

# Paixão empreendedora em contextos de vulnerabilidade: um estudo de caso da Associação de Corredores Friburguenses



*Entrepreneurial passion in contexts of vulnerability: a case study of the Friburguense Runners Association.*

**Fábio Luciano** 

Universidade Nove de Julho – UNINOVE;  
Fatec São Paulo  
robert.richard.scripts@gmail.com

**Edmilson de Oliveira Lima** 

Universidade Nove de Julho - UNINOVE  
edmilsonolima@gmail.com

**Wallace Caetano Estevão** 

Universidade Nove de Julho - UNINOVE  
wallacepsicologo@gmail.com

**Elisabete C. Enobe** 

Universidade Nove de Julho - UNINOVE  
ecenobe@gmail.com

---

## Revista Processando o Saber

eISSN 2179-5150 · Vol 18, n. 01, 2026  
Multidisciplinar · DOI · Revisão por pares

Faculdade de Tecnologia Praia Grande – FATEC

Períodicidade: Anual  
revista@fatecpg.edu.br

**Recebido:** Jan 2026

**Aceito:** Mar 2026

**Publicado:** Jun 2026

**URL:** <https://www.fatecpg.edu.br/revista/index.php/ps/article/view/461>

**DOI:** <https://doi.org/10.5281/zenodo.20075955>



## RESUMO

O presente artigo analisa a manifestação da paixão empreendedora em contextos de vulnerabilidade social, a partir de um estudo de caso da Associação de Corredores Friburguenses. O objetivo é compreender como a paixão pelo empreendimento se articula com a ação empreendedora em um contexto marcado por restrições de recursos, desigualdades sociais e forte engajamento coletivo. Adota-se uma abordagem qualitativa, de natureza interpretativa, utilizando o método de estudo de caso, com base na análise de documentos institucionais, relatos dos participantes e observação do contexto organizacional. Os resultados indicam que a paixão empreendedora desempenha papel central na mobilização de recursos disponíveis, no fortalecimento dos vínculos sociais e na construção de sentido coletivo em torno da prática esportiva, contribuindo para a sustentabilidade da iniciativa. Observa-se que, mais do que um traço individual, a paixão assume um caráter relacional, sendo compartilhada entre os membros da associação e orientando decisões e ações diante das incertezas do contexto. Conclui-se que a paixão empreendedora, quando articulada a valores coletivos e à ação comunitária, pode atuar como elemento relevante na promoção de inclusão social e no enfrentamento das limitações estruturais presentes em contextos de vulnerabilidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Engajamento Comunitário; Sustentabilidade Organizacional; Empreendedorismo Coletivo; Inclusão Social

## ABSTRACT

*This article analyzes the manifestation of entrepreneurial passion in contexts of social vulnerability through a case study of the Friburguense Runners Association. The objective is to understand how entrepreneurial passion is articulated with entrepreneurial action in a context characterized by resource constraints, social inequalities, and strong collective engagement. A qualitative and interpretive approach was adopted, using the case study method based on the analysis of institutional documents, participants' accounts, and observation of the organizational context. The results indicate that entrepreneurial passion plays a central role in mobilizing available resources, strengthening social ties, and constructing collective meaning around sports practice, contributing to the sustainability of the initiative. Rather than being merely an individual trait, passion assumes a relational character, shared among association members and guiding decisions and actions in the face of contextual uncertainty. It is concluded that entrepreneurial passion, when connected to collective values and community-based action, can serve as a relevant element in promoting social inclusion and addressing structural limitations in vulnerable contexts.*

**KEY-WORDS:** Community Engagement; Organizational Sustainability; Collective Entrepreneurship; Social Inclusion.

## INTRODUÇÃO

A paixão empreendedora tem emergido como um tema central na literatura contemporânea sobre empreendedorismo, sendo compreendida como uma emoção afetiva complexa, persistente e multidimensional. Essa emoção influencia comportamentos individuais e dinâmicas coletivas, moldando identidades, metas, decisões e relações interpessoais em contextos organizacionais e sociais. Em ambientes marcados por escassez de recursos e instabilidade estrutural, a paixão pode assumir papel relevante como força mobilizadora, contribuindo para a continuidade e a transformação de empreendimentos orientados por propósito coletivo.

