

NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL: O CASO ARTEMISIA

Social Impact Companies: The Artemisia Case

Bruna Scanavachi Lourenço¹

Julio Cesar Donadone²

Resumo

Inspirado no conceito de espaço social, este trabalho contribui para o entendimento de como são os negócios de impacto empreendidos no Brasil. Para tanto, um estudo de caso na aceleradora Artemisia analisou o espaço social em torno da organização. A inovação organizacional proposta pelos negócios de impacto transforma, ao menos em teoria, a lógica do mundo econômico, aliando maximização de lucros a solução de problemas sociais. A hipótese da transformação do modelo de negócio tradicional sugere a formação de um novo espaço social formado pelo encontro da lógica tradicional de mercado e da lógica de impacto social. Contudo, a hipótese foi refutada no caso da aceleradora ao evidenciar que o programa de aceleração é destinado, principalmente, aos agentes já estabelecidos na esfera de negócios tradicionais, se afastando da perspectiva dos negócios sociais europeus e de países em desenvolvimento e se aproximando da corrente norte-americana. Concluindo que apesar do conceito de negócios de impacto sugerir teoricamente a integração de lógicas de espaços distintos, o espaço analisado é ocupado por agentes vindos de uma elite empresarial.

Palavras-chave: Negócios de impacto; Aceleradora; Espaço Social.

Abstract

Inspired by the concept of social space, this paper contributes to the understanding of the impact of companies in Brazil. To this end, a case study of the Artemisia accelerator was used to analyze the social space around the organization. The organizational innovation proposed by impact businesses transforms, at least in theory, the logic of the economic world, combining profit maximization with the solution of social problems. The hypothesis of the transformation of the traditional business model suggests the formation of a new social space formed by the meeting of the traditional market logic and the social impact logic. However, the hypothesis was disproved in the case of the Accelerator by showing that the Accelerator program is mainly aimed at actors already established in the traditional business sphere, moving away from the perspective of European and developing country social businesses and closer to the North American current. In conclusion, although the concept of impact business theoretically suggests the integration of logics from different spaces, the space analyzed is occupied by agents from a business elite.

Keywords: Impact business; Accelerator; Social space.

¹ Doutora em Engenharia de Produção pela UFSCar, associada ao grupo de pesquisa de Sociologia Econômica NESEFi. E-mail: bscanavachi@gmail.com

² Professor da Universidade Federal de São Carlos. E-mail: donadojc@uol.com.br

I. Introdução

As fronteiras entre o mundo empresarial e o mundo social estão sendo cada vez mais diluídas ao passo que empresas do mercado tradicional estão se aproximando de objetivos sociais. Novos modelos de negócios estão desafiando o papel das empresas dentro da economia global e sua interação com o mercado, a sociedade civil e as políticas públicas (DEFOURNY; NYSSSENS, 2010). Empresa social, negócio social, negócio inclusivo e de impacto são nomenclaturas para novos modelos de negócio (COMINI, 2016) criados a partir do empreendedorismo social, termo utilizado para organizações que atendem às necessidades humanas básicas através de modelos de negócios que “combinam a desenvoltura do empreendedorismo tradicional com a missão de transformar a sociedade” (SEELOS; MAIR, 2005, p.1). Considerado muitas vezes como uma alternativa aos esforços governamentais e filantrópicos (DEES, 1998), o empreendedorismo social visa a criação de valor social integrado ao valor econômico (MAIR; MARTI, 2006) e é nesse contexto, entre as fronteiras do mercado e da sociedade, que nasce o negócio de impacto e sua busca pela maximização de impactos sociais através de ferramentas de mercado (DEFOURNY; NYSSSENS, 2010; YUNUS, 2010; COMINI, 2016).

O conceito de empreendedorismo social significa coisas diferentes para pessoas diferentes (DEES, 1998) e suas diversas definições estão profundamente enraizadas em contextos sociais, econômicos, políticos e culturais (DEFOURNY; NYSSSENS, 2010). Apesar do conceito se manter em constante desenvolvimento (BORZAGA; GALERA, 2012; GALERA; BORZAGA, 2009; HAIGH; HOFFMAN, 2014), existe um amplo entendimento de que os empreendedores sociais são indivíduos movidos por objetivos sociais (PEREDO; MCLEAN, 2006). A falta de consenso sobre o conceito dos negócios de impacto social, desde o próprio termo a ser utilizado até o modelo de negócio implementado, evidencia a disputa pela hegemonia do espaço inclusive na esfera acadêmica.

No contexto brasileiro, a teoria sobre negócios de impacto é recente, sua primeira aparição como tema principal de um artigo acadêmico data o ano

de 2009 e a produção acadêmica ainda é incipiente (LOURENÇO, 2018). Apesar da teoria de negócios de impacto estar ainda em formação, estudos sobre a construção de um mercado socialmente responsável mostram transformações no mundo organizacional e das finanças desde a filantropia, passando pela responsabilidade social empresarial até o investimento socialmente responsável com o índice de sustentabilidade empresarial na bolsa de valores (SARTORE, 2012). O Brasil tem um exemplo de estratégia estatal de articulação de espaços sociais diferentes na busca por soluções de problemas sociais. Surgido como um processo de articulação nacional para enfrentamento da exclusão social, o programa Comunidade Solidária foi proposto por Ruth Cardoso em face aos limites da ação estatal em 1995, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso. Desarticulado em 2003, o programa incentivava a criação de novos espaços públicos para formas inovadoras de ações entre espaços estatais e a sociedade em suas diversas formas de organização (RESENDE, 2000; DE ALCÂNTARA PERES, 2005), rompendo com o assistencialismo e fomentando parcerias entre Estado e sociedade. A trajetória brasileira de novos modelos de negócios no cerne dos problemas sociais também passa pelo processo de terceirização, via parcerias com associações, ONGs, Organizações Sociais (OS) e Organizações da Sociedade Civil de Interesses Público (OSCIPs) a fim de parcerias com o poder público, dentro do conceito do Terceiro Setor para promoção do desenvolvimento econômico e social do país (BAGGENSTOSS; DONADONE, 2013).

Comini (2016) mapeia uma gama de variedades de formato, distribuição de lucros, modelo de governança e geração de valor econômico e socioambiental dos negócios sociais, os definindo como empresas que inserem minorias no mercado formal melhorando as condições de vida desta população e se aproximando do modelo de negócios voltado pra base da pirâmide que aponta para o potencial dos mercados de baixa renda como estratégia para a diminuição da pobreza (PRAHALAD, 2006).

Ao analisar a evolução do conceito de negócios de impacto em nível internacional, Galera e Borzaga (2009) identificam duas principais correntes na literatura, as perspectivas europeia e norte americana. A primeira

abordagem carrega a tradição europeia do cooperativismo e associativismo como forma de reduzir a probabilidade de comportamentos oportunistas por indivíduos isolados, assim a empresa social europeia surge quando um grupo busca por um objetivo social bem definido e consegue traduzi-lo em um arranjo institucional. A atividade realizada pela empresa social é de interesse geral, gerida de forma empresarial e orientada as necessidades dos segmentos mais frágeis da sociedade que são normalmente marginalizados da atividade social e econômica. Os lucros obtidos são reinvestidos na própria organização, restrição garantida muitas vezes pela legislação, já que há uma grande tendência a adoção de formas legais específicas de empresas sociais. A Rede Europeia de Pesquisa sobre Empresas Sociais (EMES) propõe uma abordagem comum ao estudo das empresas sociais e define a empresa social como uma organização privada, autônoma e sem fins lucrativos, que fornece bens ou serviços ligados diretamente ao seu objetivo explícito de beneficiar a comunidade (DEFOURNY; NYSSSENS, 2008). Tal definição pretende integrar as diferentes experiências nacionais e o termo em português “empresa social” é uma síntese dos diversos termos utilizados na produção acadêmica em inglês, como por exemplo, “*social economic enterprises*” na Áustria, “*socially-aimed enterprises*” na Bélgica, “*cooperatives with social aims*” na Espanha e “*social co-operatives*” na Itália e Portugal (BORZAGA; DEFOURNY, 2001).

