.*

(01:01:27) - Empreendedor 3 - *Vamos fazer!*

(01:01:29) - Jéssica - *Agora é contigo, "Empreendedor 3", pode seguir.*

(01:01:33) - Empreendedor 3 - *Esse dos benefícios, eu acho que eu já falei também. Já foi.*

(01:01:39) - Empreendedora 4 - *Acho que já.*

(01:01:41) - Jéssica - *Acho que eu me perdi aqui, então. Então, eu vou compartilhar o terceiro aqui. Aí você pode iniciar já que você ligou o microfone. Então, a terceira questão, é se em algum momento vocês já receberam auxílio de atores locais para o desenvolvimento do negócio? Então, quando a gente coloca atores no ecossistema de inovação é justamente de universidades, outros sistemas, como SEBRAE, enfim. Empreendedores, de que forma vocês conseguiram potencializar de alguma forma a partir dessas trocas com outras instituições?*

(01:02:18) - Empreendedor 3 - *Que legal! Na verdade, assim, para nós muitas contribuições e diversos atores. O projeto nasceu na universidade, então a gente tem o apoio da universidade. Hoje já tem ecoponto dentro de duas universidades aqui. Tivemos apoio mais na pegada de empreendedorismo. A gente participou de movimentos na associação comercial, a gente participou na incubadora, então a gente começou a ter muito apoio da incubadora tecnológica. Temos apoio do SEBRAE, a gente participou de programas de capacitação, a gente começou a se inscrever em alguns programas. Então, gente foi aprovado no Startup SC que foi um ano, na verdade seis meses de capacitação. A gente passou no Inovativa Brasil, foi uma capacitação forte para startup de impacto. Então foi bem legal também, porque a gente aprendeu alguns termos, algumas coisas que a gente não estava familiarizado, apesar de estar colocando na prática a gente não sabia muitas vezes o conceito. Então, no Inovativa de impacto, a gente aprendeu muita coisa. A gente teve também contribuição da Prefeitura, a gente tem três ecopontos aqui hoje da prefeitura que tem essa parceria para fazer acontecer. E contribuição, principalmente das empresas, que são os parceiros do "Nome do Empreendimento" que fazem a coisa acontecer, então a gente tem os patrocinadores e as empresas parceiras, que são lojas que colocam recompensas para quem participa do "Nome do Empreendimento". Então, o pessoal faz as atividades lá no aplicativo, acumula as moedas e eles podem trocar por recompensas que as empresas colocam. Então acontece essa troca e as pessoas vão até a loja, elas conhecem a loja, criam um relacionamento, então isso é bem legal também. A gente gosta de analisar como se a gente tem parcerias e apoio de todas as frentes, porque tem desde... tem as empresas, tem a universidade, tem a Prefeitura e inclusive projetos sociais, porque se for analisar, muitos dos resíduos que a gente tem no "Nome do Empreendimento", nenhum deles é a gente que coleta e que recicla isso. Tudo é feito através de parcerias também. Então, a gente tem projetos sociais como o Verde Vida que recebe... recebe não, eles buscam o óleo de cozinha. Então, isso é muito legal de ver que é uma parceria que para eles também é legal, para nós é legal e para quem usa o aplicativo é legal. Então, o ciclo vai fechando. Então, até mesmo a parte de projetos sociais, a gente tem esse apoio.*

(01:05:05) - Empreendedora 1 - *Vou eu, então. Apoio financeiro, aporte financeiro e contribuições financeiras a gente nunca teve. Estamos limitados a um negócio próprio mesmo. Nesse sentido, mas isso que o "Empreendedor 3" fala, sem dúvida, tem uma importância enorme na loja que são as parcerias. Essa articulação de coletivos, de movimentos é que fez o negócio andar, fez a "Nome do Empreendimento" funcionar, e faz e cada vez mais precisa ser fortalecido, como fórum de resíduos do comitê dos ODS foi muito importante. Eu tive capacitação através do SEBRAE, então, do programa ALI do SEBRAE, gente viveu toda a maratona deles. Acho que foram 10 meses, 10 ou 12 meses, e também já tivemos vários projetos, trabalhos de TCCs e também um mestrado que usam da "Nome do Empreendimento". A gente abre as portas, mas é a gente que ganha na verdade, com pesquisa, com devolutivas, com ferramentas, com capacitações que muito contribuíram para o negócio sempre. E é isso por hora.*

(01:06:43) - Empreendedora 4 - *Eu nunca tive nenhum auxílio, tanto financeiro, quanto administrativo, espiritual, não tive nenhum. Então, assim, eu sempre fui muito vida louca. Comecei, tanto que hoje eu tenho alguns problemas, que na verdade não são problemas, mas na área administrativa, porque eu nunca trabalhei com isso. Então, você ter uma loja não é só você comprar e receber o dinheiro, enfim. Então tem todo um por trás. Hoje eu tenho um sistema de gestão, antes eu anotava tudo em um caderninho. Então, hoje eu já tenho. Tudo cresceu muito rápido, muito rápido. Então, eu tive que me adaptar a muitas coisas, a criar coisas, porque o segmento do brechó é totalmente diferente de uma loja tradicional, de uma loja comum, que recebe ali as peças da estação que compra os lotes, que só passa no sistema,*

conta não sei o quê e bota para vender. O brechó é totalmente diferente a parte da curadoria, então eu tive que me adaptar e criar muitas coisas. Então, eu nunca recebi nenhum tipo de auxílio. Hoje, sim, eu faço uma mentoria administrativa com uma pessoa que é especialista no ramo de brechós que é de Curitiba. Inclusive eu estava lá esse fim de semana para fazer parte da mentoria e na semana que vem ela vem para Chapecó para terminar os processos aqui in loco, para que a gente possa resolver alguns problemas que eu criei nesse caminho atribulado que foi de crescimento da loja, mas nunca tive nenhum auxílio, sempre foi eu mesma.

(01:08:32) - Empreendedora 2 - *Da mesma forma, eu também nunca tive nenhum auxílio financeiro. Igual a “Empreendedora 1”. Sempre com muita parceria, que o “Empreendedor 3” comentou também. Todos esses itens que a gente tem aqui, boa parte deles, é o pessoal que vem recolher. Cada um com seus itens. Então isso facilita bastante. Estava no último mês... um... porque assim, além da gente não receber, a gente ainda às vezes paga para levar, paga para ter o item aqui. Então, estava com um dos itens... que estava me angustiando, porque eu estava tendo uma despesa. Conversei com vários amigos e agora nessa semana a gente resolveu. Então, estou encaminhando para o Verde Vida, então é um custo a menos para nós. É... porque no sentido de que, a gente já não tem receita, o projeto é social. Eu não tenho uma receita e ainda tenho que tirar dinheiro do caixa para empresa. Então, é complicado. Então a gente tenta reduzir o máximo que pode nesse sentido. E temos também a UNOESC que disponibiliza os voluntários no sábado que a gente tem o brechó, então isso pra nós é muito bom. Porque aí na semana eles ajudam a separar as roupas, a fazer toda essa questão da organização, e no próprio dia da venda eles nos auxiliam. Já tivemos também alguns trabalhos de pesquisa, na universidade, de novembro para cá. O “Nome” também se manifestou para nos auxiliar com o ecoponto, mas eu tenho que escrever o projeto, enfim. Confesso que eu não fui muito atrás porque nos falta tempo para esmiuçar tudo isso. A gente até tem os projetos inscritos, mas quando envolve um pouco mais de burocracia para a gente é complicado por estar na correria. Então, por esse ano vou deixar assim mesmo. Vou fazendo conforme dá e os parceiros nos ajudam bastante também nesse sentido. Parceiros e amigos.*

(01:10:48) - Jéssica - *O quanto esse auxílio de informação, de estratégias, de onde buscar, contribui muito para desenvolver as atividades de vocês. Então é muito bacana vocês pontuarem isso, que vai ser bem pertinente para a pesquisa também. A nossa quarta pergunta é sobre as dificuldades que vocês percebem no desenvolvimento do negócio. É uma situação muito contextualizada porque vocês vão resolvendo, vão surgindo outras. Mas nesse momento, eu gostaria que vocês citassem, pontuassem, o que vocês estão vivenciando, que é então uma dificuldade que de alguma forma poderia ser sanada a partir de alguma colaboração, alguma informação específica.*

(01:11:35) - Empreendedora 2 - *Bom, eu vou começar que eu já estou com o microfone aberto. A nossa dificuldade maior ainda é a falta de mão de obra. Então, organização do espaço. Porque ainda estou com equipe reduzida em virtude da pandemia e da forma que a gente organizou nosso trabalho na empresa hoje. Então, com essa equipe reduzida tem horários do dia em que eu estou sozinha na frente, no caixa, e as pessoas chegam e a gente já tem tudo... o ecoponto, tudo organizadinho, identificado. Mas se não tem uma pessoa junto, elas vão deixando as roupas, os vidros, as coisas, aqui na parte de trás. Elas vão deixando aonde dá né. E isso depois, para nós é retrabalho, porque a gente tem todo um envolvimento. E tem semanas que é loucura. Então, semana passada foi um exemplo, que eu olhava para aquilo tudo e me incomodava. Cheguei até falar para Carla, que é outra voluntária aqui, que eu estava com vontade de parar com o projeto das roupas, justamente pela bagunça, pelo cansaço mental só*

de olhar para aquilo, enfim. No sábado, na sexta fui dormir cedo, acordei bem no sábado, e sábado de manhã dei uma pegada aqui e em três horas eu e minha funcionária, em duas pessoas, a gente conseguiu colocar tudo em ordem. Então eu vejo que a minha maior dificuldade é isso, essa falta de voluntários para ajudar. E também um pouquinho mais do esforço de cada um. Se as pessoas viessem já colocassem lá fora no armário, e às vezes elas trazem coisas aqui dentro, por exemplo, roupa furada, rasgada, então isso aí é um retrabalho para mim. Se ela já tivesse a consciência em casa de que aquilo ali não serve mais, e acontece muito. Assim como acontece, da maioria trazer roupas boas, que podem ser vendidas no brechó, mas eu tenho um bom percentual que vem rasgada, vem suja, então isso aí é retrabalho. Então é a falta de consciência das pessoas também. Por mais que a gente vá falando, vai explicando, nas nossas redes sociais também, mas é algo que demora. É bem moroso para que a pessoa entenda isso. Seriam essas duas coisas.

(01:14:12) - Empreendedora 4 - *Posso continuar aqui e pegar o gancho da “Empreendedora 2”? Porque é uma dificuldade tremenda, é uma das nossas maiores dificuldades aqui, é o que a “Empreendedora 2” falou. Você imagina que isso acontece para doação, mas para venda das peças acontece o mesmo problema. As pessoas acham que quem compra em brechó é quem passa necessidade. As pessoas acham que quem compra em brechó é porque não tem outra alternativa. O brechó ainda é visto como uma necessidade e não como uma oportunidade. Então, a gente recebe muita roupa manchada, rasgada, furada e as pessoas acham que é isso que a gente vai comercializar, é isso que a gente vai colocar à disposição das pessoas, e não é. Então é um trabalho gigantesco, é um trabalho de formiguinha, diário, todos os dias você falar, você colocar na cabecinha que não é assim, que muitas peças não servem nem para doação, quando estão nesse estado. Elas têm que ter o descarte das peças, o descarte correto. Então essa é uma das maiores dificuldades que a gente enfrenta. Outra é que eu estava falando também daquele preconceito que as pessoas têm em comprar em brechó, de ser vista com uma roupa de brechó. Uma frente que a gente tem atuado e lutado muito é você presentear alguém com brechó no Natal, no Dia dos Namorados, no Dia das Mães. Então é mudar isso, você colocar na cabeça da pessoa que só porque não tem etiqueta ela não pode ser presenteadada com aquilo, só porque não é nova, ela não pode receber. Então assim, essa é uma luta também que a gente tem, de tornar as peças de brechó uma opção de presente. Uma outra dificuldade que a gente tem é a de confiança das pessoas, porque de certo modo, elas vêm aqui e elas deixam as suas peças e vão embora. Então aquelas que já tiveram uma outra experiência, uma experiência ruim com outro brechó, com outro estabelecimento, elas desconfiam muito do nosso caráter, da nossa índole, elas acham que a gente vai vender e não vai pagar, elas acham que a gente vai perder as peças, elas imaginam tudo que pode acontecer com o que é delas. Então, a gente sofre com isso também, porque a gente tem que convencer – não, eu sou honesta, vou te pagar, não se preocupa as suas coisas vão estar aqui. Então a gente trabalha com contrato, um contrato feito por advogado, tudo certinho, ela recebe por e-mail, é moroso assim, como a “Empreendedora 2” falou, mas é algo que a gente precisa fazer para dar a segurança para pessoa que realmente a gente está fazendo uma coisa correta, que a gente trabalha certo com caráter. Outro problema que a gente tem é o abandono das peças, porque a gente trabalha com consignado, então aquilo que não é vendido precisa ser devolvido. Então as pessoas... e a pandemia também piorou um pouco essa situação, as pessoas saíam menos de casa, tinha aquele receio, aquele medo. Então hoje eu tenho um estoque, não sei de quantas peças para devolver, e as pessoas realmente abandonaram essas peças aqui. Então, eu não posso doar porque elas têm dono. Ai eu preciso ir atrás de uma por uma para saber se elas vão vir buscar ou não. E para completar, ano passado a gente foi assaltado. Então levaram o nosso computador com todos os dados que nós tínhamos das fornecedoras, então a gente perdeu praticamente tudo. Então você fazer uma separação de quem é qual peça e tudo mais, para nós*

ficou praticamente impossível. Então a gente precisa desse retorno delas, que elas venham até nós. E aí a gente não sabe como isso vai ser. Enquanto isso as peças estão aqui estocadas. A gente vai tentar entrar em contato com o maior número de pessoas possível, mas em meio a isso, a gente precisa vender. Então, às vezes a gente tem que colocar em primeiro lugar ali a venda, enfim, tudo que gera renda para loja e aquilo fica abandonado, fica de lado. Então é uma dificuldade também que a gente tem, é o abandono, é a desconfiança. Enfim, é difícil, mas a gente tá trabalhando para melhorar tudo isso.

(01:18:21) - Empreendedora 2 - *Se me permitem, eu só esqueci de uma coisinha. Vocês sabem qual outra dificuldade que eu tenho, que têm brechós vindo pegar as roupas no armário para vender...*

(01:18:32) - Empreendedora 4 - *Ah eu imagino, eu ia te perguntar se elas eram vendidas, porque se elas fossem vendidas, eu gostaria de comprar, mas se não, não tem como.*

(01:18:41) - Empreendedora 2 - *A gente direciona 90% do que vem, e peças muito boas também. Por isso assim, que tenho me desmotivado um pouco com esse projeto. Estou em análise para ver se a gente vai manter ou não, porque o objetivo não é esse, a pessoa pegar ali aos montes para vender.*

(01:19:03) - Empreendedora 4 - *Mas “Empreendedora 2”, desculpe, mas quando você... você coloca o nome de brechó ali?*

(01:19:07) - Empreendedora 2 - *Não.*

(01:19:08) - Empreendedora 4 - *É bazar ou é armário coletivo?*

(01:19:10) - Empreendedora 2 - *É um armazém comunitário.*

(01:19:11) - Empreendedora 4 - *Ah legal. E tem gente que não respeita, né?*

(01:19:13) - Empreendedora 2 - *Ele é para auxiliar a comunidade, é para compartilhar.*

(01:19:20) - Empreendedora 4 - *É, aí vai da consciência de cada um.*

(01:19:24) - Empreendedora 2 - *Mas enfim, queria falar a minha terceira dificuldade, de assimilar e ver se a gente vai manter ou não.*

(01:19:36) - Empreendedor 3 - *Bom eu vou puxar então... para nós a dificuldade está sendo equipe e tecnologia. Então, para a gente também na pandemia a gente reduziu a equipe, então é sempre um desafio, às vezes parece que a gente não dá conta de fazer tudo. E sempre assim, a gente já teve equipe e quando precisou desligar foi uma dificuldade bem grande, no caso da pandemia. Então é um desafio entender quando que é o momento de contratar alguém, ou de fazer de toda essa parte... nossa é bem desafiador mesmo. E ficou até um pouco de trauma na hora de resolver os B.O.s é complicado. E a parte de tecnologia, porque como eu comentei, a gente até então não tinha ninguém na equipe da área de tecnologia de aplicativos. A gente fez tudo terceirizado e a empresa que a gente fez o aplicativo, ela mudou o negócio dela. Então eles eram uma fábrica de software, que fizeram o aplicativo para gente e prestavam toda assessoria, e decidiram mudar agora e saíram do projeto, simplesmente falaram assim: – A gente não vai mais conseguir atender vocês. E saíram. Nossa, ficou bem complicado. A gente deu muita sorte,*

na verdade, porque nesse processo acabei conhecendo, conhecendo não, um amigo meu de longa data acompanhava sempre o "Nome do Empreendimento", ele também é dessa área de sustentabilidade, mas ele estava morando fora do país, e aconteceu dele voltar para Chapecó e veio mais para próximo, conversando e tudo, acabou se tornando sócio. E a gente está conseguindo montar remotamente uma equipe de desenvolvimento de aplicativo. Então é uma coisa nova que a gente tá fazendo, agora a gente tem interno, até então a gente nunca teve o desenvolvimento interno. Está sendo muito legal porque a gente está conseguindo acelerar, por exemplo, o desenvolvimento de uma versão nova que vai corrigir muitos problemas que hoje a gente já tem nesse aplicativo. Além da gente estar hoje sem suporte, ele já tem vários problemas técnicos que vêm de um tempo. Às vezes o aplicativo fecha, às vezes o cara quer fazer um pedal e não consegue calcular, aí no celular do fulano ele funciona, mas no celular do ciclano ele dá algum travamento. Então nossa, tá bem complicado lidar com essa parte da tecnologia. Agora só mesmo esse aplicativo novo que vai conseguir resolver vários detalhes. A gente está com a previsão de lançar ele daqui dois meses, já está com um protótipo feito e o desenvolvedor trabalhando agora na parte de código do aplicativo mesmo. Mas de longe assim, esse é o maior desafio para nós. A gente está trabalhando, mas não foi lançado ainda. Então tem muita coisa para acontecer, e é um desafio. E claro, como na pergunta anterior que fazia parte do auxílio de atores locais, por a gente estar hoje no Parque Tecnológico aqui de Chapecó a gente também conseguiu entender melhor como que funciona esse nicho, essa área de tecnologia, porque nunca tinha trabalho com isso, nunca tinha feito, então a gente consegue entender melhor para pode colocar em prática agora. Então esses são os nossos dois maiores desafios, eu acho.

