

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DE PARANAÍBA
PÓS-GRADUAÇÃO
MBA GESTÃO ESTRATÉGICA DE ORGANIZAÇÕES**

**EVENTO COM IMPACTO SOCIAL: NA VISÃO DO EMPREENDEDOR
SOCIAL E DO IMPACTADO**

FRANCIS NEFFE QUEIROZ ARANTES

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DE PARANAÍBA
PÓS-GRADUAÇÃO
MBA GESTÃO ESTRATÉGICA DE ORGANIZAÇÕES**

**EVENTO COM IMPACTO SOCIAL: NA VISÃO DO EMPREENDEDOR
SOCIAL E DO IMPACTADO**

Monografia apresentado ao MBA Gestão Estratégica e Organizações como requisito parcial para obtenção do título de especialista em Gestão Estratégica de Organizações

Orientador:
Prof. Dr. Geraldino Carneiro Araújo

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DE PARANAÍBA
PÓS-GRADUAÇÃO
MBA GESTÃO ESTRATÉGICA DE ORGANIZAÇÕES

ATA DE DEFESA PÚBLICA

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO DE **FRANCIS NEFFE QUEIROZ ARANTES**, ALUNO DO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM **GESTÃO ESTRATÉGICA DE ORGANIZAÇÕES**, DO CÂMPUS DE PARANAÍBA (CPAR), DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL.

Neste dia treze de novembro, às quinze horas, em sessão pública, nas dependências do Câmpus de Paranaíba (CPAR), da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), realizou-se a apresentação da monografia, sob o título **“EVENTO COM IMPACTO SOCIAL: NA VISÃO DO EMPREENDEDOR SOCIAL E DO IMPACTADO”**, de autoria de **FRANCIS NEFFE QUEIROZ ARANTES**, aluno da Pós-Graduação MBA Gestão Estratégica de Organizações. A Banca examinadora esteve constituída pelos professores: **Geraldino Carneiro de Araújo** (presidente), **Ana Cláudia dos Santos** (membro) e **Magno Pinheiro de Almeida** (membro). Concluídos os trabalhos de apresentação e arguição, o candidato foi _____ pela Banca Examinadora. E, para constar, foi lavrada a presente Ata, que vai assinada pelo Coordenador e pelos membros da Banca Examinadora.

Paranaíba, 13 de novembro de 2019.

Prof. Dr. Geraldino Carneiro de Araújo (presidente)

Profa. Dra. Ana Cláudia dos Santos (membro)

Prof. Me. Magno Pinheiro de Almeida (membro)

Prof. Dr. Wesley Ricardo de Souza Freitas
Presidente da Comissão Especial do Curso Pós-Graduação
MBA Gestão Estratégica de Organizações
UFMS/CPAR

EVENTO COM IMPACTO SOCIAL: NA VISÃO DO EMPREENDEDOR SOCIAL E DO IMPACTADO

Resumo

Desde a criação de negócios de impacto social promovido por Muhammad Yunus na década de 1970, esse conceito de negócio que busca promover a interação entre o lucro e a promoção do bem-estar social, vem crescendo em paralelo a formação de novos empreendedores com uma visão renovada do que é exercer uma atividade econômica. Nesse ponto, pequenas comunidades necessitam que seus moradores iniciem a promoção de negócios de impacto social, com o intuito de promover uma dinamização na economia local e ao mesmo promover ganhos a sociedade como um todo. Desta forma, o presente trabalho visa contribuir através da pesquisa relacionada ao evento Costelada, que é promovido pelo Moto Clube Rota 158 há 7 anos. Com o passar do tempo, desde a sua criação, o evento tomou grandes proporções e com isso a pesquisa visa responder alguns questionamentos acerca do por que o empreendimento ocupa um espaço de destaque no calendário municipal e qual seu impacto social para as instituições e para a cidade de Paranaíba. Além disso, presente trabalho visa contribuir para a criação de novos empreendedores sociais, de modo que, o seu conteúdo tem como principal objetivo inspirar a comunidade acadêmica a iniciar empreendimentos sociais ou negócios de impacto social com o intuito de melhorar o seu entorno e promover bem-estar aos impactados.

Palavras Chave: Negócio de impacto social, empreendimento social, evento com impacto social.