A segunda abordagem identificada por Galera e Borzaga (2009) tem raízes na tradição norte americana e se contextualiza na lacuna deixada pelo governo e por ONGs, onde a empresa social abrange toda ação empreendedora que alcança algum impacto social (COMINI, 2016). As iniciativas podem ser encabeçadas por empresários tradicionais e a restrição quanto à distribuição dos lucros obtidos não é tão popular quanto na Europa. Comum nos EUA essa abordagem abrange organizações que podem não ser motivadas por um objetivo social, mas que direcionem sua renda ao financiamento de atividades sociais, característica que explica o fato dessa perspectiva evidenciar o papel do empreendedor dos setores privado, público ou sem fins lucrativos como o agente de mudança (GALERA; BORZAGA, 2009).

Uma terceira corrente se formou em torno da perspectiva de países em desenvolvimento, representada principalmente por Yunus (2008), que utiliza

o termo empresa social para definir uma empresa que tem sua estrutura organizacional igual a empresa tradicional ao empregar funcionários, criar bens e serviços com o objetivo de atenuar e eliminar a pobreza no mundo, onde agentes investidores não recebem nenhum dividendo além do retorno do investimento inicial e o lucro é reinvestido na empresa. Para Yunus (2008, p.11), a empresa social é o futuro do capitalismo e o lugar para “todos que desejam criar um mundo onde ninguém seja pobre”. Referência no campo dos empreendimentos sociais, o economista Muhammad Yunus se dedica a disseminação do modelo de negócios criado e implementado por ele nas organizações Grameen. Seu modelo de negócios, apresentado na Figura 1, parte do pressuposto de que o capitalismo é uma estrutura semidesenvolvida que precisa reconhecer a natureza multidimensional dos seres humanos para tornar sua estrutura completa e sugere a alteração da definição do que é uma empresa, já que o conceito de empresa como uma organização que visa apenas à maximização do lucro exclui outros formatos de organizações multidimensionais (YUNUS, 2008). A *joint venture* Grameen-Danone, fundada em 2006, foi o primeiro negócio social multinacional conscientemente projetado, seguido de *joint ventures* em Bangladesh como a Veolia, empresa francesa que fornece água potável, a Basf que produz mosquiteiros quimicamente tratados prevenindo a transmissão de doenças como a malária, a Intel que usa tecnologias de comunicação para o fornecimento de cuidados de saúde e a Adidas que produz calçado a preços acessíveis, todas baseadas no modelo de negócio de Yunus.

FIGURA 1. COMPARAÇÃO ENTRE OS OBJETIVOS E MEIOS DE DIFERENTES MODELOS DE NEGÓCIOS.



Fonte: Adaptado de Yunus (2008).

Na América Latina, a definição de negócios inclusivos é centrada no objetivo do modelo de negócio, reforçando o papel das pequenas e médias organizações onde as comunidades de baixa renda participem dos modelos de negócios também como empreendedores. Quanto aos negócios sociais brasileiros, não há predominância de um modelo de negócio, mas vários formatos de organizações com lógicas de atuação diversificadas principalmente nos fatores de governança e cadeia de valor (COMINI, 2016).

Independente da perspectiva, a inovação organizacional proposta pelos negócios de impacto transforma, ao menos em teoria, a lógica operante no mundo econômico onde ela está inserida. A interação de lógicas tão diferentes desafia o racionalismo econômico ao integrar a perspectiva social e a busca pela maximização dos lucros, dando origem a hipótese de que um novo espaço social está se formando na gênese destas transformações. A lógica que norteia as ações voltadas para os interesses coletivos, presente em espaços tradicionalmente ligados aos movimentos sociais, órgãos do Estado, instituições religiosas, filantrópicas e sem fins lucrativos, será aqui denominada de lógica de impacto. Existem quatro categorias de organizações que tradicionalmente são associadas aos problemas sociais: Estado, ONG, instituições multilaterais e iniciativas de responsabilidade social corporativa (Yunus, 2008). Em contrapartida, o universo dos negócios e das organizações do mercado tradicional, onde a busca por retorno financeiro é a finalidade principal, será denominada de lógica tradicional. Yunus (2008) sugere que a teoria econômica implícita no sistema capitalista onde o indivíduo atomizado dedica sua vida apenas na busca pelo lucro força a realidade a imitar a teoria ao invés do caminho contrário, estreitando a visão da natureza humana ao negar a multidimensionalidade quando isola aspectos sociais, emocionais e políticos da subjetividade humana na construção do *homo economicus*. Este trabalho busca contribuir para a investigação sobre os negócios de impacto brasileiros com base na sociologia econômica, acreditando que falte sentido às explicações de uma transformação econômica baseadas somente em análises econômicas, sem considerar a complexa integração entre os fenômenos ditos sociais e econômicos. Partindo da hipótese de que esse novo modelo organizacional surge da interação de agentes vindos de diferentes

espaços sociais que influenciam e foram influenciados pelas estruturas sociais do seu espaço de origem. A noção bourdieusiana de espaço social é uma abordagem relacional que define a sociedade como uma representação de espaços que são conjuntos de posições onde os agentes são distribuídos em função de seus capitais - variáveis sociais, econômicas, culturais e políticas - que agem como princípios de diferenciação em cada universo social (BOURDIEU, 1996). Assim, nosso estudo entende os agentes na relação com o espaço social, partindo da premissa de que a constituição dos universos sociais tem estruturas profundas, muitas vezes invisíveis à primeira vista.

Se a lógica da transformação das práticas toma formas diferentes segundo as situações econômicas e sociais nas quais ela se realiza (BOURDIEU, 1979), uma análise da estrutura social do espaço é um valioso instrumento para a análise das transformações de modelo de negócios. Assim, a inovação organizacional advinda dos negócios de impacto sugere a hipótese da formação de um novo espaço social baseado em uma rede de vínculos sociais e econômicos que dão ao grupo sua unidade, demandando uma investigação dessa estrutura. Entender como o espaço social é formado, quem são e como estão posicionados os agentes em relação ao sistema econômico é o ponto de partida do esforço para se entender o modelo organizacional de uma amostra dos negócios de impacto brasileiros.

Para tanto, nos debruçamos sobre um estudo de caso sobre a organização Artemisia, um importante agente no espaço, fundadora da primeira gestora de investimentos de impactos do Brasil. Se trata de uma associação civil sem fins econômicos e lucrativos, fundada em 2004 na cidade de São Paulo que se autodenomina pioneira no fomento de negócios de impacto social brasileiros ao se classificar como uma aceleradora com a missão de inspirar, capacitar e potencializar empreendedores para a geração de negócios de impacto social que ofereçam, de forma intencional, soluções escaláveis para problemas sociais da população de baixa renda (ARTEMISIA, 2017). O primeiro passo do estudo foi uma revisão teórica sobre os negócios de impacto, partindo para a construção do espaço social do estudo de caso através da identificação dos agentes e seus marcadores culturais e econômicos para representação de seus capitais. Os marcadores culturais foram

analisados através da trajetória acadêmica de cada agente, enquanto o marcador econômico foi identificado pela trajetória profissional e pelas características principais das empresas em que o agente é sócio ou proprietário. A coleta de dados ocorreu da seguinte forma: informações publicadas em sites das organizações foram utilizadas para identificação da estrutura organizacional; a trajetória profissional dos agentes foi analisada através do LinkedIn; e as informações das empresas foram coletadas por meio dos dados de cada CNPJ disponibilizada pela Receita Federal.

2. Metodologia

O modelo de negócios de impacto supõe uma nova relação entre o empresário e a sociedade, tornando imperativo saber quem são esses agentes e como eles se distribuem na composição do novo espaço social que integra duas lógicas principais, a tradicional e a de impacto. Dessa forma, a construção deste objeto de pesquisa tem inspiração na noção de espaço social (BOURDIEU, 1996) ao entender a sociedade como uma representação de espaços sociais que são conjuntos de posições onde os indivíduos são distribuídos em função de seus capitais - variáveis sociais, econômicas, culturais e políticas que agem como princípios de diferenciação em cada universo social. Com essa lente teórica, entendemos que ao transformar o modelo de negócio, a proposta dos negócios de impacto também altera a lógica de mercado do mundo econômico onde está inserida, formulando a hipótese de que um novo espaço social está se formando na gênese destas transformações.