Estudos anteriores destacam o papel do afeto na identificação de oportunidades, na construção de redes de apoio e na adaptação a ambientes incertos (BARON, 2008). Cardon et al. (2009) conceituam a paixão empreendedora como uma emoção positiva intensa derivada do envolvimento com atividades centrais à identidade do indivíduo, estabelecendo uma conexão direta entre identidade e ação empreendedora. Essa relação confere à paixão uma dimensão estratégica, associada à criatividade, à persistência e à resiliência diante de desafios. Avanços recentes ampliaram essa perspectiva ao problematizar a natureza e o objeto da paixão, destacando domínios como produtos, missão ou impacto social, especialmente relevantes para empreendimentos de caráter social e de estilo de vida (CARDON; GLAUSER; MURNIEKS, 2017).

Apesar desses avanços conceituais, observa-se uma lacuna na literatura quanto à manifestação da paixão empreendedora em contextos de vulnerabilidade social, particularmente no que se refere a empreendimentos orientados ao impacto coletivo. São escassos os estudos empíricos que analisam como a paixão se articula às práticas organizacionais, às relações interpessoais e à sustentabilidade de iniciativas empreendedoras em cenários caracterizados por instabilidade e restrições de recursos.

Diante desta lacuna, este artigo busca responder à seguinte pergunta de pesquisa: como a paixão empreendedora se manifesta e influencia a ação empreendedora em um empreendimento social inserido em contexto de vulnerabilidade? A relevância da investigação reside na possibilidade de compreender como elementos afetivos e identitários contribuem para a construção de práticas empreendedoras resilientes, capazes de gerar valor social mesmo em condições adversas.

Para responder à questão proposta, adota-se uma abordagem qualitativa, de natureza interpretativa, fundamentada na teoria da efetuação (*effectuation*), que concebe o

empreendedorismo como um processo orientado pela identidade do agente, pelos meios disponíveis e pela construção contingente de parcerias (SARASVATHY, 2001). O estudo analisa o caso da Associação de Corredores Friburguenses (ASCOF), uma iniciativa de empreendedorismo de estilo de vida com impacto social, cuja trajetória evidencia a mobilização de afetos, redes sociais e recursos locais para ampliar o acesso à prática esportiva em comunidades vulneráveis.

Os resultados indicam que a paixão empreendedora, articulada à identidade dos atores envolvidos e aos vínculos comunitários, atua como catalisadora da ação coletiva e da inovação organizacional. A análise sugere que, mais do que um traço motivacional individual, a paixão assume um papel relacional e estratégico, contribuindo para a coerência das decisões, o comprometimento afetivo e a resiliência organizacional. Com isso, o artigo contribui para o campo do empreendedorismo social ao oferecer uma leitura situada da paixão empreendedora, evidenciando sua articulação com práticas de efetuação orientadas por valores pessoais e missão coletiva. (Ênfase minha)

Além desta introdução, o artigo está organizado em quatro seções: a primeira apresenta a fundamentação teórica sobre paixão empreendedora e efetuação; a segunda descreve os procedimentos metodológicos adotados; a terceira analisa o estudo de caso da ASCOF; e a quarta discute os resultados, seguida pelas considerações finais, que sintetizam as contribuições do estudo e apontam implicações para pesquisas futuras.

## **1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

A paixão empreendedora tem sido amplamente reconhecida como um elemento central na motivação, persistência e desempenho dos empreendedores, influenciando de modo significativo suas decisões e comportamentos (CARDON et al., 2009). Trata-se de uma emoção positiva intensa, consciente e acessível, que emerge do envolvimento em atividades percebidas como centrais para a identidade do indivíduo. Essa articulação entre emoção e identidade confere à paixão seu caráter distintivo no contexto do empreendedorismo, na medida em que as ações empreendedoras passam a expressar aspectos centrais de quem o empreendedor é.

Segundo Cardon et al. (2009), a paixão empreendedora manifesta-se com maior intensidade quando o indivíduo ocupa papéis específicos — como inventor, fundador ou desenvolvedor — e se engaja profundamente nas tarefas associadas a esses papéis. Essa vivência apaixonada tende a impulsionar comportamentos criativos, persistentes e resilientes,

mesmo diante de fracassos ou adversidades, configurando-se como elemento-chave para a compreensão da ação empreendedora em contextos desafiadores.