1 Introdução

Empreendedorismo se tornou nos últimos anos a palavra da moda entre os jovens e adultos. E hoje é comum muitas pessoas dizerem que tem vontade de se tornar empreendedores ou que até já são empreendedoras. Segundo Baggio (2014) a palavra empreender deriva da palavra *imprehendere*, e surgiu na língua portuguesa no século XVI, contudo a expressão empreendedorismo se originou da tradução da palavra *entrepreneurship*. Isso denota que o conceito de empreendedorismo já era relatado há muitos anos, tendo um papel importantíssimo no desenvolvimento mundial.

A figura do empreendedor é essencial ao processo e desenvolvimento econômico de sociedades e de países, pois “não haverá desenvolvimento econômico sem que na sua base existam líderes empreendedores” (BAGGIO, 2014, p. 25). Portanto, fica evidente que a evolução humana passa por comportamentos empreendedores praticados por lideranças que detém o espírito realizador do ser humano. O empreendedorismo é mais do que apenas acumular riqueza e bens, dado que historicamente tem um papel tão importante que pode iniciar, modificar e construir mudanças e paradigmas em uma sociedade.

Com a evolução do conceito de empreendedorismo e abertura de novas vertentes, empreendedores perceberam que as questões sociais necessitavam de práticas que antes eram apenas realizadas em empreendimentos com oportunidade de lucro.

Dessa visão de mundo surgiu o conceito de empreendedorismo social, que segundo Parente *et al* (2011, p. 3) “emerge no contexto de crise e desafios sociais, econômicos e ambientais com que se têm vindo a deparar as sociedades contemporâneas”. Os autores ainda explicam que o conceito de empreendedorismo social nasce na América e que mesmo com as diferenças entre as áreas que pesquisam sobre o fenômeno, fruto dos contextos sociais, políticos e econômicos diferenciados, todas ajudaram no crescimento do interesse pela área pela necessidade de encontrar formas inovadoras no uso de métodos de negócios adequados à resolução de problemas sociais.

Baggio (2014, p. 27), ensina que “o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação” e com isso assumir uma postura positiva diante de demandas que necessitam ser resolvidas, sempre utilizando-se de métodos inovadores, eficazes e concatenados com a aspiração social da ação.

Segundo Parente *et al* (2011) a incapacidade das instituições governamentais em resolver diversos problemas sociais acabaram por fomentar iniciativas da sociedade civil que procuram suprir as necessidades sociais não atendidas pelo estado, nem pelo mercado.

Portanto, é diante dessa visão que o trabalho se desenvolve, pois análise dentro da cidade de Paranaíba, o evento Costelada, que acontece uma vez por ano e visa arrecadar fundos para que sejam doados para algumas instituições que promovem serviço social.

O evento, ano após ano, evolui e se tornou uma referência na região do centro-oeste, sendo que ao final de 2019 passou a contar com a presença de mais de 3.000 (três mil) pessoas.

Nesse tipo de negócio, com muita inovação, os empreendedores procuram incorporar novos conceitos e ideias de negócio a fim de superar os desafios sociais. Portanto, nesse tipo de empreendimento as atividades não lucrativas e os desafios comerciais são peças que devem se concatenar de modo a garantir o objetivo social, vinculado também ao caráter econômico do negócio.

Conforme explica Parente *et al* (2011) o início do que hoje é conhecido como empreendedorismo social surgiu na era Vitoriana tardia, em torno do século XIX, o que na época ficou conhecido como caridade científica, ou seja, um tipo de benefício mais sistemático e estratégico. Houve com isso uma mudança na ideia de caridade, que se modifica da simples ação de dar esmola aos pobres, para um evento passível de criar uma mudança longa e sistêmica.

Uma das formas mais simples de empreender no ramo social é a realização de eventos voltados para a arrecadação de renda para entidades sociais, como no caso das associações e organizações não governamentais que prestam relevantes serviços públicos. Tais organizações compostas por pessoas devidamente organizadas em busca de objetivo em comum são instrumentos de realização e modificação dos *status quo*¹ de várias pessoas.

Neste sentido a questão de pesquisa é como se organiza um evento que promove impacto social na visão do empreendedor social e do impactado, sendo que o trabalho é dividido e apresenta a seguinte estrutura metodológica; 1.2 justificativa, 1.3 objeto de pesquisa, 2. referencial teórico, 3. Procedimentos Metodológicos, 4. Resultado da pesquisa, 4.1. Visão do empreendedor social, 4.2. Visão do impactado, 4.3. Discussão, 5. Considerações Finais, Referências.