Para a investigação deste novo espaço social, foi realizado um estudo de caso, partindo do princípio de que a estrutura social cria espaços de poder e que a posição dos agentes nessa estrutura é diretamente relacionada com a distribuição dos diferentes tipos de capital (BOURDIEU, 1996). Tomando como objeto a aceleradora de negócios de impacto Artemisia, sua estrutura organizacional foi explorada em três níveis de análise, delimitados de acordo com o fluxo de capital econômico do processo de aceleração, com início nos agentes investidores, a própria organização e finalizado nas empresas que passaram pelo processo de aceleração. No primeiro nível de análise, onde

estão os agentes investidores, está a principal fonte de recursos do processo de aceleração, é onde a aceleradora faz a captação de investimentos para as empresas aceleradas. O segundo nível compreende a estrutura organizacional da aceleradora. E o terceiro nível trata das empresas que foram selecionadas para o programa de aceleração da Artemisia entre os anos de 2010 e 2017. Em cada nível de análise, a estrutura organizacional das organizações foi identificada a partir das informações publicadas em seus próprios sites e das informações do CNPJ cadastrado na Receita Federal. A trajetória profissional dos agentes foi analisada através do LinkedIn, uma plataforma online que tem como objetivo conectar profissionais por meio de uma rede social onde cada agente descreve sua trajetória incluindo cargos, empresas, formação acadêmica e rede de contatos.

A análise da trajetória profissional contém, para cada agente, dados sobre: o tempo de carreira, calculado a partir do ano do seu primeiro emprego; as empresas em que trabalhou; e o tipo de trajetória no momento da coleta de dados - categoria criada para análise das trajetórias profissionais de acordo com atuação em empresas de lógica tradicional ou de impacto. A categorização dos tipos de trajetórias profissionais tem o intuito de identificar o caminho percorrido por cada agente, verificando se o mesmo: 1) iniciou sua carreira na lógica tradicional e migrou para lógica de impacto, ou seja, no início de sua carreira atuou em empresas tradicionais e depois passou a atuar em empresas que buscam impacto social; 2) iniciou sua carreira na lógica tradicional e posteriormente se tornou empreendedor ou investidor de empresas na área de impacto social; 3) manteve-se na lógica tradicional de sua área de formação sem atuar em empresas de impacto social; 4) iniciou sua carreira e permaneceu em espaços da lógica de impacto; 5) iniciou sua carreira e se tornou empreendedor ou investidor de empresas com lógica de impacto.

Para cada empresa acelerada foram coletados os dados: Nome fantasia da organização; Área de atuação; Presença do termo Negócio de Impacto ou similar nas informações institucionais disponíveis no site próprio da empresa; Localização; Código da natureza jurídica/constituição jurídico institucional da empresa; Principal atividade econômica; Valor estabelecido pelos sócios ou acionistas no momento da abertura para o início das atividades e manutenção

da organização; Data de abertura; Data que passou pelo programa de aceleração da Artemisia; Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ); Razão Social. A chave das buscas foi o CNPJ de cada empresa, pois a Receita Federal dá livre acesso às informações da organização e seu quadro societário.

A análise da posição dos agentes e seus capitais possibilitou o mapeamento do espaço social acerca da aceleradora e a contextualização do conceito de negócios de impacto utilizado frente as principais correntes teóricas sobre o tema.

3. A aceleradora Artemisia

A Artemisia é uma associação sem fins lucrativos que se declara como pioneira na disseminação do conceito dos negócios de impacto no Brasil, iniciando seu programa de aceleração em 2010 ao selecionar empreendedores com propósito de gerar impacto social e oferecer-lhes suporte na busca de soluções para a consolidação de seus modelos de negócio. A associação tem por objetivo “inspirar, desenvolver e articular pessoas e instituições para construir uma nova geração de negócios sociais cujos produtos e serviços contribuam para a redução da pobreza e o desenvolvimento social e sustentável” (ARTEMISIA, 2017). A fundadora da organização tem um importante papel na construção do espaço brasileiro, Kelly Michel é uma norte americana herdeira de uma família empresária que teria conseguido convencer os familiares a destinar uma fatia do patrimônio a investimentos de impacto (CARDIAL, 2023). Formada em administração de empresas pela HEC Paris, Kelly também é fundadora da Potencia Ventures, organização global de investimento em mercados emergentes e cofundadora da Vox Capital, a primeira gestora de investimentos de impactos do Brasil, criada em conjunto com Daniel Izzo, ex-executivo da Johnson & Johnson e Antonio Ermírio de Moraes Neto, herdeiro do grupo Votorantim e pertencente a uma das três famílias mais ricas do Brasil, seu avô foi um dos primeiros bilionários a aparecer no primeiro ranking mundial de riqueza da Forbes em 1987³. O

³ Perfil de Antônio Ermírio de Moraes na Forbes: <https://www.forbes.com/profile/antonio-ermirio-de-moraes/?sh=3557e3792530>

conjunto das organizações criadas por Kelly, Artemisia, Potencia Ventures e Vox Capital é central no desenvolvimento dos negócios sociais brasileiros.

O patrimônio da associação, adquirido sob a forma de doações, legados, subvenções ou auxílios deve ser administrado e utilizado apenas para o estrito cumprimento das suas finalidades sociais, sendo vedada a distribuição de qualquer parcela de seu patrimônio, receita e eventuais excedentes operacionais e dividendos entre os associados, diretores, instituidores, benfeitores, conselheiros, patrocinadores ou qualquer outra pessoa física ou jurídica. O volume do fundo e quem são seus doadores são mantidos em sigilo e sua fundadora se mantém distante da vida pública⁴. O slogan presente em seu manifesto e em diversos materiais de divulgação da organização é direcionado aos empreendedores e investidores: “Entre ganhar dinheiro e fazer a diferença, escolhemos ficar com os dois” (ARTEMISIA, 2017). Como resultado da atuação da aceleradora nos 15 anos analisados, 180 negócios foram acelerados somando 126 milhões de reais articulados em investimentos.

O papel da Artemisia nos negócios de impactos brasileiros é reforçado pelos prêmios que as empresas que passaram pela aceleração da Artemisia foram vencedoras como o de "Empreendedor do Ano" da Fundação Schwab em 2015; programa SAP Expoentes em parceria com a Endeavor 2015; concurso *Acelera Startup*, organizado pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e pelo Comitê Acelera FIESP (CAF); WSA, a maior premiação de conteúdo digital do mundo; Prêmio Empreendedor Social realizado pela Folha de São Paulo em parceria com a Fundação Schwab; Prêmio SESI SENAI LIDE Educação promovido pelo Grupo de Líderes Empresariais; etapa Brasil do IBM SmartCamp 2013, programa global de empreendedorismo da IBM; título de melhor aplicativo de inclusão social do mundo durante o prêmio *World Summit Award Mobile* 2013, realizado pela ONU; EIF - *Latin American Impact Economy Innovations Fund*, concedido pela *Rockefeller Foundation*, *Omidyar Network*, *Fundación Avina* e *Avina Americas*;

⁴ https://www.linkedin.com/posts/kelly-michel-a67a59_a-discreta-empreeendedora-que-definiu-o-investimento-activity-7143571926190366720-1nsa?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

programa Start-Ed da Fundação Lemann. Também como formas de reconhecimento, a associação integra o Conselho Nacional da Semana Global de Empreendedorismo composto por 10 organizações responsáveis pela estratégia do movimento a nível nacional.

O programa de aceleração de negócios de impacto tem diferentes formatos a cada ano e as informações detalhadas de cada programa não fica disponível publicamente depois de realizado. O programa do ano de 2017, data da coleta de dados deste trabalho, teve duração de 6 meses e abriu inscrições para empresas de todo o Brasil. Quatro módulos foram implementados como parte do programa: Modelo de Negócio, Impacto Social, Marketing & Vendas e Acesso a Investimento. As inscrições realizadas online exigiam o preenchimento de um formulário com informações da organização e o estágio em que o negócio se encontra, além do pagamento da taxa para a participação no processo de aceleração no valor de R\$15.000,00. Todo ano uma turma é acelerada e tem entre 12 a 15 empresas participantes. A aceleradora destaca que não cobra participação acionária das empresas aceleradas e subsidia os custos do programa de aceleração, sendo o valor cobrado na inscrição uma taxa de comprometimento dos empreendedores.