Avanços posteriores ampliaram o escopo conceitual da paixão empreendedora ao reconhecer a existência de múltiplos domínios de direcionamento emocional. Cardon; Glauser; Murnieks, (2017) identificam, entre outros, a paixão por crescimento, por pessoas, por produto ou serviço, por invenção, por competição e por causas sociais. Essa abordagem evidencia que a paixão pode ser orientada a diferentes aspectos do empreendimento, refletindo a heterogeneidade de motivações, valores e objetivos que sustentam os esforços empreendedores. No campo do empreendedorismo social, em particular, a paixão por uma causa coletiva assume papel central, atuando como força motivadora e orientadora das práticas organizacionais.

Complementarmente, o modelo dualista da paixão, proposto por Vallerand et al. (2003), introduz uma distinção fundamental entre paixão harmoniosa e paixão obsessiva. A paixão harmoniosa decorre de uma internalização autônoma da atividade empreendedora, permitindo sua integração equilibrada à identidade e à vida do indivíduo. Já a paixão obsessiva resulta de uma internalização controlada, frequentemente associada a pressões externas ou inseguranças internas, conduzindo a uma dedicação rígida e potencialmente disfuncional. No contexto empreendedor, essa distinção possui implicações relevantes, uma vez que a paixão harmoniosa tende a favorecer bem-estar, adaptabilidade e resiliência, enquanto a paixão obsessiva pode levar à sobrecarga, rigidez decisória e esgotamento.

Para compreender os processos que sustentam trajetórias empreendedoras ancoradas na identidade e na paixão, a teoria da efetuação, proposta por Sarasvathy (2001), oferece uma alternativa consistente à lógica causal tradicional. Diferentemente de abordagens que partem de metas previamente definidas, a efetuação propõe que o empreendedor construa oportunidades a partir dos meios disponíveis, compreendidos como quem ele é (identidade), o que sabe (conhecimentos e experiências) e quem conhece (rede de relações). Essa lógica se mostra particularmente adequada a contextos caracterizados por incerteza e escassez de recursos, comuns a empreendimentos sociais e de estilo de vida.

No modelo efetucional, a identidade do empreendedor ocupa posição central, influenciando decisões, vínculos estabelecidos e oportunidades mobilizadas ao longo do processo empreendedor (SARASVATHY, 2001; SILVA; LIMA, 2023). Essa centralidade da identidade torna-se ainda mais evidente no campo do empreendedorismo de estilo de vida, caracterizado pela sobreposição entre as dimensões pessoal e profissional da vida do empreendedor. Nesse tipo de empreendimento, o negócio não se configura apenas como meio

de subsistência, mas como forma de viver alinhada a valores, paixões e aspirações identitárias (LIMA; NELSON; LOPES, 2020).

Pesquisas recentes indicam que o empreendedorismo de estilo de vida frequentemente emerge a partir de meios efetuais associados a estilos de vida previamente desejados, como redes de relações, saberes acumulados e valores comunitários (LIMA, 2022; LIMA et al., 2024). Nesses contextos, a lógica da efetuação tende a se articular à bricolagem, entendida como a capacidade de recombinar recursos disponíveis de maneira criativa para enfrentar restrições materiais e institucionais (BAKER; NELSON, 2005). Essa combinação se revela especialmente eficaz em cenários de crise, instabilidade ou exclusão social, nos quais soluções adaptativas e localmente enraizadas tornam-se fundamentais.

Assim, articulação entre paixão empreendedora, identidade e efetuação oferece um arcabouço teórico consistente para a análise de empreendimentos sociais inseridos em contextos de vulnerabilidade. Quando a paixão assume caráter harmonioso e se ancora em valores identitários e coletivos, ela pode contribuir para a mobilização de recursos, a construção de vínculos comunitários e a promoção de inovação social, favorecendo a resiliência organizacional e a sustentabilidade das iniciativas empreendedoras.

## 2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, de natureza interpretativa, orientada à compreensão aprofundada de uma trajetória empreendedora inserida em contexto de vulnerabilidade social. O delineamento metodológico fundamenta-se no estudo de caso, entendido como estratégia adequada para a análise de fenômenos complexos, contemporâneos e situados, nos quais as fronteiras entre o contexto e o objeto de investigação não são claramente definidas (STAKE, 1995; FLYVBJERG, 2006). O objetivo da pesquisa não é a generalização estatística dos achados, mas a geração de *insights* analíticos capazes de contribuir para o avanço teórico sobre identidade e paixão empreendedora.