(01:22:58) - Jéssica - Eu não sei se a "Empreendedora 1" está nos ouvindo, mas assim que ela retornar depois eu faço as duas perguntas. E para finalizar, a última pergunta é pensando um pouco nesse contexto, então até para contextualizar os ambientes de inovação eles vêm como um mecanismo para potencializar o desenvolvimento regional. Então um dos segmentos são essa parte, mas de impacto social, e pensando como os atores podem compartilhar conhecimento, compartilhar informações, gerar cooperação para que haja essas trocas, que a gente aprenda com o erro do outro, que as dificuldades que vocês tenham no dia a dia possam ser sanadas a partir da experiência do outro negócio mesmo sendo de um ramo diferente. Então ouvindo vocês hoje, já traz uma série de fontes de informação, de pessoas, de indicações que podem haver essa cooperação. Então vou compartilhar aqui a nossa última pergunta, que seria sobre quais informações vocês julgam necessárias no ecossistema de inovação para potencializar o seu negócio? Então para que vocês possam pensar um pouquinho com esses outros espaços, como a universidade, outros atores, o próprio governo, poderia incentivar o que vocês vêm desenvolvendo, como pode haver essa parceria, essas trocas?

(01:24:30) - Empreendedor 3 - Eu hoje, assim, já participando de alguns auxílios que a gente tem ali na incubadora e tudo mais, eu acho que o que poderia fomentar mais ainda seria alguns editais para captação de recurso mesmo. Porque, querendo ou não, diversas empresas, essas que estão aqui presentes, estão gerando impacto sustentável, elas estão mudando a rotina delas. Porque é muito mais fácil [...] ter um mercado tradicional, colocar sacola de plástico lá que é mais barata, é mais fácil [...] ter uma loja normal e fazer promoção e queima de estoque. Mas não, eles optaram por fazer uma coisa diferente, que está gerando impacto para nós, no meio ambiente, no ecossistema, algo que todo mundo precisa. E eu acho que poderia ter alguns editais de captação de recursos. Eu sei que a FAPESC faz muito disso para diversos setores. Hoje é muito forte os editais para inovação, mas a gente tem buscado algumas oportunidades para área de sustentabilidade e tem dificuldade de encontrar. Então, eu acho que como existe esse auxílio, existem esses recursos que governo pode oferecer, eu acho que teria que organizar

um pouco mais para essas empresas focadas na sustentabilidade, principalmente porque tem se tornado nos últimos dois anos, não sei, muito mais forte isso de negócios de impacto. Até então não existia esse termo, agora já existe, então é uma categoria que está vindo forte, eu acho que poderia ter mais um edital de captação de recurso para esse nicho.

(01:26:07) - Jéssica - *E tem as suas características e necessidades específicas, então quando a gente olha de uma forma diferenciada também, no que tange aos recursos financeiros e demais questões para potencializar. Podemos seguir.*

(01:26:22) - Empreendedora 4 - *Eu concordo com Eduardo, eu acho que o município poderia potencializar o nosso negócio, enfim, de alguma forma. Eu não entendo, não sei como poderia fazer porque realmente eu sou muito nova nessa área. Então vocês que estão ligados a mais tempo nisso, mas, eu acredito que o município poderia nos ajudar de alguma forma a potencializar o nosso negócio local, para que a gente pudesse expandir ele, até para fora como “Empreendedor 3” está fazendo. Realmente é uma pergunta que eu preciso pensar como que poderia acontecer.*

(01:27:14) - Empreendedora 2 - *Então pessoal, também concordo com o que o Edu disse, hoje os editais que a gente vê é muito para projeto e não para empreendedores. Há algum tempo também eu tenho cuidado bastante disso, já com a intenção de inscrever projetos e tal, mas a gente vê que o que tem de editais é mais para reconhecimento. Então não se abre quase editais para recurso, a não ser para o projeto. E vejo que a gente poderia ter uma política pública melhor nesse sentido. E o bom seria se a gente conseguisse que as empresas entendessem que sustentabilidade não é investimentos, e sim trabalhar diferente na empresa, às vezes até com maior rentabilidade. Porque hoje a sustentabilidade ainda é vista como algo muito caro. Então se empresas também mudassem esse conceito... é que é algo o novo também, a gente vai ter que fazer esse trabalho de formiguinha. Mas também se as empresas nos apoiassem nesse sentido, também seria algo que dava para melhorar para nós.*

(01:28:36) - Jéssica - *E até mesmo para instigar um pouco vocês e saber se isso é algo que faz sentido para vocês, quando se pensa nesse movimento de diálogo, de promover eventos, oficinas, questões que possam potencializar esse trabalho aqui na região. A “Empreendedora 4” comentou que ela está indo para Curitiba fazer consultoria, daqui um tempo a “Empreendedora 4” pode ser a pessoa que dá consultoria aqui, que movimenta, uma questão de oficina voltada para essas questões mais administrativas. Acho que o Eduardo que comentou um pouco sobre não ter alguns conhecimentos sobre tecnologia, então lá no Parque ele consegue sanar essas demandas. Então, é justamente esse movimento, que com a tese eu quero impulsionar ainda mais pensando... apareceu a palavra curadoria aqui também, fazer uma curadoria de informação para que a gente potencialize quem quer desenvolver negócios sociais, para que a gente possa ter tantas questões práticas de palestra... tem um evento que o Social Good Brasil que ele trabalha com impacto social, com dados. Então de que forma a gente pode trazer essas coisas bacanas que acontecem em outros espaços, aqui para região de Chapecó. E eu vejo um movimento muito forte, muito educativo, e quando vocês falam, anotei até aqui, a questão de abandono, confiança, conscientização, o quanto a gente precisa ressignificar muito dessas questões. Eu vejo quando a gente fala no espaço da biblioteca, a gente sofre muito com essas questões de doação, porque as pessoas têm uma imagem equivocada daquele lugar, como um lugar de algo velho, que não presta, então eu vou descartar algo que não é mais útil. Então eu vejo o quanto a gente vai trabalhando diversos nichos, para que a gente possa levar informação para as pessoas, porque na Biblioteconomia,*

na Ciência da Informação, o que eu estudo é o meio que vocês utilizam para alcançar o objetivo final de vocês que é a informação, que acaba potencializando as pessoas a terem mais consciência, a repensarem suas questões. Então nossa, foi muito bom ouvir vocês, quanto isso vai gerando muitas ideias. “Empreendedora 1”, eu vou abrir aqui para ti, deixa eu contextualizar as duas questões. A gente fechou as últimas duas questões pensando em quais são as dificuldades que vocês sentem nesse processo, e sobre quais informações você sente a necessidade de ter a partir desse movimento de cooperação entre os atores, o que facilitaria o seu trabalho, contribuiria com os projetos, com as ações que você desenvolve.

(01:31:13) - Empreendedora 2 - *Aí, aí, difícil entrar e sair de caixinha aqui. Esse é o maior desafio gente, é fazer todas as coisas do negócio, conforme elas surgem, e precisar dar conta. Não dá conta, muitas vezes não dá conta. Tenho certeza que não estou dando conta de várias frentes, mas a grande dificuldade no desenvolvimento do negócio é entender quando contratar, e principalmente ter caixa para contratar. Hoje por exemplo, eu recebi um áudio da minha contadora, logo cedo, áudio da contadora que dizia o seguinte, eu pensei que eu deveria postar esse áudio: – “Empreendedora 1” estou aqui fazendo a tua contabilidade e eu percebi que eu preciso que tu tires mais nota fiscal, preciso que tu tires uns cinco mil de notas, porque as tuas despesas, as tuas compras não está fechando aqui, tá ruim, eu preciso de uns cinco mil em notas esse mês está ok, equilibra. Eu falei Dani, você está equivocada, eu estou tirando 100% das minhas vendas, se a coisa está ruim é porque realmente está ruim as vendas, pareceu que eu estou sonhando, não estou. Realmente o meu caixa está vermelho faz três meses, realmente as vendas não estão cobrindo as compras, realmente as vendas não estão cobrindo os investimentos, o custo fixo subiu, o aluguel subiu, a luz triplicou. Eu tive que sair do MEI, porque dei um passinho com novas revendas, mas que ainda não trazem lucro, vão trazer um dia. Mas isso mudou o imposto, isso mudou a gestão, isso me fez ter que contratar um contador, que enquanto era o MEI não precisava. Então vejam, esse é, sem dúvida, o maior desafio, o desafio da gestão e o desafio do longo prazo, porque a gente está aqui divulgando, comunicando, falando, prospectando, mas a venda exatamente não está acontecendo no mesmo ritmo e o caixa precisa girar. Hoje quando eu recebi essa mensagem fiquei até incomodada, porque parece: – Preciso que tu tires cinco mil de notas – Como assim? Não vou tirar cinco mil de notas, não faz sentido, não teve cinco mil de vendas a mais – Te vira com o caixa, vamos provar o estoque, porque está tudo no estoque. Então, esse é o grande desafio da gestão. A “Empreendedora 4” falou em algum momento que eu escutei, que ela também não... é da outra área, da educação, a gente tem essas limitações de não ser administradores, e não ser da área de gestão. Claro que seria muito bacana fazer uma formação, fazer uma pós nessa área, e buscar, mas tudo é custo. E quando a gente tem um pequeno negócio, custo financeiro e custo de tempo, porque o tempo que eu vou me dispor para isso eu preciso. Tá, pode ser que ajudaria, sem dívidas ajudaria, mas eu preciso, tem outras coisas mais urgentes, tem outras coisas para serem resolvidas. E o contratar funcionário, precisa ter alguém fazendo, porque sozinho não multiplica, chega um momento que as horas que você tem para gastar. Só que também encontrar o teu time da contratação, o time da pessoa, quem você vai colocar dentro de um negócio com tanto diferencial e como capacitá-lo para que ele caminhe nessa mesma vibe que a gente. Então não são tarefas simples, acho que esses são sem dúvidas as dificuldades do desenvolvimento do negócio. E na questão da inovação, de como potencializar... meu Deus, eu precisaria de mais tempo para raciocinar, mas eu acho que a grande demanda, talvez, seja na divulgação, esteja na divulgação. A gente está numa cidade com 210 mil habitantes, mais ou menos. E meu Deus, eu não tenho essa conta, mas eu acho que 10% das pessoas sabem que o “Nome do Empreendimento” existe, por exemplo. Que tem um negócio aqui. Porque todo dia eu recebo alguém: – Meu Deus, tu tens escova de bambu? Eu vi na internet. Eu penso, gente, eu tenho escova de bambu há quatro anos aqui, é a coisa que eu mais posto, é a coisa que eu*

mais divulgo. A gente já fez rede social, já fez evento, já fez feira, já fez rádio, já fez tv e ainda assim a gente não está na maior parte das pessoas. Então é o desafio da divulgação, da comunicação e da atração do cliente, eu acho que é onde eu mais precisaria de suporte, de fazer desenvolver, desenvolver essa frente eu diria. Acho que é isso.

(01:35:36) - Jéssica - *Gente ouvir vocês, é o primeiro grupo que eu estou fazendo, vou fazer outros grupos com outros atores. Mas, dentre todas essas atividades do dia a dia, que a gente tem que dar conta, eu preciso finalizar a tese também. Um dia eu me dei conta que o meu grande motivador para terminar seria ouvir vocês, então vocês foram o primeiro grupo. E eu estou muito feliz de ouvir, eu fico até emocionada de ver o quanto de alguma forma, eu vou poder contribuir com a tese, com essa discussão de levar para quem está fazendo, que a universidade, que é o governo, o que vocês precisam, porque, é um negócio que proporciona muitos impactos, tem papel educativo. A gente vê uma valorização das pessoas, os produtos locais, isso me toca muito. Acho que vem muito dos nossos propósitos individuais, eu até anotei o quanto impacta quando a gente tem as nossas ações individuais no coletivo e a gente precisa ressignificar muitas dessas questões. Então, ouvir vocês, levar essas ideias inovadoras de impacto, e que elas sejam divulgadas, que as pessoas conheçam. E vocês serão referência para muitas outras pessoas que vão chegar, e vão contribuir também. E a gente passou uns cinco, sete minutos dentro da uma hora e meia que eu tinha planejado, mas eu acho que conseguimos alcançar o objetivo. E só para finalizar, eu deixo um minutinho, dois para vocês se despedirem, para que enfim, que vocês, se quiserem deixar alguma mensagem, alguma informação final para a gente fechar esse debate. E sei que não para por aqui porque é só o primeiro momento de muitas outras coisas que vão acontecer. Eu quero conhecer vocês pessoalmente, quero conhecer os negócios de vocês. E com certeza eu vou convidar vocês para defesa, para tantas outras coisas que vem depois, porque é algo muito significativo.*

(01:37:39) - Empreendedora 1 - *Que legal Jéssica. Gratidão pelo convite, por me procurar, por procurar a "Nome do Empreendimento", por chegar até a gente. Então, é bem valioso saber que está chegando em pessoas que não é do meu círculo de amizade, porque uma coisa é um aluno da Lara... vou falar aqui, mas não sei se você conhece Jéssica, mas as outros conhecem. É muito diferente chegar um aluno da Lara aqui, querendo fazer a sua pesquisa e alguém que não é do meu vínculo. Porque é muito mais provável alguém da biologia vir aqui. Agora vir outros setores, outros segmentos interessados, querendo ouvir e contribuir, conhecer, só pelo fato de conhecer, de saber que você vir aqui, será mais uma pessoa conhecendo o negócio já valeu, já valeu fazer parte. Então, agradecer pela oportunidade e dizer que a gente está, eu e a "Nome do Empreendimento" estamos à disposição para contribuir sempre que tu precisares. E desculpa, por todos esses vai e vem, causei um atraso certamente e fiquei atrapalhando, mas é que foi necessário, só assim foi possível, obrigada.*

(01:38:44) - Empreendedora 4 - *Eu também quero agradecer muito a oportunidade de poder participar. Pelo visto, vocês já foram estudados por outras pessoas, eu sou, é a primeira vez estou sendo estudada. Então estou me sentindo muito especial, a minha mãe disse que um dia isso ia acontecer. Então, gente fiquei bem feliz, sabe Jéssica, o que você precisar, quando vier aqui para loja também, venha garimpar, traga seus desapegos, que eu sei que você tem... já está intimada. [risos]. Mas enfim, é muito legal, nossa faz tanto tempo que eu não participo de alguma pesquisa, quando a gente está na universidade, a gente está sempre naquele ritmo, fazendo projetos e tal. Então, é muito legal ser a pesquisada, estar do outro lado é muito legal. Enfim, o que a gente tiver, estamos à disposição da pesquisa e tudo mais. E quando puder aparecer por aqui, vai ser muito bem-vinda.*

(01:39:35) - Empreendedora 2 - *Eu também então, agradecer imensamente Jéssica. E quero ler aqui pra vocês, a Jéssica mandou e-mail deve ter mandado para vocês também, colocou a data, tudo, ela diz: – Estou muito feliz com sua participação representando a "Nome do Empreendimento", reconhecida na região de Chapecó por sua contribuição social. Gente eu li isso para o meu esposo e disse: – Eu ganhei o ano. Então, emociona bastante, porque a gente vê que, como a “Empreendedora 1” disse, o dia teria que ter mais 24 horas, a gente faz mil coisas ao mesmo tempo, e graças aos amigos e, geralmente, são os mesmos, os mesmos grupos, Edu e “Empreendedora 1”, eu com a “Empreendedora 4” nem tanto, mas...*

(01:40:23) - Empreendedora 4 - *Mas eu vou aí, eu vou aí te conhecer.*

(01:40:25) - Empreendedora 2 - *Venha! Mas os outros é sempre os mesmos e a gente se ajudando, então graças a isso, que a gente não vence, não tem braço para tudo. Como eu disse no início, não é nós, é parcerias, é as amizades, é por isso que as coisas acontecem. Mas estou muito feliz pelo convite. Gratidão também. Gratidão a todos que nos ajudam no dia a dia, e aos parceiros, vocês são incríveis, adoro vocês, já disse isso e continuo falando.*

(01:40:56) - Empreendedor 3 - *Eu ia dizer o mesmo também, nossa, fico feliz de poder compartilhar espaço com todos que estão aí. Muito legal mesmo. A gente vive se encontrando nas coletas. E que nem a “Empreendedora 2” falou, é legal esse reconhecimento, porque às vezes é um trabalho que é um pouco invisível. A “Empreendedora 2” estava falando das roupas. É tão bonito, recebe as roupas, compartilha com a comunidade e tal, mas as pessoas não veem que elas passaram três horas, em duas pessoas para organizar as roupas em um trabalho totalmente voluntário, porque não traz receita para empresa. Então é, às vezes, um trabalho invisível, a gente está sempre se dedicando. Então, é um orgulho imenso estar com vocês aqui, compartilhando isso, e agradeço demais o convite. Estamos sempre à disposição quando precisar, quando quiser visitar também, a gente, recentemente organizou o escritório lá no Parque Tecnológico, então, estamos sempre por lá é só chegar.*

(01:41:50) - Empreendedora 2 - *Uma hora eu vou aí, “Nome”.*

(01:41:51) - Empreendedor 3 - *É isso aí.*

(01:41:55) - Jéssica - *E é incrível como a gente vai se contagiando, então nesse movimento de retomar a tese, de entrar em contato com vocês. E um grande impacto que eu tive quando eu cheguei em Lages, que eu conheci a realidade, a gente foi visitar uma cooperativa de catadores de lixo, e eu fiquei muito impactada, aquele acho que foi um dia que mudou minha vida e a partir do que eu vi lá, eu mudei muitas ações e eu não conseguiria fazer diferente em vários aspectos. E não só... nisso que a “Empreendedora 1” traz, de conversar com outros grupos, e quando surgiu a oportunidade de vir para Chapecó, eu não sei, eu senti uma alegria muito grande, eu tinha muita certeza que eu deveria vir para cá, eu morava em Florianópolis. E quando eu cheguei aqui, eu sabia que eu tinha um grande propósito aqui, que era conhecer pessoas e projetos incríveis, porque em Floripa pelo desenvolvimento do ecossistema, a presença das Universidades, muitas coisas já foram feitas. E eu sentia que, às vezes, eu vivia numa bolha dentro da Universidade, onde eu falava com pessoas que entendiam e que concordavam comigo, eu queria conversar com outras pessoas. Então, estar aqui dialogando com vocês que são de outras áreas, e conversar com o dono do prédio para a gente mudar o sistema aqui, acho que são coisas, ações, que a gente vai um incentivando o outro, e mudando essa realidade. Então, eu já tenho roupas separadas, eu só não consegui ainda achar um dia, que é segunda ou quarta para ir até a "Nome do Empreendimento", mas eu já tenho as sacolas*

prontas a umas duas semanas, porque eu preciso ir, estou com o aplicativo. E o quanto a gente vai conversando e levando isso para outras pessoas. Então eu acho que a ideia da pesquisa, de estar aqui conversando com vocês é isso, é que a gente possa chegar até outras pessoas e que isso seja significativo para elas também. Então, acho que muitos problemas que vocês estão enfrentando a longo prazo, que acaba sendo uma demanda, que a gente possa conscientizar as pessoas, que elas possam se perceber nesses projetos também, porque é algo muito grandioso. Então, obrigada, gratidão por vocês disponibilizarem do tempo, eu sei que é uma correria, após feriado também, mas, tenho certeza que de alguma forma vocês terão um retorno, um reconhecimento a partir da pesquisa também. E fico à disposição, e logo mais eu entro em contato com vocês para conhecer e poder trocar essa ideia no informal também. Gostei muito quando a Mariana trouxe da formação, mas a partir de uma forma informal, que seja algo com outro movimento, então tem tudo a ver com o que vocês fazem, mais uma vez gratidão.