Após inscrição, os interessados são escolhidos de acordo com 4 critérios de seleção: impacto social, empreendedores, potencial de escala e estágio de maturidade. Medir impacto social é avaliar as mudanças em uma comunidade, população ou território a partir da inserção de uma variável conhecida no negócio social em uma relação causal observada entre a mudança e a variável (BRANDÃO et al., 2014), como por exemplo o acompanhamento de indicadores como números de beneficiados, atendimentos realizados, atuação geográfica e impacto ambiental. O potencial de escala avalia modelos de negócios lucrativos que ofereçam soluções escaláveis com potencial de atender milhares de brasileiros. E estágio de maturidade avalia desde startups em validação de mercado até negócios em fase de crescimento, com modelo consolidado que estejam buscando rápido avanço para impactar o maior número de pessoas possível. Os negócios devem obrigatoriamente: oferecer produtos e serviços para a população de baixa renda, preferencialmente nas áreas de saúde, educação, habitação e serviços

financeiros; ser lucrativos e escaláveis, com potencial de atender milhares de pessoas das classes CDE; estar nas fases desde testes de protótipo/produto no mercado até *startups* com produtos lançados buscando rápido crescimento. Além do histórico do empreendedor, a aceleradora afirma buscar por empreendedores que “tenham intenção genuína de mudar o Brasil para melhor” (ARTEMISIA, 2017).

A aceleradora divulga as seguintes empresas como parceiras: Potencia Ventures, Fundo Socioambiental Caixa, Omidyar Network, Facebook, Ford Motor Company Fund, Instituto Sabin, Instituto AES, Banco Interamericano de Desenvolvimento, Fundação Lemann, Fundação Cargill, Pinheiro Carrenho Advocacia, Fundação Arymax, YOD Consultoria, Plugin Contábil e NELM Advogados, UN Global Compact, Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (CEATS), Aspen Institute, FGV, Instituto de Pesquisas Ecológicas (IPE), Porto Digital, os prêmios Empreendedor Social e Empreendedor Social do Futuro da Folha de São Paulo, Brasil Júnior, AIESEC e Social Good Brasil.

3.1 Os investidores da Artemisia

Os agentes investidores, chamados pela Artemisia de fundo parceiro, são formados pelo conjunto de seis organizações: Acelera Partners, LGT, Vox Capital, Virtuose, MOV Investimentos e Village Capital. Os fundos de investimento Acelera *Partners*, Vox Capital e MOV Investimentos são organizações brasileiras, enquanto *LGT* e *Village Capital* são organizações internacionais. A organização Virtuose não integrou o corpus de análise pelo fato de não disponibilizar qualquer informação sobre a empresa. Todavia, foram encontradas informações sobre o fundo em diversas reportagens de revistas e jornais, afirmando que se trata de um Fundo de Investimento em Participações criado pela família Gradin, sócia do grupo Odebrecht⁵. As demais empresas possuem sites institucionais e divulgam as organizações em que realizaram investimentos.

⁵ Fundo Virtuose:

- 1) <https://istoedinheiro.com.br/a-melhoria-do-planeta-num-plano-de-negocio/>
- 2) <https://direitosp.fgv.br/evento/desafios-ao-financiamento-de-negocios-sociais-brasil>

O cruzamento do portfólio dos investidores com o portfólio da Artemisia mostrou que o Acelera Partners é o fundo parceiro que mais investiu nas empresas aceleradas pela Artemisia, um total de 36 empresas. O *Acelera Partners* é um fundo de investimento da Microsoft Ventures que engloba o fundo Brasil Aceleradora de Startups (FIP), a aceleradora Aceleratech e o Fundo Micro-VC (Brasil Aceleradora de Startups FIP), sendo uma empresa de investimentos de capital 100% nacional, criada com o objetivo de “promover o empreendedorismo e a inovação através de uma rede de aceleração empresarial de valor compartilhado”. A MOV Investimentos se define como uma gestora brasileira de investimentos de impacto, com a missão de “investir e co-criar empresas inovadoras que ofereçam oportunidades a uma população menos favorecida e/ou promovam o uso sustentável de recursos naturais”. O LGT se define como um investidor de impacto que “busca atingir retornos financeiros atraentes e impacto sociável positivo mensurável e positivo. Com sede na Suíça e em Londres, a empresa tem equipes na América Latina (Brasil), África Oriental (Quênia), Índia e Reino Unido. A Vox Capital aporta capital financeiro e intelectual em troca de 20% a 35% da participação acionária da empresa investida com objetivo de “melhorar as formas atuais de prestação de serviços nos setores de saúde, educação e serviços financeiros”. O último investidor, a Village Capital é uma empresa sediada em Washington com atuação nos Estados Unidos, África subsaariana, Ásia, Oriente Médio, e Europa, com objetivo de “encontrar, treinar e investir em empreendedores empenhados em resolver problemas do mundo real”.

3.2 A estrutura organizacional da aceleradora

Para análise da Artemisia, a estrutura organizacional considerada é composta pelos colaboradores da organização, dividida entre equipe, conselho e rede de mentores no processo de aceleração. A equipe interna conta com 21 colaboradores com as funções descritas pela própria organização: Analista de Negócios; Administrativo Financeiro; Atendimento; Busca & Seleção; Comunicação & Marketing; Consultoria Estratégica e Advisor da Potencia Ventures; Conselheiro Fiscal; Diretoria Executiva; Diretora-Executiva Anjos Do Brasil/Fundadora Mia; Fundadora e Presidente do Conselho; Gerente

Administrativo Financeiro; Gerente de Projetos; Gerente de Relações Institucionais; Gestor de Negócios e Aceleração; Parcerias; Projetos.

A variável Tipo de Trajetória mostra que a maioria da equipe Artemisia (48%) iniciou sua carreira na lógica tradicional e migrou para lógica de impacto. Seguidos de 8 integrantes (38%) que iniciaram sua carreira e permaneceram na lógica de impacto. Considerando que dos 21 integrantes da equipe, 10 iniciaram a carreira na lógica tradicional e depois entraram no espaço da lógica de impacto e 8 deles já iniciaram a carreira em empresas onde a lógica de impacto se destaca, é possível concluir que profissionais de ambas as esferas, tradicional e de impacto, constituem a equipe em proporções próximas. Deve-se considerar que os cargos de Comunicação & Marketing, Conselho Fiscal, Busca & Seleção e Gerente Administrativo Financeiro são ocupados por profissionais que iniciaram sua carreira na Artemisia, não tendo, portanto, experiência profissional anterior.

A variável tempo de carreira que calcula o tempo de carreira de cada colaborador de acordo com o ano de seu primeiro emprego, mostra que os profissionais integrantes do conselho possuem mais de 15 anos de carreira, enquanto os demais têm em média 5 anos de carreira. A trajetória acadêmica da equipe Artemisia foi analisada e todos os integrantes da equipe possuem curso de graduação e apenas 12 possuem pós-graduação (57%). A USP foi a universidade com maiores egressos na equipe Artemisia, com 11 profissionais (52%), seguida do Insper, com 4 (19%) e FGV, Mackenzie e Unicamp com 3 egressos cada (14%). A nível internacional estão as instituições *Harvard*, *American University Washington*, *HEC Paris* e *Yale University*. A área da formação acadêmica dos profissionais integrantes da equipe Artemisia não é homogênea, apesar do curso de Administração ter sido a escolha de mais de 30% da equipe. Apenas 5 profissionais (21%) tiveram formação na área específica de impacto social e foram elas: Especialização Avaliação de Programas Sociais, MBA em Gestão de Negócios Socioambientais, Mestrado Gestão Socioambiental para a Sustentabilidade na USP, Investimento em Negócios de Impacto Socioambiental no Insper e o curso de Negócios Sociais e Inclusivos no *Yunus Social Business Centre*.