1.2 Justificativa

Para empreender é de suma importância que se analise os riscos dos empreendimentos

¹ Status quo é a forma abreviada da expressão do Latim in statu quo res erant ante bellum ("no estado em que as coisas estavam antes da guerra"). Significam "no mesmo estado que antes", "o estado atual das coisas, seja em que momento for"

realizados pelos empreendedores. Tal situação se torna mais complexa quando não se visa lucro com o empreendimento, ou seja, quando um grupo de pessoas organizadas além de investirem tempo, dinheiro e arriscarem suas reputações, podem não obter êxito com a empreitada e em consequência disso saírem com dívidas e em descrédito com a sociedade.

Diminuir os riscos de um empreendimento social só se pode fazer por meio de estudos que elucidem quais são os fatores que fazem com que um evento ou uma ação social tenham sucesso e arrecadem dividendos para serem ofertados a sociedade. A análise do evento promovido pelo Moto Clube Rota 158 gerará um eficaz meio de consulta acadêmica para outros empreendedores e estudantes que desejam aplicar práticas e rotinas administrativas eficazes para que o empreendimento social tenha sucesso.

O desinteresse em áreas ligadas a administração desemboca na criação de empreendimentos e negócios de impacto social que muitas vezes estão fadados ao fracasso e por isso analisar cases de sucesso² podem inspirar novos empreendedores sociais a iniciarem a passos curtos a jornada em busca de uma mudança social e econômica da realidade em que vive.

Empreendimentos sociais realizados por Ongs ou associações tendem a durar pouco tempo haja vista o despreparo de seus gestores e alto grau de amadorismo de quem os idealiza, portanto, analisar um negócio que se tornou referência na região da Costa Leste trará conhecimento acadêmico de relevância a pessoas ou organizações que desejarem empreender socialmente.

Considera-se o empreendimento social o Moto Clube Rota 158 que organiza anualmente um evento, a Costelada, com o intuito de arrecadar recursos para projetos e ações sociais, e no um prazo de cinco anos o evento cresceu e apresentou público e valores expressivos, que resultam em impactos sociais, o que será retratado na apresentação dos resultados da pesquisa.

1.3 Objetivos da pesquisa

Na última década empreendimentos voltados ao lado social tomaram cada vez mais proporção à medida que diversos negócios com impacto social passaram a figurar como exemplo de empresas que tinham o lucro como papel subsidiário a sua atividade. Ou seja, o impacto social gerado a população passou a ser o principal objetivo dos empreendimentos que hoje são classificados como negócios de impacto social. Nesse ponto, as pequenas cidades

² Business case, ou seja, um “caso de negócio” é uma experiência de trabalho marcante que merece ser estudada.

não poderiam estar indiferentes a esse fenômeno mundial, e por isso em 2013 um grupo de motociclistas deram início a um evento que visa transformar vidas e proporcionar melhores condições financeiras a diversos grupos sociais.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a organização de um evento que promove impacto social. Os objetivos específicos são: a) Descrever o evento promovido; b) Apresentar o ponto de vista do empreendedor e do empreendimento vinculado ao evento; c) Expor os resultados do evento para o impactado.

2. Referencial Teórico

Segundo Léa *et al* (2016) com o contexto mundial intimamente ligado ao desenvolvimento sustentável, surgiu um novo tipo de corporação que tem como principal função concatenar dois objetivos que há alguns anos atrás seria impossível imagina-las juntos: sustentabilidade financeira e geração de valor. O modelo de negócio tradicional já não se encaixava no perfil do novo milênio, uma vez que, está apenas preocupado com a criação de valor econômico para os acionistas, enquanto que nos negócios que impactam socialmente, a criação de valor é vista apenas como uma manutenção financeira para assegurar a viabilidade do negócio.

Os Estados Unidos definem esse movimento como o setor não lucrativo e de inovação social, que leva o nome de *social purpose enterprise*, sendo que o conceito se define da seguinte maneira: organizações que não visem lucro precisam desenvolver atividades comerciais para gerar renda e para prosseguir com a sua missão” (PARENTE *et al*, 2011).

Ensina Nascimento *et.al* (2012) que a definição de negócios sociais foi construída por Yunus na década de 70 com a criação do Grameen Bank, portanto, desde a iniciativa pioneira promovida por Muhammad Yunus de conceder microcrédito a população de baixa renda da Índia, os empreendimentos sociais tomaram força e passaram a se tornar paradigmas de criação de empresas que tem o intuito de impactar a sociedade e tornar o mundo melhor (Barki, 2015).