O caso selecionado é o da Associação de Corredores Friburguenses (ASCOF), fundada em 1987, cuja trajetória ao longo de mais de três décadas revela elevada capacidade adaptativa frente a crises sucessivas, escassez de recursos e transformações institucionais. A ASCOF configura-se como um campo empírico particularmente fecundo para a investigação da articulação entre identidade, emoção e ação empreendedora em um empreendimento de caráter social e comunitário.

A base empírica do estudo é composta por dados secundários oriundos de uma pesquisa qualitativa prévia (LIMA, 2022). O material analisado inclui doze entrevistas semiestruturadas com o fundador e membros da associação, realizadas entre 2019 e 2021, além de documentos institucionais (atas, estatutos, relatórios financeiros e editais), registros audiovisuais de práticas organizacionais — especialmente durante o período da pandemia de Covid-19 — e conteúdos de cobertura midiática local. Os participantes das entrevistas foram selecionados com base em sua relevância histórica e envolvimento direto com a ASCOF, sendo a maioria composta por membros com longa trajetória de participação na organização.

A análise dos dados foi conduzida à luz da lógica da efetuação (SARASVATHY, 2001), com ênfase nos componentes identitários e afetivos que atravessam a ação empreendedora. O procedimento analítico seguiu uma codificação temática iterativa, conforme proposto por Braun; Clarke, (2006), envolvendo leitura exaustiva do material empírico, identificação de padrões recorrentes e construção progressiva de categorias analíticas. Para assegurar rigor interpretativo, foram adotadas estratégias de validação entre pares (*peer checking*), bem como o uso de matrizes analíticas sistematizadas em planilhas eletrônicas, garantindo coerência interna e rastreabilidade do processo analítico.

O percurso interpretativo desenvolveu-se em três etapas principais. A primeira consistiu na reconstrução narrativa da trajetória da ASCOF, com ênfase em episódios críticos de adaptação, crise e transformação organizacional. Em seguida, realizou-se o cotejamento analítico entre os dados empíricos e os princípios teóricos da efetuação, buscando compreender como elementos identitários e afetivos influenciam decisões e práticas empreendedoras. Por fim, procedeu-se à análise das tensões e ambivalências presentes na construção da identidade empreendedora ao longo do tempo.

Como resultado desse processo, emergiram quatro categorias analíticas centrais que estruturam a análise empírica e sustentam a discussão teórica do estudo. Essas categorias, derivadas da integração entre evidências empíricas e referencial teórico, estão sintetizadas no Quadro 1, que apresenta suas denominações, descrições analíticas e fundamentos conceituais, com vistas a conferir maior clareza e transparência ao percurso metodológico adotado.

**Quadro 1 – Categorias analíticas derivadas da integração empírico-teórica**

<b>Dimensões analíticas</b>	<b>Descrição</b>	<b>Base teórica</b>	<b>Relevância no processo empreendedor</b>
Centralidade identitária	Emoção positiva intensa vinculada à prática empreendedora	Baron (2008); Cardon et al. (2009); Vallerand et al. (2003)	Alimenta persistência, engajamento e criatividade
Coerência experiencial	Integração da identidade com experiências acumuladas	Giddens (1991); Sarasvathy (2001)	Promove decisões consistentes com valores e vivências
Efetuação identitária	Uso dos meios disponíveis, vínculos e saberes locais na ação empreendedora	Baker; Nelson (2005); Sarasvathy (2001)	Permite construção progressiva da identidade e das oportunidades
Valoração afetiva	Alinhamento entre o <i>self</i> vivido e decisões situadas em contextos de pressão	Giddens (1991); Sarasvathy (2001)	Favorece adaptação com autenticidade

Fonte: Elaborado pelos autores (2026).

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção apresenta os principais achados empíricos derivados da análise do caso da Associação de Corredores Friburguenses (ASCOF), organizados a partir das quatro dimensões analíticas formuladas na seção de método: centralidade identitária, valoração afetiva, coerência experiencial e efetuação identitária. As evidências analisadas foram extraídas da base empírica sistematizada por Lima (2022) e reinterpretadas à luz da teoria da efetuação (SARASVATHY, 2001), com foco na construção dinâmica da identidade empreendedora e no papel das emoções como forças orientadoras das decisões e da continuidade organizacional.