(01:44:38) - Empreendedora 2 - *Nós que agradecemos.*

(01:44:41) - Empreendedor 3 - *A gente que agradece, valeu mesmo.*

(01:44:43) - Empreendedora 1 - *Até mais.*

(01:44:45) - Jéssica - *Bom restinho de semana e até logo.*

(01:44:46) - Empreendedora 1 - *Para vocês também.*

(01:44:48) - Empreendedora 4 - *Obrigada vocês, tchau.*

(01:44:49) - Empreendedor 3 - *Até mais pessoal, tchau.*

APÊNDICE F – GRUPO FOCAL 2

(00:00:03) - Jéssica - *Bom dia, quero desejar as boas-vindas a cada um de vocês que representam o empreendimento que gera impacto aqui na região de Chapecó. É uma alegria poder estar aqui dialogando com vocês, e podendo conhecer um pouco da história e do que move os empreendimentos que vocês estão à frente.*

Então, eu sou Jéssica Bedin, sou natural de Capinzal, Santa Catarina. É uma cidade do meio-oeste catarinense. Então, faz parte do oeste de Santa Catarina. Eu sou bibliotecária formada pela Universidade Federal de Santa Catarina. E foi a partir da minha formação em Biblioteconomia que me instigou a construção de um perfil que visualiza a informação como insumo de serviço da liberdade e da autonomia, e que precisa estar à disposição da sociedade para promover desenvolvimento, seja ele individual ou coletivo, em diversos segmentos na área da educação, do social, do político e do econômico também.

Com isso, eu segui alguns estudos relacionados no campo da pesquisa, então tenho mestrado em Ciência da Informação e eu me encontro em doutoramento na mesma área, no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação também pela UFSC, e eu venho desenvolvendo uma pesquisa que é intitulada: Elementos fundamentais para curadoria digital na gestão da informação em negócios de impacto no ecossistema de inovação de Chapecó, aqui na região de Chapecó. Mas fiquem tranquilos com esses termos técnicos.

Então, no meu primeiro ano de doutorado, eu tive a oportunidade de conhecer o Parque Científico e Tecnológico da região de Lages, em parceria com um projeto da UFSC, que buscava desenvolver os negócios sociais naquela região. E esse contato, essa aproximação, fez com que eu conhecesse essa vertente dos negócios sociais e eu me encantei com a ideia de trabalhar com propósito e com impacto. E talvez, essa experiência tenha me conectado com algo que faz parte de mim que estava adormecido naquele momento. Então, fiquei muito encantada e, de alguma forma, eu gostaria de dar esse retorno para sociedade. Que a gente não fique preso na universidade com pesquisas que não possam gerar, de alguma forma, esse conhecimento local também. Que a gente possa mover essas questões em nível regional também. Então, em 2018, com a minha vinda a Chapecó para assumir a coordenação do curso de Biblioteconomia, aqui da Unochapecó, eu ganhei um presente, que foi a possibilidade de desenvolver a minha pesquisa aqui na região, e assim conhecer algumas atuações da universidade e de tantos outros profissionais que se preocupam com coletivo, e de que podemos melhorar a sociedade de alguma forma com as nossas ações. Então, ao trabalhar com a temática dos negócios sociais, eu aprendi que as pessoas que trabalham com essa modalidade de negócio, elas têm potencial de agir como agentes de mudança para os problemas da sociedade. E, ao mesmo tempo, elas têm habilidades para garantir a sustentabilidade financeira desse negócio.

Assim, eu entendo que o surgimento dos negócios sociais, ele tem sido uma resposta para problemas provocados pelo capitalismo desenfreado, e pode ser considerada como uma filosofia, uma nova forma de pensar ou de influenciar os negócios que são desenvolvidos. Então, na minha pesquisa, eu trabalho com a quádrupla hélice, que vai abranger as universidades, o governo, os empreendedores e a sociedade civil organizada, direcionada para o segmento de negócios sociais que geram impactos. Então, têm diversas outras áreas que elas conseguem se desenvolver por si, como a área da tecnologia, do agronegócio, por exemplo. Mas, ao meu ver, os negócios sociais, eles precisam ser impulsionados de alguma forma. A gente precisa direcionar mais informação, movimentar essa área para que a gente possa

potencializar esses negócios. Então, o meu questionamento em frente a este cenário é: **como apoiar o desenvolvimento dos negócios de impacto por meio da interação e a disseminação de informações entre esses atores de um ecossistema de inovação?** Então, desse modo, com a pesquisa, eu busco representar o processo de curadoria digital para que a gente possa fazer a gestão e o compartilhamento de informações sobre os negócios sociais no ecossistema de inovação de Chapecó. Então, em resumo, o que eu pretendo é facilitar o acesso, a troca, para dar visibilidade, e que haja cooperação entre esses atores, entre universidade e governo, empreendedores, ecossistemas de inovação, para promover o desenvolvimento desse segmento desses negócios.

Então, agora que vocês sabem um pouco mais sobre mim, sobre a pesquisa, eu gostaria de sugerir uma rodada de apresentação. Então, por gentileza, em dois minutos mais ou menos, vocês podem compartilhar o nome, de onde vocês vêm, se vocês têm alguma formação, e qual foi o sentimento que vocês tiveram ao receber o convite para fazer parte da pesquisa? E eu aproveito também para apresentar Priscila Sena, minha parceira de pesquisa de longa data que estará me auxiliando com os registros do encontro de hoje. E assim na sequência vocês podem passar a voz para cada um que faz parte do nosso grupo.

(00:02:44) - Empreendedor 5.2 - Então, a gente pode começar, já que ninguém se apresentou... Eu sou o “Nome”.

(00:02:53) - Empreendedora 5.1 - Eu sou “Nome”.

(00:02:54) - Empreendedor 5.2 - A gente... faz dois anos que a gente está trabalhando com agricultura. A gente começou meio que de intrometido. A gente não tem formação nenhuma na área, mas a gente vem estudando bastante. Isso que você falou aí, em relação ao apoio com os pequenos, realmente a gente está vendo que isso está diminuindo cada vez mais. A gente acha muito importante a relação, essa relação que nem a gente faz entrega para os nossos clientes... E a venda...

(00:03:32) - Empreendedora 5.1 - Uma relação direta que a gente consegue fazer com eles e é algo muito diferente das grandes empresas que estão produzindo e não tem esse contato de gente com gente.

(00:03:48) - Empreendedor 5.2 - E essa questão do apoio, a “Empreendedora 8” é uma que pode falar muito melhor que a gente. Ela entende muito mais, está nessa área já há muito tempo. A gente está engatinhando só, a gente não entende muito, mas acredito que é a “empreendedora 8” que vai conseguir falar mais sobre isso, entende mais. E a gente acha muito importante, esse teu projeto, o que você está buscando aí também. A gente gostou da tua iniciativa, estamos aqui participando, porque a gente gostou. Espero que consiga concluir e que dê tudo certo. E acho que é isso. O nosso intuito aqui... a gente é “pequenininho”, mas, a gente quer... a nossa intenção é produzir e levar para os clientes, assim, o que a gente puder da nossa produção e com qualidade. Como a gente leva lá na feira, a gente sempre leva nossas coisas bem limpinhas, a gente tenta levar as coisas sem folhas feias nas nossas hortaliças, tudo bem limpinho, caprichado, a gente não usa agrotóxicos. Então, a gente quer levar um produto de qualidade para as pessoas, assim como a gente quer também produtos de qualidade para a gente estar se alimentando, a gente quer levar também. E a feirinha, a gente... Eu, particularmente, estou gostando bastante, porque todos que estão envolvidos na feirinha ali, é

só gente boa, eu falo para a “Empreendedora 5.1”. Eu gostei de todos da feirinha, só tem gente boa envolvida e a produção de cada um, eu vejo que é muito legal, na verdade, essa iniciativa da Feirinha. No início, assim, eu confesso que eu fiquei “meio assim” com a questão da Feirinha e tal. Mas depois que eu comecei a entender o intuito do “Nome” também, que ele começou com essa ideia, eu achei muito legal, porque o jeito que está o sistema hoje de alimentação, eu vejo que faz diferença ter uma feirinha, assim, com produtos... Que nem eu venho falando para a “Empreendedora 5.1”, como é legal a gente poder ir para Feirinha e comprar maioria das coisas lá e não precisar a gente ir para o mercado, sabe? A gente vem... Agora toda semana a gente vai, faz nossas compras lá, a maioria das coisas compra lá, entende? E isso é muito legal, porque a gente não compra das grandes empresas e compra dos pequenos aqui da agricultura familiar. E isso é muito bom, a gente não estava fazendo isso. E a partir da Feirinha, a gente começou fazer e é muito importante, a gente acha.

(00:06:29) - Jéssica - *“Empreendedor 5.2” e “Empreendedora 5.1”, vocês antes de trabalhar com a agricultura familiar com o que vocês trabalhavam antes?*

(00:06:39) - Empreendedor 5.2 - *Então, eu fui chapeador por... trabalhava com funilaria de carro, trabalhei por sete, oito anos. E daí, eu tinha a chácara aqui e eu comecei fazer, na época, uma sede para eu alugar para fazer eventos. E daí, acabei casando com a “Empreendedora 5.1”, a gente foi mudando os planos e tal. Começamos ver essa questão da alimentação, como a nossa alimentação está a maioria cheia de agrotóxico e envenenada, vamos falar assim. Porque hoje em dia é difícil alimento que não tenha um pouco de agrotóxico. Então, a gente começou a enxergar isso, aí uma coisa vai ligando a outra. A gente foi se interessando pela questão de plantar. Eu vi na época que a gente tinha terra aqui e a terra era improdutiva, não produzia nada. Daí, foi vendo, uma coisa puxa outra e a gente foi se interessando cada vez mais pelo assunto, até que a gente decidiu começar a plantar e mudar os planos para esse rumo da agroecologia, dos orgânicos. Que a gente começou com a ideia de querer perguntar para nós...*

(00:07:47) - Empreendedora 5.1 - *E pela qualidade de vida, principalmente, sair um pouco também dessa loucura da cidade que é trânsito, é estresse. É essa loucura toda. Então, às vezes não adianta a gente ter dinheiro sabendo que a gente vai gastar com gasolina, com comida e tudo mais. E eu também, por exemplo, trabalhava na cidade, trabalhei cinco anos lá na empresa onde eu trabalhava. E eu não sabia de onde vinha a minha comida, eu não sabia o que eu estava comendo, sabe? E isso era uma coisa que pesava muito, a gente não saber da onde tá vindo o nosso alimento, e o veneno, sabe? E aí, essas coisas foram pesando.*

(00:08:34) - Empreendedor 5.2 - *E tem uma questão... a comida da gente tem uma questão energética relacionada também, que a gente come para manter a nossa energia. E daí, como é manipulado tudo isso? E até chegar a gente, o processo que tem industrialização e tal. O alimento é uma coisa tão essencial. É a coisa principal. Então, ele tem que ser, não tem que ir, por exemplo, tem coisa que vem lá do Norte, de São Paulo, tantos lugares de longe. Essa questão da feirinha, as coisas mais próximas, que nem tem o “Empreendedor 7” que tem uma pegada legal que ele faz as coisas... o pão e coisas com farinha orgânica. Ele está tentando ter uma essa pegada orgânica e isso é legal. Eu vejo que a gente tem que valorizar muito o alimento. As pessoas, elas não percebem a importância que tem o alimento da gente. É uma coisa, assim, que fica... tem uma questão muito visual no alimento. E a gente não tem que ver isso, a gente tem que ver a qualidade dele, como foi produzido. Se foi usado veneno ou não. Teria muito assunto para eu falar em relação a isso....*

(00:09:54) - Jéssica - *Então, logo tem outras perguntas para vocês. E aí, a gente vai se vinculando também a essas questões.*

(00:10:03) - Empreendedor 5.2 - *É... Eu também não vou falar muito, senão só eu vou falar. [risos].*

(00:10:07) - Jéssica - *Vamos ver se mais alguém quer puxar a fila para se apresentar.*

(00:10:26) - Empreendedor 6.2 - *A gente tem uma experiência grande já com feira. Até o “Nome” brinca que eu tenho 40 anos de feira já. [risos] E não tem nem 40 de idade ainda. Brincadeira... Eu venho de uma família onde o meu pai foi sempre... Eu sou o “Nome”. Então, a minha esposa “Empreendedora 6.1”, faz 16 anos que a gente está casado. E a gente esteve em realidades bem diferentes. E eu sempre fui agricultor familiar a minha vida inteira e ela sempre foi a urbana, sempre morou na cidade. Ela trabalhava em corporações na parte de psicologia, na parte comportamental e organizacional. E eu sempre agricultor. E aí, a gente passou por tudo. A gente passou por sistema de integração com aves na época da Chapecó. Depois foi para Sadia, suinocultura também. A gente tinha tudo de integração. E a gente acabava ficando muito atrelado a essa parte de integração mesmo. E aí surgiu uma vez, a uns 20 anos atrás, um problema com a Chapecó Avícola, acho que todo mundo deve lembrar. Ela faliu e a gente era integrado desse sistema. E a gente acabou, por bem, e também por incentivo do pai que também é muito conhecido da “Empreendedora 8”, a gente colocar um empreendimento familiar. E aí, com os meus irmãos, a gente era em quatro mais o pai. A gente resolveu desenvolver um projeto de abatedouro de suínos. E aí, nessa brincadeira a gente trabalhou, eu trabalhei 20 anos. E aí, agora como passar do tempo, as famílias começam a ficar maiores. Eu comecei a ter minha família, meus irmãos também. E aí, começou a se pensar em cada um trilhar o seu caminho também. E a gente está começando aí. Faz uns dois anos que a gente começou com a ideia, mas agora, efetivamente faz uns três meses, a partir da Feirinha da Uno mesmo que a gente assumiu a nossa fábrica, que é uma fábrica de geleias, geleias sem conservantes. E aí para agregar o tempo que sobrava, a gente também, através da vigilância, a gente autorizou para fazer panificados também, a parte de panificados, bolos, bolachas, pães, toda a linha de panificados porque, digamos a parte de geleias são produtos bem sazonais, bem de época. E a gente tinha esse tempo ocioso, então a gente acabou fazendo para agregar e dar sustentabilidade ao empreendimento, porque senão só a geleia não seria suficiente. Então, a gente tem um bom tempo de feira, a gente entende essa necessidade que o “Empreendedor 5.2” falou ali, de que se fomentar o comércio local. A gente brinca até com o “Empreendedor 5.2”, com a própria “Empreendedora 8”, que no final da feira quando sobra o produto a gente faz o escambo, um dá um pé de alface para o outro, o outro dá um pedaço de bolo, um pão e assim vai. E eu acho que esse tipo de moeda se perdeu com o passar do tempo, e é uma coisa tão gratificante porque assim não envolve nada monetário e envolve sim é o carinho e afinho de quem está fazendo aquilo, como “Empreendedor 5.2” falou, você saber da onde vem, você saber que mão manipulou, que mão cultivou, como foi feito, de que maneira isso foi feito. Então, digamos a feira veio ao encontro disso, de fomentar não só entre os colegas, como é o caso que eu comentei, mas entre cliente e...*

(00:14:10) - Empreendedora 6.1 - *...quem está produzindo.*

(00:14:11) - Empreendedor 6.2 - *...o vendedor também, que é a parte da feira mais importante é isso, a pessoa gosta de ver o cliente e saber com propriedade como foi feito, o que que tem*

ali dentro o que ele vai encontrar naquilo que ele tá levando para casa. Então, digamos, essa relação cliente-feirante, ela é muito, muito interessante e eu julgo que uma das mais importantes dessa comercialização.