3.3 Mentores da Artemisia

No programa de aceleração Artemisia, um grupo de profissionais atua diretamente com os participantes formando a rede de mentores e de acordo com a definição da Artemisia: “Os mentores são empreendedores, executivos e lideranças com experiência comprovada em sua trajetória profissional que ajudam o empreendedor a enxergar aspectos novos de seu negócio, questionam premissas pré-estabelecidas, abrem portas comerciais e compartilham experiências e informações, de forma voluntária”. A rede de mentores tem 43 profissionais que foram analisados da mesma forma que a equipe Artemisia, por meio da análise da trajetória profissional que contém, para cada agente, dados sobre: o tempo de carreira calculado a partir do ano do seu primeiro emprego; as empresas em que trabalhou; e o tipo de trajetória - categoria criada para análise das trajetórias profissionais de acordo com atuação em empresas de lógica tradicional ou de impacto. Apenas um integrante da rede não possui currículo online no LinkedIn, que ficou, portanto, fora da análise. O tempo de carreira da rede de mentores mostra que apesar de quase 70% dos integrantes da rede terem 10 anos ou mais de carreira, há mentores que com apenas 2 anos de carreira. O tipo de trajetória mostra que 21 dos profissionais da rede de mentores Artemisia (50%) se manteve na lógica tradicional de sua área de formação. Para os demais integrantes da rede de mentores, foram verificados 8 profissionais com o tipo 2 de trajetória, que iniciaram sua carreira na lógica tradicional, mas empreendem na área de impacto; 5 integrantes com o tipo 4, que iniciaram a carreira na lógica de impacto e permaneceram em empresas da mesma lógica; 4 integrantes com o tipo 5, que indica quem começou e também empreendeu na lógica de impacto; 4 integrantes para o tipo 1 de trajetória, que iniciou a carreira na lógica tradicional e mudou para empresas com lógica de impacto no decorrer da carreira.

A análise da formação acadêmica da rede de mentores, mostra que dos 42 integrantes da rede, apenas 1 não possui curso de graduação, todos os demais possuem graduação e 37 possuem pós-graduação (88%). Assim como na equipe Artemisia, a USP foi a universidade com maior número de egressos também na rede de mentores, com 23 egressos (54%). A instituição ESPM é a

segunda instituição mais recorrente, com 9 egressos. Seguida da PUC com 6, FGV com 5, Columbia University e Mackenzie com 4, e Insper, UFMG e UnB com 3. Foram verificadas 23 instituições internacionais, com um total de 33 cursos de graduação e pós graduação. A área de formação acadêmica da rede de mentores, assim como da equipe Artemisia, também não é homogênea, com a maior concentração na área de Administração, seguida do Direito, Marketing e Economia. Apenas 7 mentores (16%) tiveram formação ligada diretamente a lógica de impacto, com os cursos de: Liderança em Organizações Sem Fins Lucrativos, Responsabilidade Social Corporativa e Terceiro Setor, Filantropia, Investimento em Negócios de Impacto Social, Liderança em Organizações Sem Fins Lucrativos, Negócios Sociais e Responsabilidade Social Corporativa e Terceiro Setor.

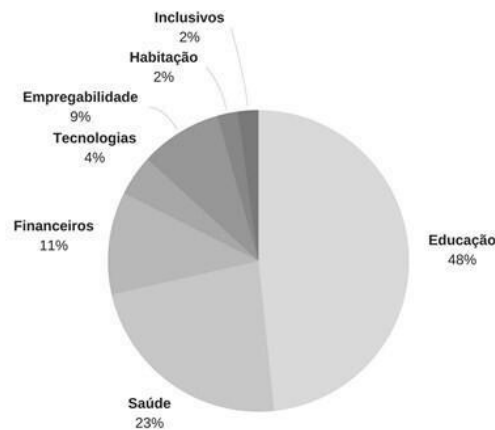
3.4 As empresas aceleradas

A análise das empresas aceleradas é composta pelo portfólio da Artemisia⁶, disponibilizado no site da organização e com último acesso em outubro de 2017, onde são apresentadas as empresas que participaram do programa de aceleração da Artemisia desde o ano de 2010, totalizando 87 organizações apresentadas no ANEXO 1.

A Figura 2 mostra a distribuição das empresas aceleradas de acordo com as áreas de atuação seguindo as categorias originais criadas pela própria Artemisia em seu portfólio: Educação; Saúde; Serviços Financeiros; Tecnologias Assistivas; Empregabilidade; Habitação; Negócios Inclusivos; Infraestrutura; Outros. A Educação se mostrou como área prioritária, já que 44 empresas aceleradas (48%) atuam na área da Educação.

⁶ Portifólio Artemisia: <https://artemisia.org.br/empreendedores/>

FIGURA 2. GRÁFICO DAS ÁREAS DE ATUAÇÃO DAS EMPRESAS ACELERADAS SEGUNDO AS CATEGORIAS CRIADAS PELA ARTEMISIA.



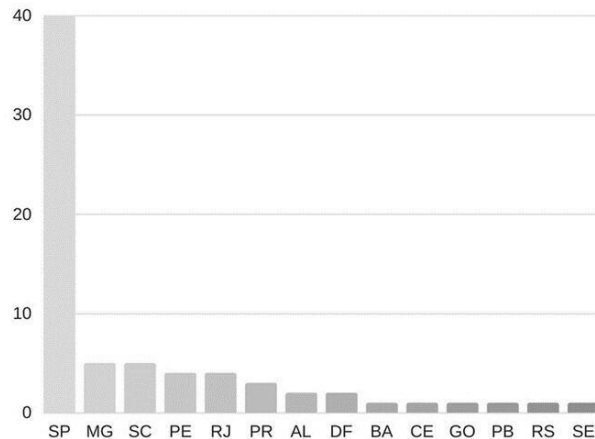
Fonte: Elaboração própria.

A segunda e terceira maior área de atuação são respectivamente a Saúde, com 21 empresas (23%) e a área de Serviços Financeiros com 10 empresas (11%). A categoria Outros contém apenas 1 empresa, atuante na área de políticas públicas. Das 87 empresas aceleradas, 16 empresas não foram consideradas nas análises seguintes porque tiveram o CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) baixado devido a extinção ou por não terem sido encontradas nenhuma informação sobre a mesma além da sua citação no portfólio, resultando então num total de 71 organizações para análise.

A variável Descrição buscou a presença do termo Negócio de Impacto ou similar nas informações institucionais disponíveis no site próprio da empresa, com exceção das empresas Prô e Sementes Brilhantes, que não possuem site. A empresa Corujão é a única empresa que se define como um negócio social, além dela, outras 2 empresas apesar de não se definirem como tal, citam o impacto social em sua descrição, é o caso da do Instituto Alpha Lumem que se define como “uma entidade sem fins lucrativos que busca soluções de impacto social através de ações educativas” e o Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI) que tem como missão “Promover desenvolvimento humano construindo soluções inovadoras, com potencial de escala, para problemas sociais, por meio de metodologias que associam Arte, Ciência e Tecnologia, em colaboração com as comunidades”. As demais empresas não apresentam qualquer citação sobre negócio de impacto, social ou termos similares em sua descrição.

A distribuição geográfica das empresas aceleradas por cidade mostra que a maioria das empresas está localizada na cidade de São Paulo. Além de 29 empresas estarem sediadas na cidade de São Paulo (40%), a Figura 3 mostra que a grande concentração das empresas aceleradas está no estado de São Paulo, totalizando mais da metade das empresas aceleradas.

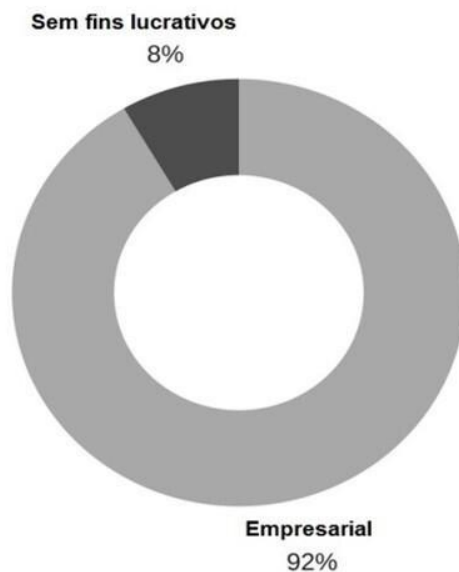
FIGURA 3. DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DAS EMPRESAS ACELERADAS PELA ARTEMISIA, POR ESTADO.



Fonte: Elaboração própria.

A natureza jurídica das empresas foi codificada de acordo com Comissão Nacional de Classificação (CONCLA), que tem por objetivo a identificação da constituição jurídico-institucional das entidades públicas e privadas nos cadastros da administração pública do país. A categoria de Sociedade Empresária Limitada é a categoria de 60% das empresas, que são categorizadas como entidades dotadas de personalidade jurídica de direito privado, com investimento inicial dividido entre os sócios. A maioria das empresas que receberam aceleração da Artemisia se enquadra como entidade empresarial, exceto pelas empresas Arte Despertar, Instituto Alpha Lumen, Casa Angela, Instituto Movere e IPTI que são classificadas como entidades sem fins lucrativos, como ilustrado na Figura 4.