Barki (2015) assertivamente define que os negócios de impacto social vêm se sobressaindo como uma resposta aos problemas criados pelo capitalismo. Ou seja, é uma nova filosofia de pensar ou criar negócios. Ainda segundo Barki (2015, p. 16) “os negócios de impacto aparecem como uma tentativa de um capitalismo mais inclusivo. É uma forma diferente de pensar o papel das organizações e uma resposta ao desejo latente de quem quer trabalhar com um propósito”.

Com o crescimento do conceito de desenvolvimento sustentável Léa *et al* (2016) afirma que o negócio com impacto social surge de uma organização que concatena a sustentabilidade financeira com os impactos sociais gerados a população como um todo. No modelo tradicional de negócios o principal objetivo é gerar lucro aos acionistas enquanto que nos empreendimentos de impacto social o lucro é visto como um fator necessário para assegurar a viabilidade financeira do negócio, contudo sem se perder da finalidade principal que é gerar valor a sociedade.

De certa forma pode até soar estranho a afirmação de que uma empresa tem o intuito de melhorar o mundo ao invés de auferir o capital. Contudo, a prática tem demonstrado que até os pequenos negócios promovidos por iniciativas que se iniciam até em bairros tem se tornado um importante instrumento de combate à desigualdade e as mazelas deixadas pelo serviço público. Para Barki (2015) os negócios sociais têm diversas conceituações na literatura acadêmica e na popular, portanto seria normal identificar os seguintes termos em revistas e jornais populares, como por exemplo: negócios com impacto social, negócios inclusivos, negócios de impacto.

Além de modificar a própria sociedade, os negócios de impacto social são responsáveis pelo desenvolvimento econômico do próprio local onde é executado, Segundo Buarque (1999) esse fenômeno é capaz de aumentar o dinamismo econômico da região que tem como consequência a melhoria na qualidade de vida dos populares. Nesse ponto, esse tipo de negócio, pode modificar as bases da sociedade e melhorar a economia, explorando com isso as potencialidades do local e do seu povo.

Nesse aspecto conforme os conceitos acima apresentados a pesquisa investiga um negócio com impacto social, uma vez que não se trata de venda de produtos e nem de retorno financeiro para seus associados, e sim de uma fomentação de políticas sociais através do lucro auferido com eventos. Todavia, conforme nos explica Barki (2015) ainda existem muitas críticas aos negócios de impacto social, pois ainda não está claro em como associar dois elementos que historicamente são antagônicos, o retorno financeiro e o impacto social.

Até no modelo proposto por Yunus o impacto social está intimamente relacionado aos resultados financeiros para que a empresa possa se auto sustentar e garantir a sua manutenção por um longo prazo. Nesse sentido é possível verificar que o evento, ora objeto de pesquisa, pode ser sustentável a longo prazo de modo a cada vez mais contribuir com as instituições de caridades que são beneficiárias das doações promovidas após o evento. É importante nesse momento diferenciar um negócio de impacto social de uma ação promovida por Organização não Governamental, dado que se diferem estruturalmente, mas também tem semelhanças, pois

ambas as instituições promovem algum tipo de impacto social, é o que ensina Nascimento *et.al* (2012).

Todavia, os negócios de impacto social se diferem das ONGs e organizações de sociedade civil, pelo simples fato de fomentarem sua sustentabilidade financeira através de mecanismos de mercado, ou seja, produtos, serviços ou eventos. Enquanto as ONGs dependem exclusivamente de doações ou outros tipos de apoio para existirem (Barki, 2019).

Para tanto, os negócios se consolidam como uma organização híbrida que possuem tanto a finalidade social quanto também a obtenção do retorno financeiro em suas funções precípuas. Nesse sentido, o negócio de impacto social tem como principal função a definida por Parente *et al* (2011), que é uma a organização econômica que se constitui a partir de uma inovação de serviços sociais com forte orientação de mercado, inclusive de geração de receitas próprias, colocando no centro as atenções a sustentabilidade da organização com os propósitos do cumprimento da sua missão social.

O crescimento dos negócios de impacto social tanto no Brasil como no mundo tem a ver, segundo Barki (2015) com uma procura de um propósito de vida por uma grande parte da sociedade. Nesse sentido, hoje existe uma grande variedade de empreendedores que não querem começar um negócio apenas em busca da felicidade financeira e sim objetivam algo além disso, ou seja, ganhar dinheiro e fazer o bem ao mesmo tempo.

Nascimento *et al* (2012) *apud* Prahalad define que a problemática relacionada a pobreza deve ser a mola propulsora da inovação e não do contrário, nesse ponto o autor traz quais são os principais fatores que devem reger a inovação promovida pelos negócios de impacto social:

Escalabilidade: Garantindo que o serviço prestado possua escala de permeação dentro da sociedade carente. Garantindo o impacto social e o retorno financeiro visto que a pouca margem de lucro no serviço prestado.