De modo geral, os resultados revelam que a identidade empreendedora associada à ASCOF se constrói como um processo contínuo e relacional, ancorado na ação prática e no envolvimento afetivo com o empreendimento. A trajetória do fundador evidencia uma sobreposição progressiva de papéis — esportista, organizador comunitário e empreendedor social — que se integram ao longo do tempo, configurando um percurso identitário cumulativo. Esse movimento é coerente com a lógica da efetuação, segundo a qual os empreendedores constroem oportunidades a partir de quem são, do que sabem e de quem conhecem (SARASVATHY, 2001), em consonância com a noção de reflexividade do *self* proposta por Giddens (1991).

### **3.1 CENTRALIDADE IDENTITÁRIA**

A dimensão da centralidade identitária evidencia que a ASCOF não se configura apenas como um projeto organizacional, mas como uma extensão simbólica da identidade de seu fundador. Os relatos dos participantes indicam que a figura do fundador é percebida como eixo de continuidade simbólica e operacional da associação, especialmente em momentos de crise institucional e instabilidade contextual. Em episódios críticos, como a crise organizacional de 2014 e o período de isolamento social decorrente da pandemia de Covid-19, sua presença ativa funcionou como elemento de ancoragem identitária, contribuindo para a manutenção da coesão e da lógica interna da organização.

Esse achado dialoga diretamente com Cardon et al. (2009), ao evidenciar que a identidade empreendedora, quando fortemente integrada ao empreendimento, pode atuar como fonte de persistência e resiliência. A centralidade identitária observada no caso analisado reforça a compreensão da paixão empreendedora como fenômeno identitário, e não apenas motivacional, sustentando a continuidade da ação mesmo diante de adversidades prolongadas.

### **3.2 VALORAÇÃO AFETIVA**

A valoração afetiva manifesta-se como elemento decisivo na orientação das escolhas empreendedoras. Diversos episódios empíricos indicam que decisões estratégicas relevantes — como a manutenção de eventos gratuitos em contextos de escassez, a produção artesanal de materiais simbólicos e a valorização de corredores locais — foram motivadas por sentimentos de pertencimento, responsabilidade coletiva e compromisso afetivo com a prática esportiva.

Essas evidências corroboram os argumentos de Baron (2008) e Cardon et al. (2009), ao demonstrar que emoções positivas intensas atuam como catalisadoras da ação empreendedora, influenciando julgamentos e decisões em contextos de incerteza. Além disso, o envolvimento afetivo não se restringe ao fundador, estendendo-se aos voluntários e colaboradores, cujo engajamento contínuo é sustentado por vínculos emocionais e identificação com a missão da associação. Tal achado reforça o caráter relacional da paixão empreendedora, compartilhada e reproduzida no coletivo organizacional.

### 3.3 COERÊNCIA EXPERIENCIAL

A dimensão da coerência experiencial refere-se à consonância entre a identidade construída ao longo do tempo e as práticas empreendedoras efetivamente adotadas. No caso da ASCOF, observou-se a recusa sistemática de propostas de patrocínio ou parcerias que implicariam a descaracterização de valores fundacionais, como imposições comerciais incompatíveis com a cultura local ou com o propósito comunitário da organização.

Essa coerência entre decisões e trajetória identitária reforça a noção de autenticidade e legitimidade baseada na continuidade narrativa do *self*, isto é, na manutenção de uma história coerente de si ao longo do tempo, mesmo diante de mudanças contextuais (GIDDENS, 1991). Mesmo diante de mudanças impostas pelo contexto, como a migração para corridas virtuais durante a pandemia, a organização preservou símbolos, narrativas e práticas alinhadas à sua história. Nessa adaptação, cada competidor passou a correr individualmente, registrando percurso e tempo por GPS e compartilhando os resultados nas redes sociais; além disso, a modalidade ampliou o alcance da prova, permitiu flexibilidade de horário e local aos atletas e manteve elementos simbólicos das corridas presenciais, como camisetas, medalhas e troféus enviados aos participantes. Tal rearranjo foi fundamental para a continuidade da associação, ao reaproveitar recursos já disponíveis, como internet, redes sociais e estruturas organizacionais preexistentes, em uma resposta compatível com práticas de bricolagem e efetuação (LIMA, 2022).