(00:14:40) - Empreendedora 6.1 - *Então, a gente mora aqui na linha aqui na linha “nome”, nós temos a nossa fábrica aqui. Você pediu a questão da formação, o “Empreendedor 6.2” é Técnico em Alimentos, o que nos ajuda um pouquinho no desenvolver desses novos produtos. Nós também estamos engatinhando ainda, então tudo é um aprendizado. A minha formação é em psicologia, então eu trabalhei desde a época acadêmica em organizações na área de psicologia. Mas até usando o gancho da “Empreendedora 5.1”, ela falou assim, que a gente começa a repensar algumas coisas, em qualidade de vida, repensar os objetivos da vida da gente, da família, dos filhos, e como a gente tem essa estrutura aqui e a gente já vinha pensando em trabalhar para nós mesmo a gente resolveu, claro com toda a experiência que o “Empreendedor 6.2” tem, e um pouco na minha experiência também, em termos de divulgar, de fazer marketing, de ideias, de criações de produtos, enfim. E a gente tá feliz, tá bem feliz com o projeto principalmente da Uno ali, que tá dando muito apoio para nós, o pessoal ali é muito bacana, todo mundo se apoia, se ajuda e é muito legal. E a questão de participar do teu projeto, de participar desse convite que você nos fez, eu acho que é bem isso que a gente está comentando, de dar visibilidade mesmo, de mostrar que a gente está ali, de mostrar que é possível, que é possível recomeçar, que é possível buscar uma coisa diferente, que é possível ser feliz. E a Agricultura Familiar tem isso. A gente tá junto, tá batalhando, tem os mesmos objetivos, tem as dificuldades como qualquer pequeno produtor vai ter, mas a gente quer justamente isso, que apareça, que a gente possa realmente fazer história, fortalecer ainda mais. Acho que isso tá voltando, as pessoas estão deixando um pouco a questão do comércio mais industrializado, para as coisas mais naturais, para qualidade de vida e de saúde mesmo. Então, a gente tá nessa pegada, e acho que isso tá bem bacana.*

(00:16:49) - Empreendedor 6.2 - *E acho que o que vem ao encontro ao teu projeto também, em relação ao que o “Empreendedor 5.2” também salientou, a questão não só da visibilidade, mas de buscar sim esse incentivo maior, principalmente no meio público. Digamos assim, hoje se dá muito interesse aos grandes produtores, se dá muito interesse as produções de grande escala, e o pequeno acaba meio que de lado. E muitas vezes as pessoas não se dão conta de que a maior parte da alimentação básica mesmo ela vem da Agricultura Familiar, se não fosse o pequeno agricultor familiar trabalhando o alimento, com certeza, seria muito mais escasso do que já está sendo. E a gente também valoriza isso desse projeto que são projetos que vêm ao encontro disso, de dar mais visibilidade, e em busca do reconhecimento público.*

(00:17:40) - Jéssica - *E quanto isso é importante para que outras pessoas possam ver isso como uma possibilidade. Então é muito bacana ouvir a história de vocês e que sirva para que outras pessoas possam também estar trabalhando nesse ramo. E agora, quem mais?*

(00:18:04) - Empreendedor 7 - *Vou deixar a “Empreendedora 8” para “a fecha” então. Eu me chamo “Nome”, eu sou, hoje na maior parte da ocupação do meu tempo, é como técnico Agrícola de uma Cooperativa de Crédito, chamado “Nome”, seu assessor da cooperativa. E junto com a família a gente tem uma propriedade rural lá no município de Arvoredo, na comunidade da “Nome”, é todo mundo alegre e feliz lá, principalmente quando dou umas cachaças, né? [risos] Mas assim, a gente tem uma propriedade lá de 3,4 hectares, desses 3,4 hectares a gente consegue trabalhar e produzir em 1,2 [hectares]. O restante da propriedade a gente está tentando transformar a mata ciliar em algo produtivo para que a família possa ter um pouco de retorno também. Nós tentamos, já por duas oportunidades, a certificação*

orgânica, e aí nós esbarramos na parte da mão de obra, de produzir a certificação, de produzir principalmente hortaliças e frutas que era o que a propriedade já vem produzindo, já vinha produzindo. E com a demanda aumentando demais da agroindústria dos panificados, a gente decidiu, de repente, levar essa certificação para dentro da agroindústria. Na verdade, já faz um tempinho que a gente estava pensando nessa ideia e agora, de fato, a gente vai pôr ela em prática. Nós pretendemos, senão até o final deste ano, pelo menos até a metade do ano que vem a gente ser certificado indústria de panificados com a produção orgânica. A propriedade já passou muita transformação, já foi, já teve até 18 hectares produzindo 500 mil pés de fumo, já teve parceria com suinocultura, já teve... produzir... nós chegamos 10 mil litros de leite por mês, e a gente percebeu que a viabilidade econômica, realmente a gente acordava 4 horas da matina ia dormir 11:30, meia-noite, e sempre o trabalho era bastante árduo, ainda mais que o nosso relevo... a gente sempre diz que é que nem a palma da mão só que de pé assim né, é bastante morro então é judiado para trabalhar com agricultura, digamos, de larga escala assim é bastante judiado. E quem trabalha lá na agroindústria hoje, quem produz, as mãos que produzem os panificados lá é a minha mãe, que é a “Nome”, é justamente esse por causa o nome da agroindústria é “Nome do Empreendimento”, justamente porque o nome da minha mãe é “Nome”. E tem a minha esposa que faz 90 dias que começou também a colaborar lá. Eu até comentei com o “Nome” esses dias que depois que a feirinha começou nós tivemos que dobrar o número de funcionários. Então tinha a mãe produzindo, de vez em quando com uma diarista, e hoje nós temos a mãe e mais a minha esposa. Então a feirinha possibilitou isso para nós também. E a gente fica muito feliz quando a gente é convidado para participar de um projeto desse, Jéssica, porque às vezes no meio onde a gente vive, a gente é tido... por se desafiar a fazer algo diferente, a gente ouve até umas piadinhas, umas um zombarção às vezes; - Ah, mas esses caras querem fazer diferente, querem fazer umas coisas que não tem nem pé nem cabeça; então quando a gente é convidado para participar, a gente se empolga e se entusiasma e a gente percebe que estamos no caminho correto. A gente vem de uma lida sindical familiar e cooperativista. Eu digo que, eu acho que deve ser 40 anos que o meu pai e meus avós foram sindicalistas e trabalhavam com cooperativas, então muito daquilo que veio sendo transformado, hoje consegue se pôr em prática, e a gente percebe que estamos no caminho. Mas é por aí, mais ou menos por aí, eu queria de novo reforçar que as mãos que lidam bastante lá na agroindústria, principalmente na agroindústria, hoje é a minha mãe e a minha esposa. O nosso produto é 100% artesanal. A gente gostaria de poder produzir 100% com insumos orgânicos, mas estamos criando um público consumidor devagarinho. O público consumidor dos panificados orgânicos é baixo, por enquanto, e a gente está criando ele aos poucos. Ele é um produto que não é tão barato, aos olhos dos consumidores. A gente vê diferença às vezes até de 60% no valor quanto, um pão por exemplo. Mas a gente tem um público que está buscando por isso e a gente tem espaço para todos. Eu acho que as mãos artesanais de cada um de nós que produz para a feirinha são diferenciadas de cada um, e cada um tem o seu público consumidor, e isso deixa a feirinha cada vez mais rica. E eu acho que essa relação que a gente tem entre os feirantes é uma relação divina, fantástica, porque ali todo mundo interage com todo mundo, e a gente não tem competição dentro da feira. Então essa parte é muito interessante, muito bacana, e os escambos que acontecem ali no meio, no começo, e no final da feira, isso aí faz com que a gente cada vez se engaje mais. Ontem nós até comentamos né “Empreendedor 6.2”, que eu acho que para o ano que vem, quando liberar, nós vamos levar o baralho para quando dar uma “folgada” ali no meio da feira, então nós vamos jogar uma caixinha. [risos] Eu estou brincando, mas é para nós se distrair também nos momentos ali.

(00:24:40) - Jéssica - *É uma das melhores partes, a interação com as pessoas que estão ali, é algo divertido também. E ouvindo vocês eu me sinto muito em casa porque também venho de família que trabalha com agricultura familiar e o meu avô foi que iniciou. Então ouvir vocês é como se eu estivesse em casa. Fico até emocionada de ver o quanto é significativo trabalhar com essa temática. E agora quero ouvir a “Empreendedora 8”, vamos ver se ela, sei que ela está com várias coisas hoje também pra encaminhar super importantes. Fiquei super feliz com as novidades ela me contou, e agora quero te conhecer um pouquinho mais “Empreendedora 8”, pode falar um pouquinho sobre você e o negócio de vocês.*

(00:25:25) - Empreendedora 8 - *Bom dia a todos e a todas, eu vou fazer uma parte da minha apresentação. Na verdade, eu sou formada em... nesse meio tempo, sou agricultora familiar, agroecologista, sempre fui de peito, defensora, e até meio briguenta, um pouquinho demais, na defesa disso tudo. Mas em torno de 10 anos, ainda sou coordenadora da APACO [Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense], e vim 10 anos de Seara para cá, defendendo essa proposta toda da produção orgânica, agricultura familiar, pequenas agroindústrias, essa parte toda. Então, nesse meio tempo tive muitas oportunidades, sou formado em Fitoterapia, Medicina Vibracional, e hoje dedico meu tempo... o meu tempo, eu falo às vezes que eu estou deixando um pouquinho... estou vivendo, ao mesmo tempo eu não sei às vezes quando é dia e noite, de tanta coisa que tem para resolver, fazer acontecer e tudo mais. Então, eu venho para APACO segunda, só para vocês entenderem, na segunda-feira eu estou aqui porque eu ainda respondo pela entidade, na terça-feira eu faço entrega de cesta em Seara. À tarde eu me dedico um pouco ao meu espaço, na quarta-feira de manhã eu faço entrega de cesta para Chapecó, cestas orgânicas dos nossos produtos. À tarde eu fico na APACO, à noite perto das 5:30 eu vou para a feirinha porque eu acho essa relação do produtor com o consumidor é interessante e eu sou uma pessoa que defende essa questão da feira em si. Na quinta, para APACO novamente, e na sexta eu me dedico um pouco no espaço ali da propriedade, porque na propriedade, eu até estou bem contente, estou feliz porque vamos ter sucessão familiar. E gostaria que até o Fábio estivesse participando hoje, mas enfim, ele tá entrando na proposta agora, entendendo a proposta, e esse lado da feira para mim foi muito importante porque eu consegui trazer ele para dentro. No sábado de manhã ainda faço feira em Seara. Consegui trazer ele para dentro para ver o quanto é importante essa parte da comercialização, não ficar só escondido na produção, mas ver o público, enxergar o público, vender, falar do produto e muita coisa mais. Assim, além da nossa propriedade que eu te falei antes o que era, que é Cheiros e Sabores, a gente tem uma marca também que é os Produtos São Paulo, são orgânicos. A nossa propriedade é certificada faz 20 anos, uma das primeiras certificações aqui da Rede Ecovida, foi o espaço que se dá em grupo, e foi na proposta de famílias que veio. Fomos nós, o seu Lindomar naquela época, e o Roncoski lá de Seara. Foram três propriedades que foram certificadas desde o começo e depois vieram outras. Então, eu sou natural de Seara, não fica muito longe de Chapecó, dá 32 km é perto do asfalto e eu falo assim que, muitos dizem: - Nossa, tu vens de Seara? Eu não acho comprido caminho, o caminho para mim é um momento também de contemplar, de saber que a gente tem muitas estradas na vida. E esse é um caminho que me fez entender, compreender, e também aceitar algumas coisas, que nem todo mundo pode fazer as coisas do jeito que a gente gostaria que fosse. Então, nesse tempo todo eu me formei, eu acho que foi algumas reflexões que a gente vai fazendo na vida, na questão quando fiz o curso de Fitoterapia. Mas era para entender um pouquinho esse outro lado da gente na produção, às vezes a gente esquece um pouquinho das ervas, da onde, sobre toda essa questão da saúde, da medicina alternativa e tudo mais. Acabei fazendo um curso de Medicina Vibracional que eu trabalho com argila, com pedras e tudo mais. E sempre eu olhei... sempre tive um olhar diferente em cima das Pedras, e depois concurso do “Nome” a gente começou a olhar as rochas, o potencial das rochas da nossa região e nesse tempo de pandemia também*

me fez refletir ainda mais, e me fez seguir o caminho do que realmente a gente quer. Então nós temos a produção orgânica, a nossa propriedade é toda certificada orgânica com avicultura, temos algumas coisas de frutas, algumas coisas de... o potencial também, de frutas, verduras, estamos... de alguma coisa de grãos a gente produz na própria propriedade, mas a gente está desenvolvendo também um projeto de desidratação e destilação de ervas medicinais. Então, a gente está aí partindo para um caminho onde que a gente vê que essa proposta aí e das ervas vai muito mais além do que um chá, de onde que a gente às vezes compra os produtos e a maioria são sintéticos, e sabendo que a gente tem na natureza... a natureza nos dá, ou se a gente tem o conhecimento de entender a prevenção da própria doença da gente, enfim. Nessa parte da coordenação da rede aqui da coordenação da APACO, eu também coordeno o núcleo oeste da agroecologia que é um sistema participativo de garantia, os SPGs, onde a gente certifica a maioria, eu digo a maioria, do pessoal da região. A gente faz toda essa parte de certificação de produção orgânica. Hoje nós temos, eu vou falar de Chapecó. Chapecó tem 11 certificados orgânicos que quem tá na proposta de certificação e está só esperando o selinho é a Empreendedora 5.1” e o “Empreendedor 5.2”, que para mim me surpreendeu muito, está me surpreendendo a proposta deles são neorurais. São gente que está voltando da cidade para o campo, com produção limpa, produção orgânica. E assim, isso nos move que ainda é possível a gente voltar para o campo. E só falando um pouquinho mais, ontem à noite nós estávamos em uma live com o “Nome” que é um cientista e ele fala muito das situações climáticas, do efeito estufa. E ele fala o seguinte: que para reverter isso daí vai ter que sair muita gente da cidade e ir para o campo produzir, senão estamos com os dias contados. Ele falou que os dias contados quer dizer que daqui 20, 30, 40 até 50 anos ele falou que a vida na Terra, se a gente não repensar a produção, a gente estaria num beco quase sem saída, porque é o efeito estufa, o calor, insumos e tudo mais. Ele coloca um pouquinho, e quando ele falou isso até me surpreendeu, que até eu não sabia, que para engordar um boi a gente precisa de 100 kg grãos, para gente ter os grãos... o boi come 100 kg entre pastos, essas coisas, por dia, e a gente para alimentar uma pessoa a gente precisaria 1 kg, 2 kg por dia entre pastos, grãos, proteínas essa parte toda, enfim. Na proposta da agroecologia a gente tem que avançar muito na nossa região aqui, enfim. Eu acho que é uma produção limpa a gente tem que repensar, temos que repensar, essa forma de produção na nossa da região, e a gente... o que me surpreende que ainda a gente sobrevive e consegue sobreviver, e aqui na nossa região, principalmente, a região oeste de Santa Catarina porque aqui também tem os grandes complexos agroindustriais. Não tenho nada contra. Sadia, Aurora, aí vem a JBS, vem o grande cooperativismo, não tenho nada contra isso. E tem uma outra parte dos pequenos que está surgindo, pequenas agroindústrias, o próprio “Empreendedor 6.2”, o próprio “Empreendedor 7”, mostrando que é possível a gente produzir em pequena escala, preservando com cuidado, com sucessão familiar, como mão de obra familiar, e muitas outras coisas mais. Então, não vou me alongar muito, que a gente precisaria de dois dias para ficar discutindo. [risos]

(00:35:39) - Jéssica - *E não contaria, né “Empreendedora 8”, a experiência, os assuntos, e quanto é importante, e me chamou muita atenção quando você diz que quando a gente tem conhecimento a gente consegue aproveitar os produtos que a gente tem por perto. Então, o quanto é importante a gente retomar com a comunidade, com as pessoas, a gente repensar tanto a forma de trabalho como também as questões de alimentação. E acho que com a pandemia isso tem se intensificado, esse pensar sobre o que queremos para a vida. E agora de forma bem pontual, vocês já trouxeram um pouco na fala de vocês, eu gostaria que vocês indicassem os benefícios que o negócio, que a produção de vocês gera aqui da região de Chapecó, para comunidade que consome esses produtos, quais seriam esses benefícios?*

(00:36:37) - Empreendedor 5.2 - *Então, a gente pode começar falando, porque assim... a gente começou pensando em produzir, como a gente falou antes, para nós o alimento, aí foi evoluindo a ideia, a gente pensou em produzir para os outros também. Para nossa família, nossos familiares e agora a gente tá conseguindo levar para feirinha, está levando diretamente para os clientes, a gente também trabalha com ervas medicinais, como a “Empreendedora 8”, que nem a gente fala: de que adianta a gente consumir um chá, uma erva, se ela não é produzida de forma orgânica. Você está tomando chá e, às vezes, tem química junto. E o alimento é a mesma coisa. E no início a gente até foi meio extremista sabe, essa questão orgânica, a gente até foi contra, a esse sistema que está implantado aí. Mas hoje a gente tenta não ser mais, a gente compreende que o mundo caminhou desse jeito, chegou nesse ponto e a gente tem que tentar fazer alguma coisa para ir mudando aos poucos. O extremismo não é legal. Então, a gente tá tentando fazer a nossa parte, que nem a “Empreendedora 8” falou que a gente é neorural, saiu da cidade e veio para o campo. E o que influenciou a gente foi ver essa questão de que a gente não tem contato nenhum com quem produz, com quem fez as coisas. Que nem a pegada do “Empreendedor 7”, do “Empreendedor 6.2” e da “Empreendedora 6.1”, eles produzem com carinho as coisas, os panificados, essas coisas assim, é muito legal isso. E eu vejo que tem muito mais qualidade no alimento que é produzido com carinho, que as pessoas fazem diretamente, você comprar diretamente da pessoa, quem fez. Que nem eles têm as agroindústrias deles, o capricho nas coisinhas deles, e isso não tem melhor qualidade, mesmo que eles não consigam produzir com todo o material de forma orgânica, porque do jeito que está as coisas hoje, no ponto que chegou, não tem como fazer.*

Que nem o “Empreendedor 7” comentou que é muito caro, as pessoas acham caro, até a gente acha, tem algumas coisas que a gente acha cara. A gente não consome toda a nossa alimentação não é orgânica, a gente continua comendo coisas que não são. Então, por isso que a gente também não pode ser muito extremista nesse ponto. Mas é importante a gente tentar ir mudando, mudar nas coisas e tentar buscar mais qualidade em tudo isso. E eu vejo que a feirinha está trazendo um pouco disso, para os alunos lá, para região ali da Unochapecó. E eu vejo assim, a “Empreendedora 6.1”, ela largou, por exemplo, o trabalho dela que ela podia estar ganhando muito mais talvez do que ela está fazendo. A Empreendedora 5.1” aqui também ela ganhava bem no trabalho dela, largou para mudar de rumo. O “Empreendedor 7” também, garanto que se quisesse fazer outras coisas para ganhar dinheiro, focar em ganhar dinheiro, faria também, ganharia dinheiro de outra forma. Então, nem tudo gira em torno do dinheiro só, é importante a gente sabe que é muito importante a gente conseguir sobreviver. O nosso primeiro ano aqui não foi muito fácil, as nossas entregas, não tinha tantas entregas e foi indo e tal. Mas é importante, só que a gente, que, nós que estamos morando aqui a gente não tem tanta despesa também, que a “Empreendedora 8” falou da questão das pessoas voltarem para roça, e eu acho muito legal isso. É muito importante, porque realmente do jeito que está o sistema implantado, da forma que as pessoas estão vivendo, tudo amontoado em cima um dos outros em apartamentos não é um sistema que funciona, não funciona, não tá funcionando, eu penso assim. E a qualidade de vida no campo é muito melhor, a gente tem bem mais liberdade. Então, são escolhas da gente que... a gente não escolheu o dinheiro, se for ver, a gente escolheu mudar, buscar mais uma qualidade de vida. E eu acho que todo mundo da feirinha também está pensando nisso.