-Preço desempenho: O serviço prestado deve ser acessível tanto socialmente quanto economicamente, garantindo a qualidade do serviço independente do cliente.

Tecnologia: Permite a redução de custos dentro dos processos internos através do controle e análise de dados.

Segurança e sustentabilidade: Garantindo a sobrevivência da instituição e a contínua prestação do serviço que apoia o desenvolvimento social.

Essas propostas definidas por Prahalad concatena perfeitamente com as propostas sugeridas pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD (2004).

A procura por um desígnio mais elevado não é algo moderno, que surgiu agora como um modismo. Ao contrário está busca interna, foi elaborada ao longo de um período secular e não é exclusiva dos negócios de impacto, podendo ser percebida em várias outras frentes, como na própria visão de sustentabilidade ou em valores compartilhados entre pessoas de fina

sensibilidade social. Desse pensamento surge a ideia de um capitalismo consciente, segundo Barki (2015).

Lea *et.al* (2016) explica que os negócios sociais tendem a se relacionar com a vontade dos empreendedores em diminuir a pobreza ao seu redor e ao mesmo tempo não contradizer o papel principal de uma empresa, que é a geração de riquezas, contudo, dentro desse modelo de negócio buscar envolver as pessoas da comunidade com um objetivo em comum, o de superar a pobreza e os desafios sociais que emergem do dia a dia.

Segundo Barki (2017) percebe-se assim que os negócios de impacto são uma resposta ao desejo latente de uma parte da população quer trabalhar com um propósito. Não é simplesmente uma pressão de consumidores mais conscientes, mas uma força que vem do próprio sistema interno das organizações, movida por uma nova geração de empreendedores e colaboradores mais engajados em causas sociais.

3. Procedimentos Metodológicos

De início uma pesquisa acadêmica deve responder basicamente a seguintes questões: “quem”, “o que”, “onde”, “como” e “por que”. E a depender da questão a ser respondida é que o tipo de pesquisa e conhecimento gerado é de fato entregue, nos ensina Yin (2010). Mazzoti (2006) ensina que a produção de conhecimento é visto apenas como uma conversa, ou seja, uma ligação entre o pesquisador e sua área de atuação. Portanto, insurge-se que o conhecimento científico se aclara como um método investigativo que busca na realidade, as respostas para as perguntas mais diversas, usando para isso de métodos simples de pesquisa, como descobertas, conclusões, análises, criações e proposição de resolução de novos e antigos problemas (DALFOVO, 2008).

Para se chegar ao resultado final, que é fornecer aos pesquisadores ou empreendedores sociais um norte para o início de um negócio de impacto social, foi utilizado uma pesquisa exploratória concatenada com o método descritivo, uma vez que a pesquisa tem o escopo de explorar e descrever os fatores que fizeram com que a Costelada se tornasse o evento beneficente mais bem sucedido da região do bolsão.

Quanto à sua natureza, trata-se de uma pesquisa qualitativa, haja vista que segundo Dalfovo (2008) a pesquisa qualitativa é o método de investigação científica ideal para esse tipo de pesquisa, dado que o foco se molda ao caráter subjetivo do objeto analisado, ao estudar as suas principais particularidades e experiências individuais que visam aflorar a questão da pesquisa. Dessa forma a pesquisa qualitativa, segundo Oliveira (2008), tem como principal objetivo buscar a interpretação do mundo real, ao preocupar-se com a hermenêutica

na tarefa de pesquisar sobre a experiência vivida pelas pessoas ou grupos relacionados ao objeto principal da pesquisa.

O primeiro passo do presente estudo foi buscar as questões que dão sustentação a pesquisa, visto que , são essas perguntas que são a base de todo o trabalho acadêmico. Dessa forma, investigar as causas que garantam o sucesso a curto prazo, médio e longo prazo de um negócio de impacto social, se demonstra como o principal questionamento a ser feito no estudo de caso. Intimamente relacionado ao objeto principal do artigo o modelo de pesquisa ora proposto para a produção de conhecimento é o experimento ideal para o levantamento das informações acadêmicas utilizadas no presente artigo (GIL, 2009).

Existe dentro dos ramos da ciência uma posição de relevância entre os diferentes métodos de pesquisa, todavia como nos ensina Oliveira (2008) o ser humano com a sua capacidade humana para interação, na maioria das vezes são adotadas, pelos pesquisadores, as seguintes técnicas de coletas de dados: observação participante, a entrevista e o método da história de vida.