FIGURA 4. NATUREZA JURÍDICA DAS EMPRESAS ACELERADAS PELA ARTEMISIA DE ACORDO COM A CONCLA.



Fonte: Elaboração própria.

Não há uma formatação legal que defina o negócio de impacto brasileiro e a maioria das organizações analisadas têm natureza jurídica de empresas tradicionais. O formato e a ausência de uma restrição quanto à distribuição dos lucros aproximam o modelo das empresas aceleradas a corrente teórica norte americana, enquanto o afasta da teoria europeia que prevê formatos legais específicos para empresas sociais e legislações que restringem o lucro. A natureza jurídica das empresas aceleradas abrange organizações que podem não ser motivadas por um objetivo social, assim como a perspectiva norte americana que evidencia o papel do empreendedor dos setores privado como o agente de mudança sem restrição quanto à distribuição dos lucros obtidos.

Ainda de acordo com a CONCLA, a principal atividade econômica das empresas foi classificada conforme o código cadastrado no CNPJ referente à Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), que é a classificação oficialmente adotada pelo Sistema Estatístico Nacional e pelos órgãos federais gestores de registros administrativos. Ao analisar a principal atividade econômica de cada empresa de acordo com seu CNAE é possível observar que 55% das empresas aceleradas são classificadas como empresas de tecnologia. Apesar destas empresas desenvolverem softwares como sua função principal, elas são classificadas no portfólio Artemisia como atuantes na área Educação.

Portanto, de acordo com a classificação no CNAE, a Tecnologia aparece como área prioritária das empresas aceleradas.

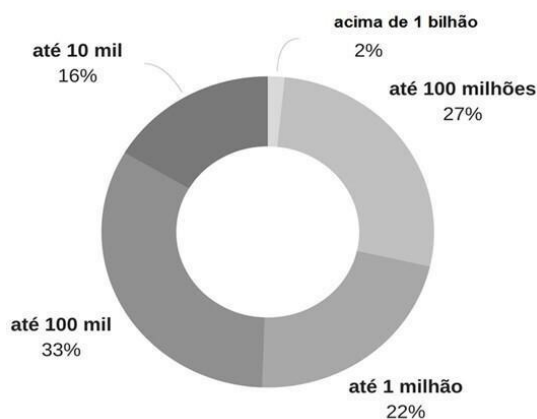
O investimento inicial das empresas é o valor estabelecido pelos sócios ou acionistas no momento da abertura para o início das atividades e manutenção da organização. Este dado foi analisado para que fosse possível visualizar o porte das empresas que participaram do processo de aceleração Artemisa. Além das 6 empresas cadastradas como entidades sem fins lucrativos citadas anteriormente, apenas 2 empresas divulgaram seu investimento inicial como zero: Banco Pérola e Conecta Mundo. A somatória do investimento inicial das 64 empresas que possuem esse dado divulgado em seu CNPJ chega aos 57 milhões de reais, demonstrando que empresas de grande porte e com alto investimento inicial participaram do programa de aceleração da Artemisia.

A data de abertura das empresas aceleradas reforça a ideia de que não apenas startups participam do programa de aceleração, já que a data de abertura da empresa mais antiga, a Casa Angela datada de 1979, tinha 36 anos de existência quando participou do programa. A data de abertura de cada empresa foi analisada em relação a sua data de participação no programa de aceleração para que se possa visualizar qual o grau de maturidade das empresas participantes. Tal análise revela que empresas com 1 ano de existência são a maioria entre as empresas aceleradas, seguidas de empresas com 4, 2, 3, 8 anos e empresas recém criadas.

Para todo CNPJ cadastrado, a Receita Federal apresenta o quadro societário da empresa, onde consta o nome do empresário e sua função na empresa e a partir destes dados foi possível identificar que a maioria das empresas aceleradas pela Artemisia possui mais de um proprietário, das 71 empresas 10 possuem apenas 1 proprietário. A partir do CNPJ das 71 empresas analisadas, a estrutura organizacional representada pelo quadro societário de cada uma delas totalizou 193 agentes, entre pessoas físicas e jurídicas, dentre os quais apenas 11 destes empresários não possuem informações divulgadas quanto às empresas de sua propriedade. Dos 182 empresários analisados, apenas 67 deles (37%) não possuem outras empresas além da empresa que foi acelerada, os outros 115 empresários (63%) são

sócios de outras empresas, indicando que são agentes originários da esfera de negócios tradicionais. O investimento inicial das empresas de cada agente também foi analisado. Por exemplo, um sócio da empresa Geekie, acelerada pela Artemisia, possui além dela, outras 11 empresas, e a somatória do investimento inicial de todas as suas empresas ultrapassam 2 bilhões de reais. A Figura 5 mostra o resultado da somatória do investimento inicial de todas as empresas pertencentes a cada empresário: 3 empresários possuem mais de 1 bilhão em investimentos iniciais de suas empresas; 49 empresários têm até 100 milhões; 40 empresários até 1 milhão; 60 até 100 mil; 30 até 10 mil.

FIGURA 5. SOMATÓRIA DO INVESTIMENTO INICIAL DAS EMPRESAS DE CADA EMPRESÁRIO QUE PARTICIPOU DO PROCESSO DE ACELERAÇÃO DA ARTEMISIA.



Fonte: Elaboração própria.

A análise dos agentes proprietários das empresas que passaram pelo programa de aceleração, indica que os serviços oferecidos pela Artemisia são destinados, principalmente, aos indivíduos da esfera de negócios tradicionais que possuem outras empresas e capital econômico adquirido em espaços da lógica tradicional que agora serão articulados no novo espaço dos negócios de impacto.

4. A Artemisia e o conceito de espaço social

Nosso estudo demonstrou que apesar do conceito de negócios de impacto sugerir a integração de lógicas de espaços distintos, poucos agentes vindos de espaços com predomínio da lógica de impacto constituem o espaço acerca da Artemisia. O custo de participação no processo de aceleração é relativamente alto quando pensado dentro do espaço da lógica de impacto, principalmente pelo processo não oferecer garantia de acesso a investimentos,

sugerindo um público alvo com certo capital econômico. Dentro dos mentores, poucos tiveram alguma formação voltada a lógica de impacto, são em sua maioria, agentes estabelecidos no campo dos negócios tradicionais. As empresas aceleradas também se distanciam da lógica de impacto, apenas uma delas se identifica como um negócio social, todas as demais não mencionam nada relacionado a lógica de impacto em suas descrições. Além disso, as empresas aceleradas tiveram, na maioria das vezes, um alto investimento inicial e seus empresários possuem outras empresas além da empresa que foi acelerada. A análise destes empresários mostrou que a maioria deles possui empresas de capital inicial acima de um milhão de reais, sendo que metade destes investimentos superam o investimento inicial de cem milhões de reais. Os marcadores econômicos dos agentes constituintes do espaço indicam que o processo de aceleração atua como um circuito de legitimação que se dá entre os agentes que se legitimam uns aos outros a partir do alto capital econômico, cultural e simbólico adquiridos na lógica tradicional. Por meio do processo de aceleração, a aceleradora, os agentes investidores e empreendedores constroem e legitimam o que definem como modelo organizacional de impacto, sem necessariamente criar de um novo espaço social ou fomentar a fusão de lógicas distintas.

O espaço social pode ser observado ao mesmo tempo como consequência e como condição para transformações, e a condição econômica dos agentes está diretamente ligada às suas disposições econômicas (BOURDIEU, 1979). A aceleradora Artemisia oferece o programa de aceleração a um custo de R\$15.000,00, se dedica a “encontrar talentos para mudar o mundo” e incentiva a busca por carreiras de significado acreditando que “muitas pessoas deixam de seguir suas vocações e suas paixões, com medo de arriscar algo novo. As garantias podem ser menores, as incertezas podem ser maiores que as recompensas imediatas — ainda assim, há espaço para uma transição de carreira significativa”⁷. Evidenciando que existem condições materiais de existência que influenciam a relação que os agentes têm com o futuro, como no caso da Artemisia onde agentes estabelecidos no mercado

⁷ Artemisia: Como construir uma carreira com significado. Disponível em: <https://artemisia.org.br/como-construir-uma-carreira-com-significado/>.

tradicional constroem uma estrutura para criação de projetos individuais (transição de carreira na busca por propósito) e coletivos (ao adicionar mais objetivos além do lucro para suas empresas). Essa ação de criar e construir possibilidades objetivas de futuro são disposições que têm sua gênese enraizada nas condições econômicas e sociais dessa elite financeira que se legitima no espaço criado pela mesma.