(00:41:15) - Empreendedora 5.1 - *Em relação aos benefícios que você perguntou agora quais são os benefícios de estar produzindo, os benefícios eles são tanto para a gente que está produzido, quanto para quem vai receber esse alimento. Porque eu jamais imagino, por exemplo, trabalhando e passando veneno na minha própria comida. E se a gente parar para pensar eu vou dar uma alface ali para o meu filho que eu comprei no mercado, e se a gente*

pensar de forma consciente mesmo nisso a gente não dá. A gente pensa: - Opa, espera aí, eu vou dar veneno para o meu filho? Então, eu acho que a questão do benefício ela é tanto para quem vai comer aquilo, quanto para a gente que trabalha com isso, e tem principalmente qualidade de vida. Ontem eu estava falando com a “Empreendedora 6.1”, estava conversando com ela e dizendo, por exemplo, em dia de chuva, você tem que sair de manhã cedo e ir para o teu trabalho, pegar aquele trânsito louco, fazer as coisas naquela correria, de meio-dia tu tens que almoçar correndo. Eu sempre paro para pensar, nesses dias que eu estou aqui, eu posso ir ali na estufa, trabalhar o horário que eu quero. É claro que eu também tenho as minhas obrigações, como todo mundo tem, mas eu posso fazer isso no meu tempo. Se hoje eu não estou legal para fazer eu não vou, eu vou amanhã, eu vou de tarde. Então a gente tem isso, essa qualidade de vida mesmo.

(00:42:55) - Empreendedor 5.2 - *E uma coisa interessante também que a gente que gosta é que os nossos clientes, quando a gente recebe um feedback, um elogio dos nossos clientes...*

(00:43:06) - Empreendedora 5.1 - *É bem, é muito emocionante, sabe, porque a gente leva para o coração mesmo as coisas.*

(00:43:11) - Empreendedor 5.2 - *E na feira a gente tá recebendo isso também é bem legal, as pessoas vêm e dizem: - Ah, que legal! Que bonito! Tá caprichado! E isso é muito legal, que nem ali, os feirantes todo mundo é caprichado com as coisas, com os panificados, a “Empreendedora 8” também, a banca dela é toda orgânica. Até a gente está trazendo alguns produtos que a gente está vendendo... o “Nome” pediu para a gente trazer, que é do Chalé do Mel, que não são produtos orgânicos, a gente até gostaria de trazer tudo, os produtos orgânicos, mas não tem. Então, a gente está trazendo aqueles produtos do “Nome do Empreendimento”, apesar de não ser orgânico o trabalho dele lá, é bem legal, ele é muito caprichoso nas coisas dele. E são uns produtos que são bons, só que é uma pena não ser orgânico, mas vai fazer o quê, as coisas são assim. Mas essa... esse negócio das pessoas vim dizer para a gente que está legal, que é bom o produto. Que nem ontem... não, na outra feira, veio um cara e falou que estava muito bom a alface, que gostou muito da alface, e que está comprando toda feira da gente, a alface, e a gente fica muito feliz de saber o feedback dele.*

(00:44:28) - Empreendedora 5.1 - *Isso é muito bom porque acaba incentivando a gente, às vezes a gente, por exemplo, às vezes eu saía fazer entregas até sozinha, e aí eu chegava assim nas entregas morta de cansaço, e aí você chega assim, às vezes até um pouquinho mal humorada de tão cansada que você está, e aí logo em seguida, as pessoas vêm agradecendo e falando muita coisa boa. E aí a gente pensa: - Não, espera aí, eu não posso estar assim, eu tenho que estar para cima, porque eu estou fazendo um trabalho bom, eu estou fazendo um trabalho que está levando uma coisa boa. Só que é cansativa a vida no campo, as vezes a gente só posta as coisinhas bonitas, as fotos bonitinhas, mas é trabalho duro aqui.*

(00:45:14) - Empreendedor 5.2 - *É, dá serviço também morar na roça. [risos]*

(00:45:16) - Empreendedora 5.1 - *Dá! [risos]*

(00:45:19) - Empreendedor 5.2 - *Uma coisa que eu queria falar aqui também é que é um prazer estar trabalhando com o pessoal da feira, porque... só que nem eu falei, só gente boa. É um prazer estar trabalhando ao lado da “Empreendedora 8” que é uma pessoa que está há 20*

e poucos anos trabalhando com os orgânicos. O “Empreendedor 7” eu não tenho muito... eu não sei muito de como é o... o pouco que eu sei é que ele tem muita experiência também. O “Empreendedor 6.2” tem mais de 20 anos de feira. Então, é um prazer estar trabalhando na feira, a gente está gostando bastante, está muito legal a feirinha.

(00:45:51) - Empreendedora 5.1 - *Está aprendendo muito também. Eu lembro no primeiro dia da feira a gente quase não vendeu nada. Ai a “Empreendedora 8” falou bem assim para nós: - Não gente, vocês têm que colocar todos os produtos. E a gente estava colocando dois pés de alface, dois pés de radite, dois de beterraba... e ela falou: - Não vocês têm que pegar e encher essa mesa aqui, é desse jeito. [risos] E aí eu falei, olha só né, que bom. [risos]*

(00:46:18) - Empreendedor 5.2 - *A gente nunca tinha feito feira. Então, a “Empreendedora 8” veio e deu a dica certa para nós, faz assim, vocês estão fazendo errado. A gente está saindo das fraldas nisso aí, tem muito para aprender, e é muito bom a gente acaba participando da feira e aprendendo com essa gente que tem experiência.*

(00:46:35) - Jéssica - *E eu acho que alguém comentou aqui o quanto aprende com outro, o quanto... não tem um espírito de concorrência, até as trocas, tudo isso então mostra...*

(00:46:45) - Empreendedor 5.2 - *Pois isso é muito legal, a gente não quer ser concorrente, tanto que quando a gente começou na feira eu falei para a Empreendedora 5.1”: - Ó Empreendedora 5.1”, eu não quero ser concorrente de ninguém lá. A gente não gosta de estar concorrendo com as pessoas, a gente quer ser parceiro, a gente quer contribuir e cooperar com as pessoas.*

(00:47:02) - Empreendedora 5.1 - *Ainda mais quando as pessoas estão em busca pela mesma causa, porque todo mundo está ali pela agricultura familiar, todo mundo está por uma coisa boa. Então, ele não pode ser meu concorrente ele tem que ser meu aliado, para que a gente tenha mais e mais pessoas fazendo isso. A gente não pode pensar: - Ah, eu estou aqui no meu mundinho só eu tenho que vender o outro não tem que... ainda mais numa cidade grande como a nossa que a “Empreendedora 8” sempre fala, Chapecó tem mercado para todo mundo, não tem essa que só eu vou vender só o outro vai vender.*

(00:47:37) - Empreendedor 5.2 - *E como eu falei, a gente falou antes, a gente está por qualidade mesmo, a gente não está pelo dinheiro. Isso é importante também, todo mundo tem que ganhar o seu, mas...*

(00:47:46) - Empreendedora 5.1 - *É uma consequência, né.*

(00:47:50) - Jéssica - *Acho que o “Empreendedor 6.2” e a “Empreendedora 6.1” estão com o áudio ligado.*

(00:47:55) - Empreendedora 6.1 - *Acho que a Empreendedora 5.1” e o “Empreendedor 5.2” já falaram tudo. [risos] Acho que é só reforçar mesmo...*

(00:48:02) - Empreendedor 5.2 - *Eu costumo falar bastante mesmo. [risos] Sou muito falador. Desculpa se às vezes a gente fala alguma besteira, mas é... [risos]*

(00:48:10) - Empreendedora 6.1 - *Capaz, estamos em casa. Eu acho que é só reforçar isso mesmo que eles comentaram, que não é só pelo dinheiro e que sim, se fosse hoje, digamos assim*

especificamente falando de mim, se eu fosse ver a minha carreira, o tempo que eu tive de experiência, o tempo que eu trabalhei, racionalmente se colocar na balança, hoje o que a gente está vivendo e o que eu vivia, não tem comparação em termos financeiros. Mas até a gente trocou muito ontem de noite eu e a Empreendedora 5.1”, a gente terceirizava tudo, terceirizava a casa, terceirizava filhos, terceirizava comida, terceirizava as relações, enfim. Chegava em casa extremamente cansada, estressada...

(00:48:56) - Empreendedor 6.2 - Principalmente estressada. [risos]

(00:48:59) - Empreendedora 6.1 - Principalmente estressada. [risos] Xiu! [risos] Então assim, é claro que, como vocês falaram, a gente não pode esquecer que a gente tem o nosso sustento, tem as nossas despesas, da família, da casa, para nos manter, mas eu acho que vai além disso. Vai para buscar justamente essa questão da qualidade, essa questão da alegria de você ouvir esses retornos que são pequenos, são poucos, mas ontem eu contei até para minha mãe que chegou uma moça e disse bem assim para mim: - Vem aqui bem pertinho, vamos conversar só eu e você, e que a minha mãe não me escute, mas eu nunca comi um bolo tão gostoso que nem esse de chocolate. Então assim, eu lembro muito bem das primeiras vezes que eu fiz bolo na vida, das primeiras vezes que você está ali, preparando algo diferente, que você coloca teu carinho, que você coloca o teu amor, a gente pensa muito assim: se fosse eu que comprasse, se eu estivesse indo lá, como que eu gostaria de receber, como gostaria que esse produto estivesse sendo apresentado. Então, não é só uma venda de um produto, não é só uma comercialização que vai dar um retorno financeiro, vai além disso. É essa troca, essa relação com o outro, a relação do que a comida traz em si. Não é só questão de energia, como a gente diz, de gerar energia, mas vai além disso hoje o alimento. E é nisso que a gente tem que se fortalecer, e é nisso que a gente tem que pensar assim. Então, eu acho que os benefícios de hoje estar trabalhando é isso, é poder ver o retorno do teu trabalho, ver o que que ele está levando para as pessoas e o que está dando para a gente também. Tem desafios, muitos, como a Empreendedora 5.1” falou, muitos desafios, principalmente quando a gente trata de uma relação casal, família, e você está trabalhando no empreendimento junto tem que ter bastante maturidade, tem que ter uma organização, um planejamento legal para que as coisas não se misturem muito, porque não tem como não misturar, mas assim, tem que ter um certo limite. E a gente só tem a aprender a gente só vem a crescer com isso, todas as experiências eu acho que elas são assim... não tem nem como mensurar o aprendizado, o ganho que a gente tem com todo esse novo trabalho que a gente está, vamos chamar assim.

(00:51:34) - Empreendedor 6.2 - E acho que, a pergunta: - O que você sente que você está entregando? Eu brinquei ontem com os clientes e sempre faço essa tirada, antes de vendedor a gente é consumidor. A gente produz, a gente faz, a gente consome, se está legal, se é um negócio que ficou bom mesmo, se o alimento está bom, seja lá o que produza, o vegetal ou propriamente o elaborado, o produto acabado. Primeiro de tudo, você consome, você degusta, e aí depois você vende. Então, digamos assim, não é simplesmente vender um produto que você está vendendo, você está vendendo um produto que você experimentou e é de consumo da tua família, aquele produto você quer para tua família. Então, se você quer para sua família não vai ser produto ruim, então tem essa relação que o cliente também busca, esse contato direto com o vendedor. E é isso que a gente entrega, um produto da nossa família para a família de quem nos procura.

(00:52:40) - Jéssica - *Muito legal essa relação. Nossa, eu estou adorando ouvir vocês, e como uma fala vai complementando a outra... “Empreendedor 7”? “Empreendedora 8”?*

(00:52:51) - Empreendedor 7 - *É, o povo já complementou bastante, mas uma coisa que, por exemplo, vem me chamando muito a atenção assim é... a gente já fazia a feira no outro ano que teve, a gente fazia uma feira aqui em Arvoredo também e a gente faz parte de uma rota turística aqui de Arvoredo. E a gente recebe pessoas na nossa propriedade também para conhecer, para tomar um café, e tal... O quanto é gratificante, a gente enquanto ser humano, ouvir uma pessoa dizer que aquilo que você produziu fez bem para ela. O quanto é... a gente sempre, eu tenho um dizer que eu estou usando ultimamente, nos ciclos que a gente passa, que a gente deve pensar globalmente, mas agir localmente. E quando a gente consegue ver o brilho nos olhos das pessoas, uma criança que veio na feira comprar um produto e dizer: - Óh, eu vim comprar de novo porque eu gostei. E eu garanto que em tem isso em todas as bancas, e cada carinho que se põe, cada olhar, cada pitada de sal, não é “Empreendedora 6.1”? Que se põe ali, tem um carinho especial para produzir para as pessoas que a gente... é exatamente isso, não é aquilo que sobra para feira que vai para a nossa mesa, é aquilo que é produzido para feira também vai para nossa mesa, e antes de ir para a feira às vezes vai para nossa mesa. Nós somos os primeiros degustadores do nosso produto, e isso não tem um valor financeiro que retribua, porque realmente a gente está fazendo um papel gratificante e a remuneração financeira é uma consequência. Então, se a gente faz, eu acredito que faz o que faz, porque faz, pensando no objetivo do bem-estar das pessoas e de uma alimentação diferenciada, das cadeias curtas. Eu acho que o principal objetivo da feira é as cadeias curtas. O nosso alimento viaja 22 km, que é de casa até a feirinha. Nós temos alimentos aqui que viajou 2022 km para chegar aqui na nossa mesa. Então, os alimentos também às vezes são mais turistas do que nós. E quando a gente consegue ter essa proximidade com o alimento e com a produção, a gente se torna também, em parte, mais do local. E se você é o que você consome, você é “Empreendedora 8”, você é “Empreendedor 6.2”, você é Empreendedor 5.1”, você é todo mundo e consequentemente todo mundo é você também. Então é... eu em cada feira quando eu chego em casa, a gente senta e começa a refletir bastante sobre tudo aquilo que aconteceu na feirinha, e tudo aquilo que a gente ouviu na feirinha, o próprio consumidor, às vezes, que ajuda a moldar o teu produto ele dizer assim: - Eu gostaria que fosse assim, gostaria que fosse assado, gostaria de... E depois assim, você olhar para aquela pessoa que está na tua frente consumiu, que tá consumindo, que vai consumir o teu produto e dizer: - Não, isso aqui tem isso, isso e isso dentro, esse produto foi feito com isso, isso e isso. Eu também me enxergo como consumidor em primeiro lugar. Então, se tudo aquilo que eu consumo eu pudesse ouvir isso de quem produz com certeza energeticamente esse alimento faria muito melhor, a parte espiritual desse alimento seria muito melhor, por aí.*

(00:57:27) - Jéssica - *Nossa, e é muito isso quanto à relação com o alimento muda o que a gente vai consumir, e tem toda uma outra relação que acaba ressignificando o nosso dia a dia. E é muito bacana quando a gente pensa que a gente traz a cada um de vocês para dentro da casa, quando a gente passa, consome os produtos, então isso é muito bacana e faz a gente viver de uma outra forma. “Empreendedora 8”, está nos ouvindo?*

(00:58:00) - Empreendedora 8 - *Então, eu acho que vocês falaram bastante e eu acho que é por aí mesmo. E o meu sonho, assim sabe, na questão da feirinha, é que não tenha só a interação, integração dos alunos, isso é muito importante, os cursos trazer para dentro, os cursos e dizer que tem agricultura familiar na nossa região e que têm produção e que a gente pode fazer muito mais do que estaria ali fazendo. Quando eu falo em feira, o meu sonho também de ter umas mesas e ter umas rodas de conversas lá, com o pessoal falando da produção,*

falando da onde vem o produto. E eu acho que a gente... dá para perceber que a própria pessoa, o próprio consumidor, às vezes, não tem a informação necessária, do que que é um produto orgânico. Eu até fiquei triste, não aconteceu ali na feira, mas na minha feira, na feira que eu faço em Seara, o pessoal olhou o selo do orgânico e pediu: - Há, esse produto tem veneno. E eu falei: - Como assim? - Não, eles falaram para a gente que o que tem veneno tem que colocar o que está usando... eu falei: - Filha do céu. Eu na hora expliquei, e ao mesmo tempo eu sentei no lado e comecei a chorar, eu chorei aquele dia por que eu falei: - Aonde que nós estamos? Pensando em uma forma da produção limpa, e aí lá vai eu explicar. E eu uso muito de exemplo o pé de alface, um pé de alface produzido pela produção, e eu vou defender um pouquinho essa questão orgânica, no máximo, ou o máximo que está na mesa do produtor é em torno de 30 a 35 dias, tem as vezes que em 20, 25 dias está pronto. E o que que a gente usa? Zero, zero de químico, zero de tudo. Quando a gente vai para um mercado e a gente vê um pé de alface, e vamos supor que faça todo trajeto, tem às vezes que a gente tem produtor aqui na região, e que eles usam químicos junto, desde a produção, que tem desde a... desde para ele vir até um pé mais bonito, desde ter ureia, desde ter inseticida, e tudo mais, não tem nenhum veneno ou remédios, como eles dizem, que tenham mais do que 25 dias de carência. Então, você imagina o que você está comendo, você tá usando. E quando você vai falar para algumas pessoas isso daí, as pessoas algumas vezes, algumas respostas vêm, morrer, um dia a gente tem que morrer... então se a gente morrer envenenado ou não. Então, eu acredito que às vezes a gente teria que sentar com essas pessoas e começar a conversar um pouquinho sobre a questão da alimentação e do que está se alimentando. Quando que a gente vai olhar o produto em questão dos benefícios, também, da saúde... exemplo, entre comprar uma comida para encher a barriga e entre você comer em relação da forma de nutrientes que têm naquela comida. O que que é que um pé de alface tem? O que é a composição em um pé de alface? 70%, 80, 90? “Empreendedor 7”, me ajuda eu acho que 87% é água, tem água lá dentro.

(01:02:26) - Empreendedor 7 - 83.