A técnica da entrevista é um dos mais importantes instrumentos utilizados nas pesquisas, portanto desempenha um papel significativo na comunidade acadêmica. Segundo Oliveira (2008) a grande vantagem dessa técnica em relação às outras é que permite uma captação imediata e corrente da informação desejada.

Para tanto, foram realizadas três entrevistas, foram os sujeitos: 1) O empreendedor, representado pelo atual presidente, filho do fundador do Moto clube Rota 158; b) O impactado, nesta entrevista representada pela presidente do Asilo Santo Agostinho, que é uma das instituições beneficiadas com o aporte financeiro obtido com a Costelada.

Dessa forma, todos os métodos de pesquisa utilizados no presente artigo estão em sintonia com os preceitos exigidos em um trabalho acadêmico de relevância, pois todas as regras básicas inerentes a um trabalho de dimensão mercadológica e social se fazem presentes. Desde a análise sucinta dos dados colhidos e a observação direta das práticas profissionais que podem surgir a partir da presente pesquisa.

4. Resultado da pesquisa

Os resultados da pesquisa são apresentados na visão do empreendedor, do patrocinador e do impactado

4.1. Visão do empreendedor social

O empreendedor social, atual Presidente do Moto clube Rota 158 que organiza a Costelada anualmente, apontou o histórico da organização:

O grupo [Moto clube Rota 158] foi criado em 2011 [...], por causa da nossa rodovia BR 158 [...]. [Fizemos um] churrasco, isso foi em meados de 2012, fizemos o primeiro churrasco no início do ano, depois fizemos uma feijoada, aí começamos nessa feijoada fazer alguma coisa em prol, alguma coisa para ajudar o asilo, começamos ali uma ideia de ajudar alguém, foi nesse início. Em 2013 que veio a Costelada, que aí nós sentamos, conversamos bastante sobre a gente estar fazendo um evento mais voltado pra filantropia, que nessa época já tinha bastante gente com moto [...]. Em 2013, que foi a Costelada, começou o início da Costelada (Empreendedor).

É possível observar que o início do Moto Clube e também do evento surgiu de um grupo de amigos não muito preocupados em criar algo profissional de modo que a vontade fazer algo em prol da comunidade já fazia parte dos planos do grupo. Desse modo, verifica-se que em 2013 foi o pontapé inicial do modelo de negócio que hoje encontra-se na sua sétima edição.

Ainda sobre o início o empreendedor expôs:

O início cara foi difícil pra caramba. Em relação a credibilidade do evento, você fazer uma festa com credibilidade. O pessoal, muitas críticas assim, como vou dizer pra você: ah, os cara ali tem muita grana, não precisa disso, que vão pegar a grana vão por no bolso. Mas nada disso aconteceu, até porque na primeira Costelada que a gente fez lá no clube, conseguimos doar quase 3 mil reais para o asilo. Houve dificuldades? Sim. Tentamos órgãos públicos para nos ajudar, no início ajudou com pouquinho, mas depois disso aí a gente ficou totalmente não querendo ajuda de ninguém, a gente fazia no peito mesmo a festa e todos os anos foram feitos no peito. [A gente} chegou a tirar dinheiro do próprio bolso pra poder fazer [...]. Oficialmente em 2013 começamos lá. Em 2013 o evento bombou, não tinha evento na cidade e dali pra partimos pro sindicato rural [...] na época foi mais ou menos umas 40 pessoas envolvidas lá no clube. Tudo mais ou menos umas 40 pessoas foi. Teve o pessoal do grupo, os voluntários [...] (Empreendedor).

A falta de expertise e apoio do poder público foram fatores que dificultaram o início do evento, segundo relata o presidente do Moto Clube. O empreendedor narra que no início chegaram a retirar dinheiro do bolso para a realizar o evento, contudo a partir daí o evento passou de patamar e começou a ser visto de outra forma pela população e pelos possíveis patrocinadores.