### 3.4 EFETUAÇÃO IDENTITÁRIA

A dimensão da efetuação identitária evidencia o uso criativo e situado dos recursos disponíveis como resposta às restrições contextuais. Diante da ausência de financiamentos expressivos ou tecnologias avançadas, a ASCOF mobilizou redes sociais, trabalho voluntário e ferramentas digitais acessíveis para manter suas atividades durante períodos de crise.

Essa dinâmica está alinhada ao princípio da lógica orientada pelos meios (*means-driven logic*), central à teoria da efetuação (SARASVATHY, 2001), bem como à noção de bricolagem empreendedora proposta por Baker; Nelson (2005). No caso analisado, contudo, a bricolagem não se limita a uma estratégia operacional, mas assume caráter identitário, uma vez que o modo de utilizar recursos reflete valores, vínculos sociais e a história da organização. Assim, identidade e oportunidade são construídas de forma simultânea e interdependente.

De forma integrada, os resultados indicam que a identidade empreendedora associada à ASCOF se constitui como um processo dinâmico, relacional e afetivamente carregado. Longe de representar um atributo prévio à ação, essa identidade emerge e se transforma continuamente por meio das práticas empreendedoras, das decisões tomadas sob incerteza e da interação com o coletivo. Nesse contexto, empreender não significa apenas implementar projetos, mas afirmar e atualizar constantemente quem se é, em um ciclo contínuo mediado pela prática, pelas emoções e pelos vínculos comunitários.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir da questão de pesquisa — como a paixão empreendedora se articula à identidade na trajetória da Associação de Corredores Friburguenses (ASCOF) — este estudo demonstrou que a paixão empreendedora, quando integrada à identidade do agente, atua como eixo estruturante de práticas organizacionais resilientes em contextos de vulnerabilidade social. Longe de constituir um elemento meramente emocional ou subjetivo, a paixão revelou-se um recurso estratégico fundamental para orientar decisões, sustentar o engajamento coletivo e favorecer a continuidade institucional em cenários marcados por instabilidade.

A trajetória da ASCOF evidencia um modelo alternativo de empreendedorismo social, no qual identidade, afetividade e propósito não se opõem à racionalidade estratégica, mas a qualificam. A principal contribuição teórica do estudo reside na sistematização de quatro dimensões analíticas da identidade empreendedora — centralidade identitária, valoração afetiva, coerência experiencial e efetuação identitária — que permitem compreender como empreendedores atuantes em contextos periféricos constroem legitimidade, adaptabilidade e resiliência mesmo diante de restrições estruturais. Essas dimensões ampliam o debate sobre identidade empreendedora ao evidenciar sua articulação com lógicas situadas de ação, como a efetuação, especialmente em empreendimentos orientados ao impacto social.

Ao incorporar a noção de subotimalidade criativa, associada às soluções subótimas da bricolagem empreendedora, este estudo reforça que respostas consideradas tecnicamente imperfeitas podem alcançar elevada eficácia simbólica e organizacional quando coerentes com valores identitários e vínculos comunitários (BAKER; NELSON, 2005; LIMA, 2022). No caso da ASCOF, essa lógica manifestou-se na adoção de soluções econômicas, improvisadas e funcionais, como a fabricação própria de troféus e medalhas com materiais reaproveitados, a construção de estruturas de prova com recursos acessíveis e adaptações simples nos percursos.

Em diferentes contextos de crise — institucional, ambiental e sanitária —, a fidelidade aos princípios fundadores favoreceu processos de reinvenção organizacional, permitindo respostas adaptativas consistentes com a história, o propósito e o estilo de atuação do empreendimento.

Do ponto de vista teórico, este artigo contribui para o campo do empreendedorismo social e de estilo de vida ao integrar identidade, paixão e lógicas pautadas na ação, dialogando com abordagens críticas que questionam modelos excessivamente centrados na racionalidade econômica ou na escassez de recursos. Ao reposicionar a identidade como vetor de coerência estratégica, o estudo amplia a compreensão dos processos empreendedores em contextos de vulnerabilidade, enfatizando sua natureza relacional, contingencial e culturalmente situada.