(01:02:27) - Empreendedora 8 - 83% é água, então se você vai molhar um pé de alface e vai pensar numa forma de produção com agrotóxico, eu jamais iria colocar na mesa do meu filho e obrigar o meu filho a comer. Então, eu acho que a questão da informação, conscientização, a gente está longe. Entre você estar em um espaço de universidade e você colocar os produtos que estão ali da agricultura familiar, economia solidária, daí eu não só entro na questão orgânica, porque às vezes é que nem o “Empreendedor 7” falou, os produtos orgânicos derivados, por exemplo, desde o óleo, desde a farinha para chegar ao nosso espaço, ele chega um pouco caro. Mas a gente poderia, dentro das próprias universidades, incentivar essa produção, em alguns cursos incentivar essa produção, mas nós não temos o milho aqui na região, nós não temos soja, nós não temos trigo. Então não temos formas de produção onde a gente poderia ter aqui na nossa região para fazer essa produção, os produtos secundários. Alguma coisa pode vir até de fora, tem gente que dá pau no MST [Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra], mas o MST é o único produtor de arroz orgânico aqui que exporta. E a gente compra o arroz dele. Em algumas cestas que a gente trabalhou e que a gente teve que colocar produtos orgânicos a gente comprou arroz deles. Então, se a gente tivesse políticas públicas também, entre as próprias... com a produção, com a formação, e daí a gente vai um pouquinho mais além, a gente sabe que a gente tem cursos aí, mas às vezes os cursos são financiados pelos grandes complexos agroindustriais jamais eles vão dizer que a gente poderia ter essa forma de produção limpa. E daí eu entro no debate ali, tem que ter renda sim, nós temos que ter renda nessa produção. Claro que não é uma exploração. E daí eu comparo,

um pé de alface hoje na feira estamos vendendo a quanto? A três pila, três reais. Vai na Frazão comprar um pé de alface cheio de veneno hoje, está quatro pila, quatro reais. Eu lembro que quando a gente fazia feirinha ali na universidade federal, que a gente teve essa proposta de fazer a feirinha, eu ficava indignada porque a gente via o pessoal indo para o mercado comprando alface e um montão de coisas, e não vinham até na feira para comprar alguma coisa. E a gente distribuía o convite da feira para ir até a feira, e o pessoal falava assim: - Ah, não a gente vai para o mercado, é mais fácil... Então, algumas respostas doem também para gente, dói enquanto agricultor, enquanto produtor e tudo mais dói. Mas, enfim, ali na feirinha a gente poderia avançar muito, avançar muito quer dizer avançar um pouquinho mais, alguns momentos a gente trazer algum debate para dentro ali na proposta de dizer, de ter uma roda de conversa: - Ah, o curso de agronomia hoje nós vamos conversar sobre isso. É claro que vai ter sempre as pessoas contra, sempre vai ter, mas eu acredito que muitas pessoas quando tu vais falar da relação da nossa energia com produto porque, com todo o cuidado, às vezes é bom a gente ficar prestando atenção, o olhar, o jeito que você vai entregar um produto para pessoa. Não é só um produto, é a energia da pessoa, é todo o cuidado da produção e tudo mais que você vai entregar. Isso faz muito bem para quem tá recebendo também, para nós e para quem está recebendo. Eu fico, às vezes... como eu faço feira a bastante tempo em Seara, eu fico muito prestando atenção, tem algumas pessoas que chegam no produto e olha, e como lá a gente não tem entrega eles têm a possibilidade de pegar, pega, joga para um lado, joga para o outro. E lá vou eu novamente com o cuidado de arrumar, de ajeitar e dizer: - Olha, como é produzido, e tudo mais... Mas enfim, é isso mesmo, a gente vai ter sempre os contras e a favor, tem aquele que procura a feira pensando em encontrar, eles falam assim: - Ah, ele tem o mesmo preço que o mercado. Tem aquelas pessoas que chegam e dizem isso, mas eu acredito que ainda a gente pode mudar muito. E eu acredito que essa Feirinha da Uno pode avançar bastante, não só em épocas de aula, ter um espaço para a gente continuar depois. É claro que a gente tem que trazer o pessoal dos arredores, que tem muita gente, tem muita gente, eu falo assim que, a gente deveria conversar. Tem um bairro lá de baixo que são pessoas pobres, mas que poderiam vir para dentro com a gente, para minimamente comprar um alimento mais sadio, melhor, com qualidade e com toda essa questão da energia junto. Comer para se alimentar, para ter saúde, é isso.

(01:08:31) - Jéssica - Bem, agora eu quero perguntar para vocês... São duas questões, mas eu vou juntar elas que aí fica mais fácil para quando vocês pegarem a palavra para conseguirem responder. Então, a primeira delas é se algum momento vocês já receberam algum apoio, algum auxílio, para desenvolver o negócio de vocês? Quem são essas pessoas ou organizações que, de alguma forma, já contribuíram para esse processo, seja de formação seja de trocas de entendimento do que é o negócio. Então, para que a gente pudesse pensar numa rede de apoiadores, eu gostaria que vocês compartilhassem um pouco sobre isso, sobre esse apoio. E também que vocês pudessem falar um pouco sobre quais são as dificuldades que vocês estão percebendo no desenvolvimento do negócio.

(01:09:34) - Empreendedor 5.2 - Então, a gente em relação a apoio, assim, a agricultura familiar, eu acho que ela não recebe muito apoio pelo que a gente vê. Mas nós aqui, como a gente está em certificação orgânica a gente recebe, assim, apoio, por exemplo, da “Empreendedora 8”, do pessoal ali da APACO. Se a gente precisa, às vezes, de informação e tal, a gente consegue uma ajuda. A EPAGRI também. Se tu quiseres, se tu precisares de alguma coisa eles ajudam. Tem essa questão. Em questão financeira, a gente nunca teve ajuda nenhuma. A gente também não buscou, na verdade. Está fazendo tudo meio por conta.

(01:10:16) - Empreendedora 5.1 - *Mas é mais uma ajuda voltada para a questão da agricultura, assim. Na questão do plantar, sabe? Mas, por exemplo, algo que a gente fosse buscar... uma ajuda de como a gente gerenciar o nosso negócio, de como a gente conseguir melhorar a questão da publicidade, do marketing, isso não. Hoje, as nossas vendas, a gente faz basicamente pelo Instagram, que é a única... é a nossa, a rede social. E foi através dela que a gente começou a fazer entregas. Então, assim, eu vejo que uma dificuldade bem grande é a gente gerenciar o plantar, a gente pegar e criar conteúdo, porque também tem que criar conteúdo no Instagram, não é só a gente postar fotinho bonita lá. A gente tem que criar para que as pessoas possam compartilhar. Então, não é muito fácil essa questão.*

(01:11:14) - Empreendedor 5.2 - *E que nem essa questão de divulgação do trabalho, eu já fico mais na parte da produção, do mais pesado, que daí isso aí fica com a “Empreendedora 5.1”. Eu vejo que tem agricultor, que muitas vezes tem uma bela produção, mas não consegue fazer uma boa divulgação do trabalho. Mas, assim, se a gente buscar informação tem ajuda, sim, em relação a isso, em estudo, informação. Por exemplo, a EPAGRI aqui de Chapecó se tu ires buscar, eles têm bastante coisa, eles ajudam também, sabe? A gente não pode falar que não tem nada, têm.*

(01:11:48) - Empreendedora 5.1 - *Mas a nossa maior ajuda ainda é a internet, sabe? [risos] Hoje em dia tudo que a gente pesquisa, tudo que a gente procura a gente consegue encontrar ali. Eu digo que antigamente, os agricultores, eles sofriam bastante, porque eles não tinham acesso ao conhecimento. Era algo que você tinha que ir lá no livro para folhear, muitos não sabiam nem ler. Então, a vida na roça era muito difícil. E hoje em dia também a gente tem maquinário para poder ajudar. Então, a vida se tornou mais fácil nesse sentido.*

(01:12:25) - Empreendedor 5.2 - *E que nem a “Empreendedora 8”, ela tem bastante tempo de experiência, de feira e tal. Há uns anos atrás, a gente não tinha internet. Então era diferente a forma das pessoas consumirem, a relação e tal. Hoje está um pouco mais fácil da gente divulgar o nosso trabalho e chegar até as pessoas. Antigamente devia ser bem difícil isso, porque para você vender as coisas você tinha que sair na rua vendendo, que nem às vezes tinha os carros vendendo na rua ou você ir para a feira. Então, hoje está um pouco mais fácil. Em questão de informação também, hoje está tudo aí na internet. Se você quiser buscar tem muita informação, tem livro de todo tipo de coisa. E uma coisa importante que eu queria falar antes, eu lembro do primeiro dia de feira, a “Empreendedora 8” até falou para a gente que não era tão importante a questão de vender na feira para nós que produzimos orgânico e tal. Ela falou que o importante é essa relação, ela acentuou isso antes: a relação. De você ter com os clientes uma relação direta com eles, de conversar com eles e depois você acaba fazendo um cliente, que nem na feira, às vezes é um cliente que vai ficar por muitos anos sendo teu cliente, por gostar às vezes da gente, e das coisas da gente.*

(01:13:42) - Empreendedora 5.1 - *Até o “Empreendedor 6.2” comentou um dia, que eu achei interessante o que ele falou, que tinha um senhor que ele atendia, acho que era ele que atendia, e quando ele não estava lá eles procuravam pelo “Empreendedor 6.2” para que o “Empreendedor 6.2” atendesse. Então a gente acaba criando uma afinidade com as pessoas e isso é muito bom. As nossas entregas também. Tem cliente desde o primeiro dia que a gente anunciou que a gente ia entregar, que nunca mais parou de pedir, sabe? E aí quando a gente não entrega por algum motivo: - Ah, a gente tem que fazer alguma coisa, essa semana a gente não vai conseguir. Tem uma cliente que ela é super fiel, ela nunca deixou um final de semana*

sem pedir. E aí, ela... teve umas duas vezes que a gente não entregou e ela falou: - Nossa Empreendedora 5.1”, eu senti a maior falta, meu Deus do céu, vocês precisam entregar para mim. [risos].

(01:14:34) - Empreendedor 5.2 - *E tem uma questão, assim... A gente está fazendo a feirinha agora e a nossa produção aqui não é muito, assim, sabe? O nosso espaço ainda é pequeno, a gente está ampliando agora a questão, a nossa produção aqui, está preparando mais terra... Só que as coisas demoram. Na agricultura não é de uma hora para outra que você vai conseguir melhorar e produzir, e já sair produzindo, ainda mais no orgânico, então... ah, agora me fugiu. [risos].*

(01:15:04) - Jéssica - *Eu ia comentar justamente isso. Às vezes, eu vou na feira com meu vô e já fiquei sozinha. E as pessoas chegam muito desconfiadas, elas não querem comprar os produtos, porque o meu avô não está lá. Então, é legal essa relação que se cria, até mesmo de uma preocupação, de saber porque a pessoa não está ali, se ela está bem...*

(01:15:25) - Empreendedora 5.1 - *Sim, é verdade.*

(01:15:27) - Jéssica - *“Empreendedora 6.1” e “Empreendedor 6.2”, acho que vocês tinham ligado o microfone? O “Empreendedor 7”...*

(01:15:38) - Empreendedor 6.2 - *A “Empreendedora 6.1” foi olhar as crianças que têm que encaminhar para o colégio já. [risos] Bom, mas, assim, em relação ao incentivo, o “Empreendedor 5.2” e a Empreendedora 5.1” por serem iniciantes, eles já têm um conhecimento muito grande, digamos assim, de percepção de economia nesse ramo familiar. Como eu comento, eu já tenho um pouco mais de “cancha”, a “Empreendedora 8” muito mais, o Giarretta também é um cara muito conhecedor desse ramo de agricultura familiar sustentável. Então, assim, a gente nota que tem caído muito a questão do incentivo, principalmente público, em relação à agricultura familiar. Como eu frisei antes, as pessoas acham que vão consumir soja e milho transgênico só. Eu acho que é isso que eles pensam, porque digamos, assim, essa produção em larga escala como o próprio “Empreendedor 5.2” falou, a gente não pode ser radical ao ponto de dizer que ela não é necessária. É necessária! A quantidade de bocas que tem para comer é necessária uma produção muito ampla. Ontem nós comentávamos com “Empreendedor 5.2” ainda que poderia haver tecnologias hoje já através do nosso poder tecnológico e, principalmente, da ciência. Maneiras de aumentar essa escala agroecológica, mais sustentável. Não é, “Empreendedor 5.2”, que a gente comentava? Só que não há interesse público. E não é só público, o interesse do capital, do dinheiro, da riqueza, ele é simplesmente do lucro, ele não quer saber do bem-estar. A gente vê, digamos, assim, que o dinheiro manda no mundo. Nós comentávamos ontem com “Empreendedor 5.2”: não é a esquerda, não é a direita, é o dinheiro que manda no mundo. Se não está legal pro capital, ele não acontece. A gente comentava ontem sobre a questão do agroecológico. A grande empresa que a gente conhece, a mais famosa, é a Monsanto, a Bayer, que estão tudo junto. Eles nunca terão interesse, porque o dinheiro envolvido é muito grande. Então, digamos que tudo que vier de encontro disso, contrariando essa pegada mais sustentável, se for pequeno que nem a gente é, isso não faz nada. Agora quando isso tomar uma proporção maior isso vai incomodar, vai incomodar eles, e eles vão querer boicotar. Então, surgem muitas tecnologias que acabam sendo enterradas, compradas, caladas, porque o interesse econômico é muito grande. E a gente vê no setor público algumas administrações que tendenciam a não incentivar. A gente... eu comento e falo isso com o pessoal aqui da prefeitura de Chapecó que hoje não tem um técnico extensionista aqui na prefeitura que vai no campo ajudar as pessoas a produzir, estão todos*

nos gabinetes, todos atrás de uma mesinha esperando as coisas acontecerem. Eu conheço muitas pessoas boas que poderiam... Tirando a EPAGRI, que o “Empreendedor 5.2” falou que é o pessoal que mais vem a campo, é uma das instituições públicas mais sérias que eu conheço no ramo da agricultura, tirando eles, o restante, assim, a gente tem para gabinete, porque não há esse incentivo efetivo de uma agricultura familiar sustentável mesmo. Nesse quesito feira, quesito produção, a gente comentava também com o Giaretta, que é mais conhecedor também da questão de a Cooperfamiliar ter uma dificuldade grande em atender os programas, porque não tem uma organização lá no campo, digamos assim. Você planta batata, você planta mandioca, você planta isso e aquilo. Ai acaba todo mundo plantando alface e sobra. Ai falta batata doce, falta mandioca... Nós comentávamos isso com o “Empreendedor 5.2” também. Então, digamos, não há esse interesse. A “Empreendedora 8” ressaltou uma coisa que também... crucificam muito o MST por causa de toda a história de baderneiro disso e aquilo, mas isso a televisão, a mídia não mostra essa produção orgânica monstruosa que tem o MST, que são os grandes produtores. E há pouco tempo, eu não sei se vocês recordam, tentaram fazer uma desapropriação da “Floresta Nacional” que de Floresta não tem nada, é um deserto verde cheio de Pinos que seria, digamos, assim, uma coisa que não agrega nada na fauna e na flora, simplesmente é um deserto verde. Ali não se cria nada, porque Pinos, a gente sabe... E aí, simplesmente aquilo ali seria do governo, é floresta, é patrimônio do governo, não teria que pagar para ninguém. E a ideia era que o MST colocasse ali não sei quantas famílias com três, quatro hectares, uma pequena propriedade com produção orgânica, exclusiva orgânica, teria que ser esse o requisito para ser... E simplesmente eles foram despejados, foram jogados ali como baderneiros, como invasores e tal. Então, digamos, é triste e é complicado e quando a “Empreendedora 8” fala nesse sentimento dela, de vez em quando, de tristeza, desmotivação, é em relação a isso. Porque a gente tem que fazer a nossa parte, que nem o “Empreendedor 5.2” falou, mas o incentivo de cima é muito difícil vir. A gente tem que ir com as próprias pernas, a gente tem que ir batalhando e assim é bem difícil, porque você não encontra as tecnologias tão disponíveis. A não ser na internet, que é um canal muito bom para gente procurar informações. Mas, por exemplo, a questão de produtos, a gente sabe que existem tecnologias para agroecologia, por exemplo, mas elas não são divulgadas, elas são escondidas o máximo que pode. Não tem uma empresa que vai produzir uma máquina para o orgânico, não tem... As empresas não estão nem preocupadas em produzir defensivos mais naturais que venham a calhar para uma praga que está atacando o produto agroecológico. Então, digamos assim, existem pouquíssimas coisas, mas o incentivo aquele que seria interessante, ele simplesmente não ocorre. E isso é bem triste e indignante para a gente que é pagador de imposto e gostaria de ver as políticas públicas revertidas para o bem da população.

(01:21:36) - Empreendedor 5.2 - Uma coisa importante só para ressaltar, em relação ao MST, por exemplo, sobre o arroz... A “Empreendedora 8” falou antes sobre o arroz. Faz uns dois, três meses atrás, a gente... chegou a informação e se vocês quiserem estudar e averiguar isso, eu estudei vi que realmente é real. O arroz, ele é... o pessoal que produz convencional, por exemplo, eles vão passar veneno para matar erva daninha, vão passar veneno depois para matar algum fungo do próprio arroz. Ai, se não bastasse isso, tem o secante que, às vezes, eles passam para secar tudo parelhinho para poder colher eles tudo parelho os grãos. Então, já são três tipos de venenos que passam, talvez dois ou três. E daí, a gente chegou na informação de que eles passam veneno também no armazém, lá no silo. O silo, eles passam veneno na semente com a casquinha ainda, eles passam um veneno e é muito forte. Tem arsênico até no veneno, que ele não sai, a gente consome e ele não sai do organismo. O arsênico não sai do

organismo. E eles passam bastante veneno para não carunchar, tu entendes? Para o caruncho não pegar a sementinha. Tanto que teve... Se vocês pesquisarem, vocês vão ter que teve gente que morreu só de entrar no silo, com a força do veneno. As pessoas morreram de inalar o veneno dentro do silo. Então, a partir disso que a gente chegou nessa informação, a gente pensou: o arroz é o alimento que a gente mais come. Eu adoro arroz, não vivo sem. Então, a partir disso a gente começou a dar mais valor para essa questão de comer as coisas realmente orgânicas, porque a gente pensa assim: - Pô, mas é mais caro orgânico. Realmente, é mais caro e tem que ser! Tem que ter valor isso, ele tem o seu valor. E a gente tem que pensar o seguinte: a longo prazo, você comendo a vida inteira comida envenenada e lá no final como é que fica? Porque a gente está vendo tanta gente doente, tantas pessoas que chegam lá na aposentadoria e ficam doentes. Nem se tocam, mas, às vezes, pode ser isso. A gente dá valor para que... Uma coisa que eu falei para a Empreendedora 5.1". A gente estava tentando trazer... A gente até está vendo isso. Tentando trazer... porque a gente produzir, a gente não consegue. a gente vai tentar produzir um pouquinho para nós, por exemplo, de arroz, feijão, milho, essas coisas, mas produzir para vender a gente não vai conseguir, porque a nossa terra não permite. Mas a gente valorizar quem já está produzindo essas coisas, tu entendes? Tu pegar e comprar lá do Paraná, do Rio Grande do Sul. No MST é mais forte no Rio Grande do Sul a produção de arroz. Você pode comprar, ajudar e comprar isso, porque vale a pena em fortalecer, contribuir com isso. Porque é que nem eu falei, a longo prazo como é que vão ser as coisas? Se a gente não enxergar isso... Porque uma coisa que a "Empreendedora 8" sempre fala: a gente está produzindo orgânico, a gente tem que definir o que que é... porque o orgânico não pode ter nada. E daí tem fiscalização em cima disso. Mas e a fiscalização em cima da produção convencional? Não tem quase fiscalização em cima disso. A gente não sabe o quanto de veneno é passado. Então é uma coisa que a gente tem que abrir os olhos um pouco para ver. Que nem essa questão do arroz e o feijão, que é a base principal de praticamente todo mundo. A gente tem que tentar buscar, pagar um pouco mais caro, sim, mas a gente dá valor para isso, porque para quem produz, para quem já plantou as coisas, quem está plantando, sabe que não é fácil produzir as coisas. Não é fácil! Então, a gente tem que valorizar, valorizar o trabalho do Agricultor, de quem está no campo, entende, principalmente de quem está produzindo orgânico, porque é muito importante isso.