Neste sentido levanta-se quais foram as motivações para o desenvolvimento do evento:

Foi, tudo combinou pra gente fazer o evento de moto e claro, ajudar alguém. Era o intuito disso. A gente debateu muito sobre esse negócio assim, se a gente vai fazer um evento, é, todo mundo pensa, que quando você faz um evento você vai gerar lucro, disso aí gera lucro, você vai pegar esse lucro e por no bolso. No caso, o que que a gente faz, a gente não quer, tudo que gera de lucro, doa pra alguém. Então pra ajudar inúmeras pessoas que nem o asilo que sempre foi o carro chefe nosso. Bom, eu vejo, é um negócio, todo evento é negócio, gera recursos. O que eu prezo muito também, o que eu vejo, o que traz pra cidade? Vai ajudar também a cidade, entendeu? Não só o evento em si. Ajuda no evento em si, mas ajuda também no contexto total a cidade também, eu vejo dessa forma, sobre essa situação (Empreendedor).

Uma das principais indagações é sobre o que motivo um jovem, ou adulto, que bem sucedido profissionalmente procurar através de um negócio de impacto social modificar a vida das pessoas ao seu redor. De fato, a motivação, segundo relato do presidente do Moto Clube, a principal intenção era promover filantropia e ajudar a cidade no que diz respeito a sua movimentação econômica e social, de modo que proporcione algo além de apenas o valor social.

Para entender a evolução do evento ao longo dos anos:

[A arrecadação desse ano foi de] 54 mil. Pelo trabalho que foi feito, o engajamento, o pessoal foi vendo que a festa era uma festa de qualidade, não era uma festa de baderna, uma festa mais voltada à família, que sempre foi o foco do evento, trazer a família pra curtir um show de rock, uma boa comida. É, que nem assim, a gente roda muitos eventos, e muitas vezes a gente vê eventos deficitários. Você vai lá pro evento, o cara faz lá um churrasco 0800, só que não é uma comida de qualidade, não tem uma bebida de qualidade, geralmente você está assim. Os organizadores do evento não dá certa atenção para quem tá vindo. É o que eu falo assim, todos os participantes, vamos falar assim, o público que está no evento, eu considero como um cliente, que eu tenho que tratar ele bem [...]. Porque é um público que ele tem uma afinidade maior, uma irmandade motociclista, de estar ajudando. A maioria dos eventos, eu participo de diversos inúmeros de motos no Brasil, eu vejo que tem uma ajuda, uma cumplicidade, entre todo mundo. A mesma coisa assim, acontecer um episódio de um motociclista, estourou o pneu na rodovia, ele tinha meu contato na época, ligou pro meu pai e tal e a gente foi lá socorrer ele. Seria mais ou menos isso. Um está ajudando sempre o outro [...]. [O público do primeiro evento envolveu] mais ou menos quase mil pessoas dentro do clubinho. [Neste ano] deu 3.200 pessoas [...]. Esse ano foi mais ou menos, olha, mais ou menos, quase umas 120 pessoas como voluntários, vou falar toda a equipe envolvida ali. Vamos falar da segurança, cozinha, parte de churrasco, mais os membros nossos, as esposas, as namoradas do grupo, todo mundo sendo envolvido (Empreendedor).

O evento, como pode ser percebido pela própria comunidade, foi evoluindo ano a ano, tanto na organização quanto no seu tamanho e arrecadação, contudo com isso começaram a surgir os primeiros problemas, ou seja, um evento para 3.200 pessoas já precisa de uma profissionalização a qual o moto clube não possuía. Dessa forma, verifica-se que a intenção do presidente do Moto Clube é encontrar os erros cometidos nas outras edições e com isso corrigi-los de modo a garantir que o evento continue sendo realizado com êxito para garantir o retorno social as instituições ajudadas.

Com o crescimento do evento foram convidadas outras instituições parceiras:

Então, quando a gente foi pra exposição, a gente já comentamos, porque não chamar outras instituições para estar lá ajudando? Que nem a principal sempre foi o asilo e vamos chamar o Hospital Psiquiátrico, as Irmãs Agostinianas já chamamos, já fizemos convite, algumas ONG's que tem aqui dentro da cidade, pra também ajudá-los a fazer uma arrecadação dentro do nicho deles, nesse caso (Empreendedor).

A principal função do evento é ajudar financeiramente o Lar dos Idosos, contudo, com

o passar dos anos e com a eficiência do evento, diversas outras instituições passaram a ver na Costelada uma possibilidade melhorar seu caixa financeiro, portanto, o evento é aberto a qualquer instituição, associação ou ong que queira vender produtos no evento e conseqüentemente arrecadar dinheiro.

Noutro ponto, qualquer ambulante que queira vender seus produtos no evento também tem a entrada liberada com custo zero, de forma que apenas a venda de bebidas é de exclusividade do Moto Clube. Esse tipo de modelo de negócio garante que mais dinheiro seja injetado na economia de Paranaíba uma vez que permite aos vendedores ambulantes e as outras instituições garantirem a sua subsistência sem nenhuma contrapartida financeira.