Na lente bourdeseana, tanto a forma de pensar como a forma de não pensar o futuro define a situação de classe do agente e são definidas pela sua situação econômica, estando aí a gênese de todas as suas práticas. Quando olha para o desencantamento do mundo na transição de sociedades pré-capitalistas, Bourdieu (1979) avalia que o alargamento do campo dos possíveis se relaciona diretamente com as condições materiais de existência de cada indivíduo, apoiando uma explicação para a formação do espaço social analisado, um espaço formado por e para uma elite empresarial enraizada na lógica tradicional. As aspirações têm os mesmos limites do campo das possibilidades objetivas, assim, as esperanças de futuros são mais próximas da realidade quanto maiores às possibilidades concretas que podem ser analisadas por marcadores como o nível de instrução e a posição em relação ao sistema econômico. O campo do futuro real, o que é realmente acessível, se aproxima da posição na hierarquia social, logo, o futuro a que cada agente se propõe tem gênese na classe social à qual ele pertence. As disposições econômicas fazem referência à situação econômica e social que estrutura toda a experiência através da mediação da apreensão subjetiva do futuro objetivo e coletivo por cada agente. A relação ao futuro dos agentes do espaço social construído pela Artemisia corresponde ao sistema de práticas e de disposições de uma elite empresarial brasileira.

Pensando nisso, no decorrer das análises da trajetória e estrutura organizacional da Artemisia não foram identificados agentes que fossem referência em espaços onde a lógica de impacto é predominante. No entanto, foram identificados agentes que indicam a presença de uma elite do espaço da lógica tradicional no espaço social objeto deste estudo. Como é o caso do fundador da Investidora Kviv Ventures e sócio da empresa acelerada Avante, que é herdeiro da maior rede de varejo do Brasil, a Casas Bahia, e sócio e

responsável pela rede Ponto Frio. Herdeiros de grandes empresas tradicionais como do Grupo Odebrecht e da JSL Logística, maiores empresas de suas áreas no país, também atuam no espaço como sócios ou investidores de empresas aceleradas pela Artemisia. Assim como o fundo Mov Investimentos, criado pelos fundadores da empresa Natura, o Virtuose criado pela família que detém ações do grupo Odebrecht e a Vox Capital, criada pelo herdeiro de um dos maiores conglomerados privados do país, o grupo Votorantim.

A evidência da presença desta elite de negócios tradicionais no espaço não apenas como investidores, mas atuando também como empresas aceleradas, dá sentido ao espaço formado por agentes de alto capital econômico estabelecido na lógica de mercado tradicional que ao passar pela Artemisia criam empresas pautadas também pela lógica tradicional, permanecendo em seu espaço de origem. Da mesma forma, a ausência de agentes e da lógica de impacto pode ser justificada pela dificuldade de se construir possibilidades objetivas de futuro que se distanciem de suas condições econômicas e sociais, como a acessibilidade ao programa de aceleração de alto custo e as conversões necessárias para que agentes vindos da lógica de impacto consigam se inserir em um espaço estruturado pela lógica tradicional. Desde a aspiração para criar modelos de negócio de impacto até a participação de fato no programa de aceleração, são disposições que correspondem a um sistema de práticas organizados em torno da realidade material de uma alta posição na hierarquia econômica e social dos agentes.

A investigação do espaço social realizada neste estudo de caso mostra que o modelo de negócio e o conceito de empresas de impacto utilizados pela Artemisia se afastam da perspectiva dos negócios sociais europeus e de países em desenvolvimento, se aproximando da corrente norte-americana, com o espaço ocupado por empresários tradicionais, sem restrição quanto à distribuição dos lucros obtidos e com grande destaque ao papel do empreendedor dos setores privados.

5. Considerações finais

Buscando contribuir para o entendimento do que são os negócios de impacto no Brasil, a análise da organização Artemisia partiu do princípio de

que a formação dos espaços sociais está diretamente ligada aos capitais adquiridos pelos agentes. Logo, consideramos que a estrutura social influencia os fenômenos econômicos, motivo pelo qual ela foi a base para construção e análise do nosso objeto de pesquisa. Observando o surgimento de um novo modelo de negócio que desafia, teoricamente, a ordem das lógicas tradicionais e de impacto, assumiu-se a hipótese de que o novo modelo de negócios está inserido em um novo espaço social em formação. O negócio de impacto supõe, teoricamente, uma nova relação entre o empresário e a sociedade, tornando imperativo saber quem são esses agentes e como se distribuem na composição do novo espaço.

Contudo, a hipótese de um novo espaço social formado por agentes oriundos do espaço da lógica tradicional e da lógica de impacto foi refutada pela investigação da estrutura organizacional da Artemisia e das empresas aceleradas. A análise dos empreendedores sociais, que são entendidos como clientes da Artemisia desde que adquiriram seus serviços ao passar pelo programa de aceleração, identificou marcadores culturais através da trajetória acadêmica e marcadores econômicos identificados pela trajetória profissional de cada agente, indicando que o programa oferecido pela aceleradora é destinado, principalmente, a uma elite empresarial de agentes já estabelecidos na esfera de negócios tradicionais que possuem outras empresas e alto capital econômico adquirido em espaços da lógica tradicional. Investigar a composição do espaço social, quem são e como estão posicionados os agentes em relação ao sistema econômico foi a estratégia utilizada para entender o modelo organizacional dos negócios de impacto implementado pela Artemisia. Modelo que se mostrou similar aos modelos de negócios estruturados na lógica tradicional, com pouca proximidade de agentes e espaços da lógica de impacto social.

Referências

Artemisia, **Negócios Sociais**. Site institucional. Disponível em: <<http://www.artemisia.org.br>>. Acesso em 01 de agosto de 2017.

Brandão, D., Cruz, C., & Arida, A. L. (2014). **Métricas em negócios de impacto social**: Fundamentos. São Paulo: ICE/Move. Borzaga, C., & Galera,

G. (2012). The concept and practice of social enterprise. Lessons from the Italian Experience. **International Review of Social Research**, 2(2).

Borzaga, C., & Defourny, J. (2001). Conclusions. Social enterprises in Europe: A diversity of initiatives and prospects. **The emergence of social enterprise**, 350-370.

Bourdieu, P. (1979). **O desencantamento do mundo: estruturas econômicas e estruturas temporais**. Editora Perspectiva.

Bourdieu, P. (1996). **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Papirus Editora.

Cardial, I. (2023). A discreta empreendedora que definiu o investimento de impacto no Brasil. **Capital Reset**, 19 dez. 2023. Disponível em: <[https://capitalreset.uol.com.br/financas/investimentos/a-discreta-empresenedora-que-definiu-o-investimento-de-impacto-no-brasil/](https://capitalreset.uol.com.br/financas/investimentos/a-discreta-empresendedora-que-definiu-o-investimento-de-impacto-no-brasil/)>. Acesso em: 19 dez. 2023.

Comini, G. M. (2016). **Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras**. 166p (Tese de Livre Docência em Administração. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo).

Dees, J. G. (2018). The meaning of social entrepreneurship 1, 2. In **Case studies in social entrepreneurship and sustainability** (pp. 22-30). Routledge.

Defourny, J., & Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and developments. **Social enterprise journal**, 4(3), 202-228.

Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. **Journal of social entrepreneurship**, 1(1), 32-53.

Galera, G., & Borzaga, C. (2009). Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation. **Social enterprise journal**, 5(3), 210-228.

Haigh, N., & Hoffman, A. J. (2014). The new heretics: Hybrid organizations and the challenges they present to corporate sustainability. **Organization & Environment**, 27(3), 223-241.

Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. **Journal of world business**, 41(1), 36-44.

Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. **Journal of world business**, 41(1), 56-65.