As implicações práticas dos achados também são relevantes. Para empreendedores sociais, os resultados indicam a importância de reconhecer e cultivar elementos identitários e afetivos como fundamentos da ação consistente e inovadora. Para formuladores de políticas públicas, destaca-se a necessidade de valorizar iniciativas baseadas em pertencimento comunitário, inovação frugal e mobilização de recursos locais, por meio de programas e instrumentos que reconheçam práticas enraizadas em identidades territoriais e coletivas.

Apesar das contribuições apresentadas, este estudo apresenta limitações. A análise de um único caso restringe a possibilidade de generalizações amplas, embora a profundidade empírica permita reflexões teóricas relevantes. Além disso, a predominância de dados secundários limita a observação direta de dinâmicas identitárias em tempo real. Pesquisas futuras podem aplicar o modelo analítico proposto a outros arranjos organizacionais e contextos sociais, bem como desenvolver instrumentos empíricos, qualitativos e quantitativos, para investigar os efeitos estratégicos da identidade empreendedora em diferentes fases do ciclo de vida organizacional.

Em síntese, ao deslocar o foco do empreendedor como agente exclusivamente racional e reposicionar a identidade como núcleo articulador de sentido, decisão e permanência, este estudo oferece um marco analítico consistente para compreender o empreendedorismo em contextos marcados por incerteza e restrições estruturais. O caso da ASCOF evidencia que a vulnerabilidade, quando mediada por paixão empreendedora e identidade compartilhada, pode se transformar em fonte de resiliência organizacional e impacto social sustentável.

## REFERÊNCIAS

- BAKER, T.; NELSON, R. E. Creating something from nothing: resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, v. 50, n. 3, p. 329-366, 2005. DOI: 10.2189/asqu.2005.50.3.329.
- BARON, R. A. The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, v. 33, n. 2, p. 328-340, 2008. DOI: 10.5465/amr.2008.31193166.
- BRAUN, V.; CLARKE, V. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, v. 3, n. 2, p. 77-101, 2006. DOI: 10.1191/1478088706qp063oa.
- CARDON, M. S.; GLAUSER, M.; MURNIEKS, C. Y. Passion for what? Expanding the domains of entrepreneurial passion. *Journal of Business Venturing Insights*, v. 8, p. 24-32, 2017. DOI: 10.1016/j.jbvi.2017.05.004.
- CARDON, M. S.; WINCENT, J.; SINGH, J.; DRNOVSEK, M. The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, v. 34, n. 3, p. 511-532, 2009. DOI: 10.5465/amr.2009.40633190.
- FLYVBJERG, B. Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative Inquiry*, v. 12, n. 2, p. 219-245, 2006. DOI: 10.1177/1077800405284363.
- GIDDENS, A. *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press, 1991.
- LIMA, E. Empreender com modos não schumpeterianos (ou alternativos): efetuação e bricolagem para superar crises. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 11, n. 3, e2344, 2022. DOI: 10.14211/ibjesb.e2344.
- LIMA, E. de O.; MOREIRA SILVA, J. P.; LOPES, R. M. A.; CUNHA, J. A. C. da. Enfrentamento de crises no empreendedorismo e effectuation. *REGPEPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, v. 13, n. 3, e2618, 2024. DOI: 10.14211/regepe.esbj.e2618.
- LIMA, E.; NELSON, R.; LOPES, R. M. A. Inesperadas sinergias e o sub-ótimo: bricolagem e efetuação no empreendedorismo de estilo de vida. In: **XI EGEPE - ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS**, 11., 2020, Belo Horizonte, MG, Brasil. *Anais do XI EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*. Campinas: Galoá, 2020. DOI: 10.14211/xi-egepe-118160.
- SARASVATHY, S. D. Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, v. 26, n. 2, p. 243-263, 2001. DOI: 10.2307/259121.
- SILVA, A. D. F.; LIMA, E. O. Effectuation and identity in entrepreneurship: a systematic review. *Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, v. 21, e81481, p. 1-21, 2023. DOI: 10.19094/contextus.2023.81481.

STAKE, R. E. *The art of case study research*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.  
VALLERAND, R. J. et al. Les passions de l'âme: on obsessive and harmonious passion.  
*Journal of Personality and Social Psychology*, v. 85, n. 4, p. 756-767, 2003. DOI:  
10.1037/0022-3514.85.4.756.