(01:25:43) - Empreendedor 7 - *Está boa demais a prosa, né? Que beleza. Eu vou falar um pouquinho, então, lá de nós. Quando a gente se organiza em cooperativas que a gente consegue ter algumas coisas que a gente não teria se fosse sozinho, por exemplo participar no PNAE é uma delas. O PNAE, ele vem ficando um pouquinho mais complicado de participar às vezes, mas a gente está conseguindo participar. Então, eu acho que quando a gente está organizado dentro de uma cooperativa, a gente consegue também participar melhor e se desenvolver melhor. Nós, enquanto incentivo, assim, nós temos recebido... o pouco de incentivo que a gente tem recebido é alguma assistência técnica da Cooperativa de Crédito, um pouco também de assistência da EPAGRI aqui do nosso município, que colabora bastante com as atividades. Principalmente com a parte de embelezamento da propriedade, como a gente recebe turistas lá e tal. E a prefeitura botou um pouco de dinheiro lá, mas na parte realmente que é essa parte para ajudar a desenvolver o turismo lá da propriedade. O incentivo para dentro da agroindústria que a gente tem, ele é... praticamente ele é nos olhos, assim. A gente percebe pouca coisa. Eu volto a reforçar. Por exemplo, hoje a gente tem uma taxa mensal para manter a agroindústria de quase R\$ 600 reais entre contabilidade, marca, rótulo... Mas se a gente tivesse sozinho, isso aí com certeza... Se fosse uma empresa sozinha, com certeza isso aí seria o dobro ou triplo, às vezes. E aí, dentro dessas garantias que a gente tem ali dessa parte, também a gente tem as dificuldades, porque como a gente tem essa questão legalizada acaba vindo os impostos, acaba vindo as cobranças, as vigilâncias. Nós até uns seis meses atrás, a*

gente produzia praticamente todo o ovo que nós consumimos na agroindústria, todo leite, toda manteiga, toda nata, a gente que produzia. E aí, a vigilância... [risos] Nós tivemos que praticamente parar com essa produção dessa matéria prima do leite, do queijo, da nata e da manteiga, porque a vigilância não deixou mais nós produzirmos. A gente tinha os exames de brucelose e tuberculose das nossas vacas, mas, mesmo assim, não deu para continuar produzindo. Os ovos também a gente não conseguiu mais produzir. E tivemos que, assim, a gente produz hoje, mas é bem pouca coisa e bastante escondida. A vigilância está bastante no pé, porque eles não querem que a gente tenha essa matéria prima que eu vejo que é uma qualidade muito melhor. Essa é uma das dificuldades que a gente tem: a parte da legalização, da rotulagem e sorte que a gente tem aí a APACO, que são gente da gente como a gente diz, que também contribuem e colaboram para que a gente consiga com que os caminhos fiquem mais curtos. E falando um pouco dessa parte da produção orgânica, eu até estava estudando hoje de manhã... As grandes empresas hoje estão indo para o lado dos orgânicos. Uma das maiores produtoras de produtos biológicos para agricultura orgânica, pasmem, é a Bayer. [risos] Uma das maiores produtoras de produtos biológicos para a produção orgânica é Bayer. Então, eles estão querendo dominar o nosso mundinho. Estão dominando já! A produção orgânica em larga escala está despontando, assim, incrivelmente mundo afora. Alguns países, por exemplo, não aceitam mais nem uso de transgênicos e nem o uso de químicos. Eu acho que a Dinamarca, se eu não me engano, que não aceita mais com que nada seja produzida... Então, as empresas estão percebendo que o mundo está indo para esse lado e se a gente tem ainda essa característica de poder botar o artesanal e botar a nossa mão na massa, de fato, para ter um produto diferenciado. Eles nunca vão conseguir uma qualidade de produto que a gente tem, isso não tenho dúvidas de falar, mas que eles vão ter um rótulo de orgânico lá, eles vão ter. E aí, como eles têm o rótulo com o “Tzão” deles lá, eles vão ter um rótulo de orgânico deles. Para gente é uma luta diária. As grandes empresas são os mais grandes tentando sufocar os mais pequenos. Mas, porém, entretanto, todavia, a Agricultura Familiar produz 70% do alimento que chega na mesa. A Agricultura Familiar não produz commodity, nós produzimos o alimento que, de fato, chega na mesa. Até um pouco mais do que isso se nós levarmos, por exemplo, em consideração o aipim, a mandioca, a agricultura familiar produz em torno de 90% daquilo que chega, de fato, na mesa do consumidor, mas é isso, mais ou menos por aí.

(01:32:18) - Jéssica - “Empreendedora 8”, gostaria de complementar nessa parte?

(01:32:23) - Empreendedora 8 - *Então, eu estou aqui ouvindo e eu quase estava dando risada do “Empreendedor 7”. É o seguinte: vai na feira quem quer e compra quem quiser. E uma outra coisa: desobediência civil, gente! Quem é que provou até agora que o nosso queijo, que o nosso salame, que o ovo, que a manteiga e o leite têm veneno, que não faz bem? O que faz mal é o leite que eles jogaram aquela soda. Que teve aqui na nossa região soda e companhia limitada e até agora ninguém morreu comendo esses produtos. Então, eu fiz parte durante cinco anos na Anvisa Nacional como representante da sociedade civil. Tem a LDC 49 onde diz baixo e alto risco. A questão de panificados é baixo risco, mas daí eles vão olhar os ingredientes. E eles deveriam ser... uma vigilância seria uma forma orientadora para orientar a produção, mas não ir lá fiscalizar onde tem ovo e coisa... Eu deixava uma dúzia de ovo lá e um pote de margarina e dizia: - Olha, tá aqui! E pronto! Eu fico muito embestada. É claro que a gente tem... Quando a gente tem minimamente aonde a gente está produzindo e boas práticas de fabricação, curso e tudo mais, isso aí eu fico muito entediada. Mas, enfim, vamos ver a questão de incentivos. Nós, aqui da APACO, na questão dos orgânicos – e quando o “Empreendedor 7” fala na estratégia de fazer um trabalho mais em conjunto –, hoje nós temos*

dentro da APACO, nós temos uma base de serviços chamada UCAF (Unidade Central de Apoio às Agroindústrias Familiares do Oeste Catarinense) onde a gente divide as formas de contribuição, usou... a gente tem engenheira de alimentos, tem veterinário, tem contabilidade, que é aquela forma da legalização da agroindústria. Trabalhamos com projetos. Basicamente, assim, a gente... o último projeto que a gente executou... A gente executou muitos projetos: Fundação Banco do Brasil, Fundo Casa, Itaiú Ecomudança, que veio com para a proposta da agroecologia até alguns insumos. Eu acho que até ali teve a própria Empreendedora 5.1” e o “Empreendedor 5.2”, eu acho que receberam alguns insumos, pó de rocha e casca de arroz parboilizado de um projeto que era juntamente com a Universidade Federal. E hoje estamos numa proposta, que até eu estou meio arriada ali, que tenho que apresentar algumas cotações de preço em uma emenda do “Nome” que seria para o ano de 2022, mas a gente está com um dinheiro... que vai ser depositado um dinheiro no dia dez de outubro também para trabalhar nessa parte mais da agroecologia, tem insumo, tem assistência técnica, acompanhamento, tem algumas oficinas para um ano. Não é muito, é 150 mil reais e um técnico para acompanhar e essa forma toda. Outros incentivos... Claro que nós temos a EPAGRI, alguns municípios estão dando apoio. Apoio em si. Fazem acompanhamento e essas coisas todas. Algumas cooperativas de crédito, por exemplo, Seara têm Sicredi aqui, a Cresol... Eu não sei quanto que a gente incomoda, também isso, porque às vezes a gente vai e quer um trabalho mais sistêmico e contínuo. Os projetos; assim, é daqui até ali. Um ano você tem e quando acaba o projeto acaba o técnico, acaba assistência técnica, e tudo mais. E a questão da... É claro que a gente tinha o Pronaf agroindústria, que hoje também não se tem mais tanto incentivo, uma vez era juros mais baixos. O PNAE, venda para merenda escolar que são 30% e todos os municípios deveriam comprar da produção orgânica, vem da produção orgânica e se não tiver da Agricultura Familiar, agroecológica e essa parte de toda, mas eles fazem se eles querem. Por exemplo, eles colocam produtos aí que o povo, às vezes, nem tem. Eu sei que a Cooperfamiliar aqui em Chapecó tem, mas muito pouco produto foi para... do que os agricultores tinham que vai para merenda. Merenda não, alimentação escolar, que quando é a merenda eu falo que são as bolachas Maria, o salgadinho, eu não sei o que eles querem lá os leites enlatados e sucos industrializados. Não pegam uma fruta, uma laranja, não pegam os sucos dos Agricultores e tudo mais. A gente, por exemplo, a própria feirinha ali, eu sei que a gente tem o incentivo da Cargill. Eu acho que é um pouquinho... Aqui eu acho que eles não estão ouvindo, é um peso de consciência, mas eles jogam um pouquinho de dinheiro para mostrar que eles estão trabalhando alimentação em foco, mas o que realmente eles estão fazendo? e o que realmente eles vendem? Beleza, o dinheiro vem, vamos aproveitar. Eu sei que uma vez, a Coca-Cola tinha lançado um edital e o pessoal da coisa me colocou no grupo da rede Ecovida que tinha o edital da Coca-Cola incentivando a produção orgânica. E daí, o pessoal começou a questionar, eles falaram: - Nós estamos falando que para ser agroecologista... Eu sempre digo: o que eu preciso fazer para ser agroecologista? Parem de tomar Coca-cola, que aí, a partir daí, a gente vai começar a trabalhar. Então, quando a gente fala do site da Coca-Cola incentivando a produção, tinha dinheiro para a produção orgânica. Então, você fica toda sem jeito, toda arrepiada, assim, de algumas coisas ver. Itaiú, o Banco Itaiú. Eles têm um tanto por cento, a gente executou um tanto... e imagina o que que eles trabalham, eles trabalharam biomassa. Eu sei que a gente fez uma proposta de projeto de biomassa e efeito estufa, e o que poderia fazer para diminuir isso daí? Então, o que que ele faz? Vende. O que ele vende? Vende dinheiro. Para onde que vai o dinheiro? E aí, se tu for ver qual é a maior parte? É para incentivar os graneleiros, os grandes complexos agroindustriais e essas coisas todas. E aí, tu ficas como é que...? Mas, às vezes, a gente se obriga pegar esse dinheiro. Por que? Porque nós não temos políticas que realmente digam: - Olha, vai no orgânico que a gente garante a comercialização e tudo mais. Tá, quando eles falam do produto mais caro... Vamos falar do produto orgânico, só que do Agricultor eles não pagam aquele preço. Quem fica com a maior parte do lucro é o

atravessador e tudo mais. Mas eu acho que a gente tem chances e oportunidades, sei lá, se juntar, construir projetos para a gente ter esse incentivo e não só ter com o tempo, ter muito mais tempo. Então, bora trabalhar, gente, não vamos... Não vamos esperar que as coisas caiam do céu. Eu acho que é um desafio para quem está na agricultura familiar trabalhar na forma orgânica, ou uma forma diferenciada, que nem tem o seu Barker ali, o próprio Esic, tem o próprio Monaline que está na feira, tem aquela do queijo e dos ovos lá, eles estão lá. São pessoas, são gente, são humanos e que tem a produção. Então, o que falta para nós é se a gente conseguisse uma boa divulgação, uma boa venda, eu acho que a gente conseguiria até pagar um técnico para acompanhar a gente, beleza?

(01:41:47) - Jéssica - *E te ouvindo me parece que vem muito nesse viés do coletivo, não é, “Empreendedora 8”? O quanto ter esses momentos de debate que você traz, de conscientização, permite com que a gente possa pensar e fazer diferente. Então, acho que os coletivos acabam potencializando. Bem, já estamos finalizando. Passamos um pouquinho do horário, mas como “Empreendedor 7” disse a conversa está muito boa e é um momento muito rico. Fico muito feliz de poder levar essas informações para minha pesquisa, de registrar, porque enquanto Universidade, enquanto ciência, como vocês colocaram é importante a gente olhar para esse tipo de negócio. E acabou surgindo a oportunidade de fazer a pesquisa, e isso me dá muita vontade de terminar a tese, terminar o doutorado, porque não é uma pesquisa que vai ficar lá na gaveta da Universidade. Porque ela mexe com muitas estruturas, leva a questionamentos de qual o papel da Universidade, do governo e como essas instituições elas precisam apoiar esses pequenos negócios. Porque é uma grande demanda, eu vejo que o agronegócio, dizem que o grande forte é o agronegócio do Oeste, mas nós temos outras demandas que precisam ser olhadas também. Então, a fala de vocês, a experiência é muito rica para que eu possa registrar e construir a minha pesquisa. Para finalizar, de forma bem rápida, eu gostaria que vocês compartilhassem na percepção de vocês sobre quais informações vocês julgam necessárias para potencializar o negócio de vocês, o que que vocês sentem falta que poderia, tanto no viés de desenvolver essas questões. Como a “Empreendedora 8” também trouxe que, muitas vezes, conscientizando as pessoas que estão utilizando, comprando os produtos e levando essas reflexões também podem contribuir tanto para produção quanto para o consumo dos produtos que vocês fazem e levam para feira. Então, eu vou passar a palavra agora para o “Empreendedor 6.2” e para “Empreendedora 6.1”, que eu sei que eles estão com as crianças e estão com horário mais apertado. E aí, depois se a “Empreendedora 8” puder falar um pouquinho, que eu sei que ela está com esse compromisso de entregar esse projeto hoje. Então, assim a gente vai encerrando a nossa conversa.*

(01:44:12) - Empreendedor 6.2 - *Eu acho que nessa linha aí é o que todos ressaltaram. E eu acho que é o que a gente sente falta. Até a “Empreendedora 8” comentou agora que a gente poderia, se ganhasse bem, até pagar o técnico. Mas seria realmente esse apoio público que seria interessante, digamos assim, muitas vezes a gente sente falta disso. Desse incentivo público para, por exemplo, a gente faz essa feirinha da Uno e faz uma feira lá do centro. Hoje a gente paga o aluguel para a gente comercializar lá e já está se gerando um custo alto. Então, digamos assim, a gente sabe que sempre tem o meio termo, mas por falta de um pouco de incentivo público mesmo de bancar, de querer realmente investir na agricultura familiar. Existe muito, como eu poderia dizer, muito marketing do meio público em relação: - Ah, que agricultura familiar é importante! Mas, assim, efetivamente, efetivamente as coisas, a gente sabe que não acontecem. Então, a gente precisaria disso. Tanto incentivo técnico, como incentivo à comercialização que existe lá, que nem a “Empreendedora 8” falou, o PNAE e*

essas linhas de comercialização através do governo, mas que, muitas vezes, elas são mais de marketing mesmo do que efetivamente contemplativas da Agricultura Familiar e não contribui muito, digamos assim. E, muitas vezes, por falta disso tudo, dessa parte organizacional, de cultivar... Se cada um cultivar, você fomentar cada propriedade para cultivar exatamente ou produzir exatamente uma coisa. Então, digamos, eu acho que uma coisa que faltaria muito e na nossa cidade, principalmente, que é um porte que está tomando, está se tornando uma grande cidade, uma grande potência em nível do Estado, é uma cidade que tem um promissor avanço populacional, é gigantesco como cresce. E há comércio para tudo. Só que também falta... Eu digo, assim, que falta realmente esse incentivo do meio público não só municipal, mas de todas as esferas. E ressalto que, digamos, um dos órgãos que mais apoia ainda a gente, e que a gente teve esse apoio inicial quando a gente colocou a nossa empresa foi a EPAGRI. A EPAGRI ainda é a mais efetiva nesse ponto. Acho que para ser bem breve, eu acho que falta é isso: incentivo público tanto para comercialização como para desenvolvimento, principalmente que nem disse o “Empreendedor 5.2”, técnicas de cultivo e tudo. Acho que falta isso. E agradecemos o convite! Eu acho que foi que nem o Giaretta falou, a conversa está boa, mas todo mundo também tem seus afazeres e eu acho que foi muito proveitoso essa troca de experiência. E tomara que você, com o teu trabalho, consiga, sim, realmente fazer com que acenda alertas dentro da Universidade. Que a gente sabe que os profissionais que vão nos ajudar, vão ajudar a agricultura familiar saem de dentro da universidade. Se eles saem com uma mentalidade diferente, eles podem vir a agregar e não simplesmente a tendenciar ao capital. Então, o agradecimento pela oportunidade de participar.