Resende, L. F. D. L. (2000). Comunidade solidária: uma alternativa aos fundos sociais. In **Comunidade solidária: uma alternativa aos fundos sociais** (pp. 81-81). Baggenstoss, S., & Donadone, J. C. (2013). Empreendedorismo social: reflexões acerca do papel das organizações e do Estado. **Gestão e Sociedade**, 7(16), 112-131.

Sartore, MD (2012). Da filantropia ao investimento socialmente responsável: novas distinções. *Caderno CRH*, 25, 451-464.

Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. **Business horizons**, 48(3), 241-246.

Yunus, M. (2010). **Criando um negócio social**: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade. Elsevier.

Anexo I

Lista de todas as empresas que passaram pelo processo de aceleração Artemisia entre os anos de 2010 e 2017. Fonte: Site institucional Artemisia: < <https://artemisia.org.br/>>. Acesso em 25 outubro 2017.

CO D	Empresa	Área de atuação	Cidade	UF	Data Fundação	Data Artemisia	CNPJ
1	3ID	Sáude	Brasília	D F	2009	2013	10.852.801/00 01-39
2	Aec	Educação	Recife	PE	2013	2014	17.821.467/00 01-03
3	Aondê	Educação	Rio de Janeiro	RJ	2014	2015	21.072.705/00 01-94
4	Arkos	Educação	São Paulo	SP	2011	2015	17.311.583/00 01-74
5	Arte Despertar	Sáude	São Paulo	SP	1998	2013	02.469.083/00 01-98
6	Backpacker	Educação	São Paulo	SP	2012	2012	15.665.396/00 01-63
7	Banco Pérola	Serviços Financeiros	Sorocaba	SP	2004	2012	07.050.889/00 01-60
8	BIVA	Serviços Financeiros	São Paulo	SP	2014	2015	21.353.568/00 01-66
9	Casa Angela	Sáude	São Paulo	SP	1979	2015	51.232.221/00 01-26
10	Casa Cuca	Educação	São Paulo	SP	2011	2014	14.702.357/00 01-26
11	Clínica +60 Saúde.	Sáude	Belo Horizonte	M G	2013	2013	18.627.245/00 01-09
12	Clínica Sim	Sáude	Fortaleza	C E	2008	2012	09.407.153/00 01-22
13	Concretta	Educação	Brasília	D F	2012	2016	16.578.812/00 01-59
14	CONNECTA MUNDO	Educação	São Carlos	SP	2011	2015	04.098.551/00 01-90
15	Controly	Serviços Financeiros	São Paulo	SP	2014	2015	20.855.875/00 01-82
16	Corujao	Educação	São Paulo	SP	2014	2014	21.180.175/00 01-06
17	COS Odonto	Sáude	Goiânia	G O	2009	2013	11.417.416/00 01-26

19	Dataeduc	Educação	GUARIBA	SP	2015	2014	23.802.124/00 01-96
20	Dossier Digital	Educação	Salvador	BA	2006	2012	08.278.423/00 01-80
21	Dr. Agora	Sáude	São Paulo	SP	2015	2016	21.816.352/00 01-90
22	DreamShaper	Educação	São Paulo	SP	2014	2015	21.045.313/00 01-36
23	ECTAS	Habitação	Joinville	SC	2002	2015	05.257.192/00 01-30
27	egalitê	Empregabilidade	Porto Alegre	RS	2009	2013	10.766.388/00 01-90
28	Epitrack	Sáude	Recife	PE	2014	2016	19.853.177/00 01-69
29	erêlab	Educação	São Paulo	SP	2005	2016	07.286.852/00 01-36
30	Eruga	Educação	Curitiba	PR	2013	2014	18.845.782/00 01-25
31	EvoBooks	Educação	São Paulo	SP	2011	2013	14.629.176/00 01-11
32	EWally	Serviços Financeiros	São Paulo	SP	1995	2015	00.714.671/00 01-14
33	F123	Tecnologias Assistivas	Curitiba	PR	2010	2011	12.535.751/00 01-91
34	Fábrica de Aplicativos	Educação	São Paulo	SP	2000	2010	04.013.941/00 01-10
36	GEEKIE	Educação	São Paulo	SP	2011	2012	14.504.986/00 01-41
37	Guten News	Educação	São Paulo	SP	2014	2014	20.136.232/00 01-89
38	Hand Talk	Tecnologias Assistivas	Maceió	AL	2012	2013	16.918.665/00 01-19
39	IES2 - Inovação, Educação e Soluções Tecnológicas	Educação	Itatiba	SP	2010	2013	12.652.341/00 01-20
40	imaginie	Educação	Belo Horizonte	M G	2013	2016	18.915.944/00 01-54

41	Incluir Tecnologia	Tecnologias Assistivas	Itajubá	M G	2011	2013	13.659.873/00 01-52
42	Instituto Alpha Lumen	Educação	São Jose Dos Campos	SP	2013	2014	19.136.655/00 01-10
43	Instituto Movere	Sáude	São Paulo	SP	2004	2012	06.284.677/00 01-85
44	IPTI	Educação	SANTA LUZIA DO ITANHY	SE	2003	x	05.929.852/00 01-81
45	Jeitto	Serviços Financeiros	São Paulo	SP	2014	2016	20.937.849/00 01-01
46	Joy Street	Educação	Recife	PE	2010	2013	12.054.898/00 01-60
48	Kidint	Educação	São Paulo	SP	2016	2015	24.131.763/00 01-30
49	Kidopi	Sáude	Ribeirão Preto	SP	2009	2013	10.764.558/00 01-05
50	KIDU	Educação	São Paulo	SP	2013	2014	18.064.450/00 01-03
51	Konkero	Serviços Financeiros	São Paulo	SP	2012	2013	15.752.153/00 01-62
53	Medcloud	Sáude	Ponta Grossa	PR	2011	2015	13.119.682/00 01-06
54	Meplis	Sáude	Rio De Janeiro	RJ	2011	2014	14.068.790/00 01-51
55	Meritt	Educação	Florianópolis	SC	2009	2013	11.256.503/00 01-49
56	meu tutor	Educação	Maceió	AL	2012	2016	16.668.475/00 01-90
57	Mgov	Outros	São Paulo	SP	2012	2014	16.896.559/00 01-81
58	Mobilitã	Sáude	Uberaba	M G	2014	2015	19.842.090/00 01-96
59	MonsterJ oy	Educação	Taboao Da Serra	SP	2015	2015	21.775.514/00 01-99
60	MultiOrto	Sáude	Recife	PE	2006	2014	07.990.999/00 01-02
61	NeoFuturo	Educação	Belo Horizonte	B H	2011	2013	13.704.082/00 01-05
63	Nutrisoft	Sáude	São Paulo	SP	2014	2016	20.071.583/00 01-59

65	Plataforma a Kiduca	Educação	Sorocaba	SP	2012	2012	14.897.217/00 01-50
66	Playmove	Educação	Blumenau	SC	2015	2015	23.760.357/00 01-73
68	Pró	Educação	São Paulo	SP	2013	2015	18.027.501/00 01-27
69	QMágico	Educação	São Jose Dos Campos	SP	2011	2012	14.947.607/00 01-98
70	Que Fala!	Tecnologias Assistivas	Guarulhos	SP	1994	2012	00.335.475/00 01-39
72	Sangue Bom	Sáude	Rio De Janeiro	RJ	2014	2016	20.443.599/00 01-45
73	Saútil	Sáude	São Paulo	SP	2011	2014	13.603.280/00 01-74
75	Sementes Brilhantes	Educação	São Paulo	SP	2003	2015	05.811.915/00 01-09
76	Senfio	Sáude	Rio De Janeiro	RJ	2010	2015	11.518.191/00 01-02
77	Sinapse Virtual	Educação	Campina Grande	PB	2013	2014	19.042.818/00 01-03
79	Tá Na Hora	Sáude	Rio Negrinho	SC	2013	2014	18.669.595/00 01-38
80	TÁ PAGO	Serviços Financeiros	Marilia	SP	2013	2016	17.516.702/00 01-25
81	TIC Educa	Educação	São Paulo	SP	2011	2013	14.061.833/00 01-77
82	Tô Garantido	Serviços Financeiros	São Paulo	SP	2014	2014	21.073.182/00 01-09
84	Vivenda	Habitação	São Paulo	SP	2013	2013	19.439.278/00 01-98
87	Xmile Learning	Educação	Florianópolis	SC	2013	2013	17.961.893/00 01-34