(01:47:23) - Empreendedora 6.1 - Muito obrigada! [risos]

(01:47:34) - Empreendedora 8 - Então, eu acho que uma boa forma que poderia nos ajudar e também se quiserem... é a incentivar, a informação e a conscientização. Eu acho que são três coisas, assim, que poderia... Nós poderíamos avançar nesse campo para fazer essa parte da comercialização, porque a gente sabe produzir, a gente sabe fazer todo esse trabalho no “coisa”, mas quando a gente vai para esse outro lado da comercialização, a gente encontra alguns esbarrões. Porque tem muita gente. E não estou falando só do povo que está ali na feira, mas tem muito pessoal aí que dizem, assim: - Ah, eu gostaria de produzir, mas eu não gosto de vender, eu não gosto de comercializar. Então, se vem a conscientização e a comercialização junto, eu acho que a gente consegue avançar. E as formas onde que... quem poderia nos ajudar também nas coisas, eu acho que as próprias universidades, eu acho que teriam um papel importante, interessante e... As próprias universidades... eu acho que nesse momento também as EPAGRIs, que são órgãos de estado que recebem dinheiro. Eu acho que elas também têm esse papel de vir mais para frente, mas eles também... Eu até entendo, as estruturas deles também são muito pequenas. Às vezes tem o técnico e não tem a gasolina e o carro para ir. E isso eles falam para gente. Então, não adianta você dizer que está tudo ok. E tem outra coisa, quem sabe lá com a nova política do governo ali, que a gente tem uma política de incentivo, a gente consegue avançar, mas eu não sei até onde. Mas, enfim, eu acho que com incentivo da própria feirinha ali, isso é um passo. Quantas pessoas têm ali? São sete famílias, oito famílias que estão ali? Mas quantas mais pessoas teriam a possibilidade de colocar o produto e tudo mais? Não deveria só ter uns cinco, sete feirantes, não. Deveria ter uma feira onde os produtores... Porque a pessoa não come só um dia, come todos os dias. Várias feiras em locais diferentes, onde uma família hoje vai, cinco, seis famílias vão na semana que vem, no dia seguinte... É dessa forma que a gente poderia até pensar em uma proposta daqui para frente. Beleza? Um abraço, pessoal. Obrigada, Jéssica, pela oportunidade e desculpa de eu estar meio enrolada um pouquinho hoje. Mas, estamos aí, qualquer coisa dá um grito.

(01:50:50) - Jéssica - *Foi um momento muito rico. Obrigada, “Empreendedora 8”. A “Empreendedora 6.1” se tiver que sair, está liberada para atender as crianças. E a gente vai finalizando aqui para ouvir também ainda a “Empreendedora 5.1”, o “Empreendedor 5.2” e o “Empreendedor 7”.*

(01:51:10) - Empreendedor 5.2 - *Então, eu acho que a gente falou bastante já nessa questão de potencializar a questão da venda e tudo mais dos agricultores. E eu vejo, assim, a gente não é muito entendido ainda nessa parte da questão das cooperativas. O “Empreendedor 7” e a “Empreendedora 8” já são bem entendidos nisso. A gente tem muito que estudar e participar ainda. Mas, eu vejo que as cooperativas são muito importantes, porque é uma união das pessoas, uma união dos Agricultores. Por exemplo, a APACO, que nem a “Empreendedora 8” falou, a ajuda deles não é tanto assim em questão financeira, mas se a gente precisa de informação, de ajuda deles, deles virem aqui para quando a gente está com algum problema e precisa recorrer de ajuda. O próprio “Empreendedor 7” ajuda na questão da fiscalização participativa da questão orgânica. E a “Empreendedora 8”, quando a gente precisa e tem alguma dúvida, por exemplo, eles têm bastante experiência. E essa questão da comercialização, a gente também tem que cooperar entre a gente. Às vezes, a gente consegue ter um trabalho legal pelo Instagram, a Empreendedora 5.1” consegue trabalhar legal. Às vezes, a gente pode cooperar com alguém que tem um pouco de dificuldade nisso, entende? Então, o ponto é esse! É cooperação mesmo. A feira em si é uma cooperação lá. Que nem a gente falou, a gente não quer competir com ninguém, a gente quer cooperar, porque a gente quer que todo mundo vá bem, que todo mundo venda as suas coisas. Então, acho que o ponto é esse: é cooperar mesmo, porque se não fosse as cooperativas, por exemplo, que nem a APACO, não ia ter o que... o que iam ter os agricultores na questão orgânica? Não iam ter nada mais, então... E até tem uma ajuda da EPAGRI, eles ajudam nessa questão orgânica, tem... se tu ires lá e pedires ajuda para eles, eles ajudam, sim, em muitas coisas, mas a cooperativa da APACO é muito importante. A gente não entende muito, tem que estudar ainda e aprender sobre essa questão de cooperativa, mas só a palavra cooperar já é o mais importante.*

(01:53:21) - Empreendedora 5.1 - *Mas, se tratando, assim, nessa questão de Universidade, eu acho que seria muito interessante se as Universidades aqui da região, tanto a Unochapecó, não sei se a UFSC tem isso, mas, por exemplo, consultorias e assessorias em relação à agricultura familiar, porque a gente fala muito: - Ah, a gente é agricultor e a gente produz. Mas dentro do nosso núcleo, a gente tem uma empresa. A gente tem a parte administrativa, a gente tem a parte do marketing, da comercialização, tem a parte disso tudo. E a gente sente muita necessidade de alguém nos auxiliar nesse sentido. Porque a gente sabe produzir, a gente sabe fazer as coisas aqui, mas aí essa parte, por exemplo, a parte administrativa de quem está conversando não é tão simples assim de ser feita ou a parte da divulgação do nosso trabalho. Em relação a isso, eu acho que a universidade teria muito a oferecer, porque têm cursos de administração, tem curso de publicidade, tem curso de contabilidade, tem curso de tudo que a gente precisaria.*

(01:54:29) - Empreendedor 5.2 - *É, e essa questão de a gente estar dentro da Universidade vendendo as coisas e com a feira é bem legal por isso que ela falou. Vai ter gente que vai estar saindo dali e, às vezes, até a própria feirinha vai acabar mudando a visão da pessoa. Ela vai pensar: - Opa, acho que é mais interessante eu rumar para esse lado, fazer um projeto*

relacionado a isso. E é legal! Tem muita gente inteligente que pode estar contribuindo com isso, cooperando com as pessoas.

(01:54:56) - Empreendedora 5.1 - *Assim como a turma de gastronomia também, que já estão fazendo os trabalhos em cima dos feirantes. Eu achei muito interessante que eles chegaram na nossa banca e eles perguntaram quais são as ervas. Para nós, vão ser as ervas, o foco deles. E, por exemplo, fazer uma receita com tal erva, e eu sempre falo para o “Empreendedor 5.2” que a gente tem bastante ervas aqui que, às vezes, a gente não sabe usar. Sendo bem sincera, nem a gente às vezes sabe usar. E aí, não tem como a gente repassar para os clientes algo que nem a gente sabe utilizar direito. A gente sabe fazer um chá, isso a gente sabe, mas fazer uma carne diferente, fazer um risoto, entende? Então, essa turma que vai usar as nossas ervas com certeza vai agregar, porque a gente vai conseguir divulgar isso também.*

(01:55:46) - Empreendedor 5.2 - *E para finalizar, assim, eu vejo que o teu próprio estudo aí, o teu projeto, entende, Jéssica, é muito importante. A gente agradece por você ter convidado a gente para participar. É muito legal! E com certeza vai agregar, vai cooperar com os feirantes, e espero que vá além do teu projeto e que dê tudo certo. E nós agradecemos pela oportunidade aí, e eu acho que é bem importante. Isso já é uma forma de estar cooperando com a gente e com a feira.*

(01:56:20) - Jéssica - *Obrigada! E me vem à mente o quanto eu estarei conversando com algumas pessoas, mas vocês representam muitas outras pessoas, muitas outras histórias, muitos outros empreendimentos que estão nessa luta também. Então, a gente não consegue também ouvir todo mundo, mas eu acho importante dar voz para as pessoas, porque não sou eu, não é a universidade que tem o conhecimento que vai ser aplicado lá no local de trabalho de vocês, mas vocês têm o conhecimento. Tudo que vocês precisam está aí. A universidade vai de alguma forma contribuir, mas vocês que têm todo esse conhecimento, esse poder de entender o que vocês precisam, qual é a realidade do contexto. Então, a gente tem muito o que aprender com vocês. E a gente só aprende estando junto, então acho que a “Empreendedora 6.1” e o “Empreendedor 6.2” trouxeram também que muitas vezes as pessoas ficam atrás da mesa lá nas instituições, mas que o aprendizado é isso, é a vivência, essa troca, essa oportunidade de estar no dia a dia de vocês também. “Empreendedor 7”?*

(01:57:34) - Empreendedor 7 - *Jéssica, eu acho que a gente... eu já fui contemplado aí pelas outras falas também. Eu botei no chat aí as maiores dificuldades nossas. E, realmente, essa parte da gente contribuir uns com os outros é essencial para agricultura familiar. E eu acho que a palavra que a gente precisa usar é a gratidão por você também ter uns estranhos como nós como objeto de estudo, para depois transpassar. E para quem vai começar ou quem está na lida diária e, de repente, tem mais dificuldade, se a gente puder colaborar com aquilo que a gente apanhou, ótimo! E com ideias novas também! Eu acho que a gente sempre é adepto a essas oportunidades e podem com certeza vir a agregar. E muito obrigado também pela faculdade que a gente teve hoje aqui com todos que participaram aí, eu acho que o conhecimento que cada um traz aqui sempre é uma vivência experiente, sempre muito interessante. A gente sempre aprende muito quando a gente está numa roda de conversa com pessoas que têm a faculdade da vida como o seu principal currículo. Então, é muito bacana e muito gratificante essa lida aí.*

(01:59:12) - Jéssica - *Obrigada, “Empreendedor 7”! Eu quero deixar... me veio agora o quanto a diversidade nos enriquece, então, como “Empreendedor 7” traz esses malucos que*

estão fazendo algo diferente, algo que quebra o padrão, porque a gente sabe que muitas grandes organizações tem o trabalho de exploração com a agricultura, com as famílias e vejo que é algo da minha história também. Então, ter essas outras possibilidades e que a gente possa empoderar essas pessoas também, porque tinha muito de ter vergonha de onde a gente vem, do que a gente faz, e saindo, né, eu saí de casa muito nova tinha 17 anos. E o quanto eu aprendi a olhar para aquele lugar, olhar para a minha história e valorizar a isso. Então, eu acho que é uma grande luta, e que eu me sinto parte de justamente a gente criar esses espaços de debate e de formar, que as pessoas, os jovens que estejam no campo hoje, que eles possam ver isso como uma possibilidade, que eles possam buscar formação, que a gente vê o quanto o conhecimento e a informação fazem parte do dia a dia de vocês. Então, acho que muitas questões de qualidade de vida, não só para quem está produzindo, mas para as outras pessoas. Então, a manhã de hoje foi muito rica, porque isso vai poder inspirar outras pessoas também a se reconhecerem na história, no trabalho de vocês, lá na feirinha também, e ver novas possibilidades. Então, obrigada, gratidão por vocês disponibilizarem o tempo, por contribuírem e eu estou muito feliz de ter ouvido vocês, o quanto isso nos dá energia. Como a “Empreendedora 5.1” disse, aquele muito obrigada, aquele elogio que vem lá da feira eu me sinto contemplada hoje em ouvir vocês e isso me dá muita força para terminar o meu trabalho, para que eu possa finalizar a pesquisa, então, muito obrigada. E a gente se vê na próxima semana, que estarei passando lá na feirinha para conversar com vocês e adquirir os produtos.

(02:01:23) - Empreendedor 5.2 - *Esperamos que a próxima a gente possa fazer uma roda de conversa pessoalmente, que daí a conversa flui mais...*

(02:01:30) - Jéssica - *Eu acho que gente tem que seguir a dica da “Empreendedora 8”, e até final do ano a gente tem que fazer uma roda de conversa, e eu enquanto...*

(02:01:39) - Empreendedor 5.2 - *Uma coisa interessante que tu falou, às vezes as pessoas têm vergonha de dizer que são agricultores e que moram na roça. E quando a gente mudou para cá no início até tinha um pouco, assim, sabe, mas depois que eu vi a importância do agricultor, a importância... É ele quem, é o agricultor quem produz. Se não fosse o agricultor não tinha ninguém vivendo no mundo hoje do jeito que é, sem comida não tem nada. Então, quando a gente passou a ver a importância do agricultor... é engraçado que, às vezes, a gente ia nos lugares e a gente por ser um pouco mais jovem, as pessoas pediam, assim: - Qual que é a tua profissão? Tu vais no lugar e eles pedem: - Qual é a profissão? E daí é interessante ver nas primeiras vezes, assim, as pessoas... De dizer, assim: - Eu sou agricultor, sabe? E as olham, assim: - Agricultor? Mas como assim agricultor? Elas pensam, assim, o rapaz dizer agricultor, e hoje eu tenho o maior orgulho em dizer que eu sou agricultor.*

(02:02:37) - Empreendedor 7 - *E ainda vem aquela pergunta de fundo, assim – Ah, eu sou agricultor. E ainda vem aquela pergunta de fundo: - Tá, mas o que você faz mesmo? [risos]*

(02:02:49) - Empreendedor 5.2 - *Mas isso é uma questão bem interessante, e muitos jovens saem da roça, saem da agricultura por vergonha. Querem ir fazer uma faculdade, querem ir fazer outras coisas, porque tem vergonha da roça, tem vergonha dos pais. E isso eu vejo, na minha opinião, como uma bobagem, uma coisa tão importante, tão bela que é produzir comida, produzir as coisas, não se pode ter vergonha disso.*

(02:03:18) - Jéssica - *Gente, obrigada. Um bom restinho de semana! Sei que estão corridas as atividades aí também e a gente vai conversando e desenvolvendo outros projetos, outras parcerias. Eu estou super afim de participar dessa roda de conversa, então vamos pensar em fazer esse momento e oportunizar essas trocas, porque é muito gratificante ouvir vocês, e que isso chegue até outras pessoas também. Fiquem bem e obrigado.*

(02:03:46) - Empreendedor 5.2 - *Tchau e obrigado pela oportunidade.*

(02:03:47) - Empreendedora 5.1 - *Tchau, obrigada!*

APÊNDICE G – FORMULÁRIO PARA EMPREENDEDORES(AS)**1 Sobre a pessoa Empreendedora:****Idade:**

- 18 a 29 anos
- 30 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 anos ou mais

Gênero:

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não dizer

Cor/Raça:

- Branca
- Preta
- Amarela
- Parda
- Indígena
- Outro

Escolaridade

- Ensino Médio
- Ensino Superior
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado
- Pós-doutorado

Formação em nível superior na área:**2 Sobre o Empreendimento:****Tipologia:**

- Individual
- Organizações
- Movimentos Sociais

Nome do empreendimento:**CNPJ:****Cidade:****Endereço:****Telefone:**

E-mail:

Redes sociais:

Resumo:

Logo:

O empreendimento está formalizado:

Qual demandas locais atende?

Tempo de existência:

- Até 2 anos
- De 2 a 5 anos
- + de 5 anos

Segmento:

- Alimentação
- Vestuário
- Educação
- Meio ambiente
- Reciclagem
- Sustentabilidade
- Agricultura familiar
- Orgânicos
- Agroecologia
- Compostagem
- Lixo zero
- Saúde
- Bem estar
- Criar categoria
- Outro. Qual?

Tamanho do time:

- Euquipe
- 2 a 5 pessoas
- 6 + pessoas

Composição do time:

- Apenas mulheres
- Mais mulheres
- Apenas homens
- Mais homens
- Não binário
- Misto

Já tiveram acesso a programas de incubação:

- Estão ou já foram acelerados ou incubados uma vez
- Estão ou já foram acelerados ou incubados mais de uma vez.
- Não estão, mas têm intenção em participar

- Não estão, e não têm a intenção

Já acessou doações ou investimentos:

- Estão ou já receberam uma vez
- Estão ou já receberam mais de uma vez.
- Não receberam, mas tem intenção em participar
- Não receberam, e não tem a intenção

Qual o faturamento no último ano:

- Sem faturamento
- Até R\$ 100 mil
- De R\$ 101 mil a R\$ 500 mil
- De R\$ 501 mil a R\$ 1 milhão
- Mais de R\$ 1,1 milhão

Outras ajudas

- Mentoria
- Comunicação
- Parcerias e networking
- Processos e gestão
- Vendas
- Time/equipe
- Investidor
- Infraestrutura & equipamentos
- Plano de negócios
- Validação da solução
- Assessoria jurídica
- Aceleração
- Governança
- Tecnologias

Alinhamento com os ODS:

- Erradicação da pobreza
- Fome zero e agricultura sustentável
- Saúde e Bem-estar
- Educação de qualidade
- Igualdade de Gênero
- Água potável e Saneamento
- Energia Acessível e Limpa
- Trabalho decente e crescimento econômico
- Indústria, Inovação e Infra-estrutura
- Redução das desigualdades
- Cidades e comunidades sustentáveis
- Consumo e produção responsável

- Ação contra a mudança global do clima
- Vida na água
- Vida terrestre
- Paz, justiça e instituições eficazes
- Parcerias e meios de implementação

3 O que buscam no Ecossistema de Inovação:

- Parcerias
- Formação
- Editais
- Investimento
- Incubação
- Informação
- Conhecimento
- Eventos

4 O que tem a oferecer:

- Aberto a pesquisa
- Parceria em projetos
- Organização de eventos
- Ações coletivas

APÊNDICE H – FORMULÁRIO PARA OS ATORES DO ECOSISTEMA

1 Sobre a Ator local:

Tipologia:

- Universidade
- Coworking
- Makerspace
- Nit
- Aceleradora
- Pré-incubadora
- Incubadora
- Centro de Inovação
- Parque
- Investidor
- Governo
- Sociedade Civil Organizada
- Cooperativa
- Associação

2 Sobre a Instituição:

Nome:

CNPJ:

Endereço:

Telefone:

E-mail:

Redes sociais:

3 O que busca no Ecosistema de Inovação:

- Parcerias
- Formação
- Editais
- Investimento
- Incubação
- Informação
- Conhecimento

4 O que oferece no Ecossistema de Inovação:

- Parcerias
- Formação
- Editais
- Investimento
- Incubação
- Informação
- Conhecimento

APÊNDICE I – FORMULÁRIO PARA PESQUISADORES**1 Sobre a pessoa pesquisadora:**

Nome:

Idade:

Gênero:

Curso:

Temática pesquisa:

2 Sobre a Instituição vinculada:

Nome:

CNPJ:

Endereço:

Telefone:

E-mail:

Redes sociais:

3 O que busca no Ecossistema de Inovação:

- Parcerias
- Formação
- Editais
- Investimento
- Incubação
- Informação
- Conhecimento

4 O que oferece no Ecossistema de Inovação:

- Parcerias
- Formação
- Editais
- Investimento
- Incubação
- Informação
- Conhecimento