Para a realização do evento sempre foi necessário a contribuição de patrocinadores, sobre isto o empreendedor coloca que:

A dificuldade de você pegar um patrocínio devido a conjuntura econômica hoje né, que é difícil, é complicado, esse ano que foi melhor de arrecadação dos últimos anos, em relação ao ano passado foi a melhor que teve, porque tão acreditando na festa. A gente fala que é pra ajudar o asilo esse dinheiro, esse dinheiro vai ser revertido pro asilo. Se a gente teve lá, um exemplo, esse ano, pelo que me falaram teve mais ou menos 20 mil reais de arrecadação, de parte de patrocinadores, isso aí, vai retornar lá pro asilo. Claro que a festa também tem um custo operacional, você tem que contratar banda, tem que contratar palco, a estrutura, tem mão de obra, alguns são voluntários, outros não. Então envolve, em contexto geral, envolve muita coisa. Mas o patrocínio cada ano vem crescendo, o pessoal vem acreditando no evento, que é um evento sério, não é um evento de brincadeira, que nem eu falei anteriormente, no início a dificuldade do evento, é, você faz um evento assim, pra ter o que, fins lucrativos próprios (Empreendedor).

Como foi relatado no início havia uma desconfiança dos patrocinadores em relação a intenção dos organizadores, por isso o evento demorou para ter a respeitabilidade que hoje garantiu um retorno de quase 30 mil em patrocínios. O entrevistado, relata na entrevista que a cidade como um todo passou a acreditar no evento e na sua seriedade, sendo que a partir daí as empresas passaram a propor serem parceiras do evento, dado que a participação agregaria valor a sua marca.

Sobre o retorno do evento para o município:

Eu acredito que gera no mínimo, num final de semana em torno de 160 mil reais, para cidade inteira. É mais ou menos o que eu me baseio pelos hotéis lotados. Colocando aí hotel, pra falar assim, hoje uma média de, nós temos 650 leitos de apartamentos aqui em Paranaíba, vou falar uma média de 90 reais, é uma receita de 72 mil reais em hotéis, vamos falar mais ou menos uma média. Vamos por uns 80 mil de hotel, aí vai girar ISS, imposto de prefeitura. Os restaurantes lota, vai ter um faturamento, eu acredito que um faturamento expressivo de uns 30, 40 mil pra mais. Os postos de gasolina vai ter um faturamento no geral aí mais uns 20 mil, mais ou menos, é o que eu falo, em torno de 150, 160 mil. Lojas de roupa que fomenta muito e vende muito não é pouco, a mulherada quer ta bem aparentada no evento, é o que eu falo a cada ano o evento ele vem crescendo e a cidade ganha com isso, no faturamento também, como Três Lagoas acontecia, todos os hotéis lotados, restaurantes tudo lotado. Você ia num restaurante tinha que pegar fila, na época lá alugava-se casa, ta acontecendo aqui

agora em Paranaíba, também tão alugando casa pro dia do evento [...]. [Esse ano teve] três doações (Empreendedor).

Outro ponto importante a ser visto pela pesquisa é qual é impacto extensivo a economia local da cidade, pois além do benefício social o evento movimenta o comércio, a rede hoteleira, restaurante e demais empreendimentos. Dessa forma, hoje o presidente do Moto Clube, de forma empírica, relata que todo o evento deve fazer com que a cidade receba até 160 mil reais em apenas um fim de semana. Faz-se necessário que seja realizado uma pesquisa acerca desses dados para que desse modo os empreendedores tenham uma ideia clara do quanto o evento impacta na economia paranaibense.

Sobre os impactos que o evento gera o empreendedor considera que:

[...] eu vejo que ela impacta muita gente, sim. O evento vem crescendo a cada ano, no meu ponto de vista sim, hoje ela é um evento principal também. Seria o segundo evento principal, que vem, como se diz, cada ano crescendo e se tornou uma tradição da cidade. Quando você fala Costelada aqui em Paranaíba, todo mundo assim: que dia que vai ser? Já agendamos a data pro ano que vem. Dia 16 de Maio de 2020. Então o pessoal já fica naquela ansiedade de chegar o evento. Porque todo mundo sabe que o evento é espetacular o evento né?. A qualidade que a gente faz, as novidades que a gente sempre traz, com bandas, show pirotécnico, que já ficou uma marca registrada no nosso evento, né. Então eu considero sim, é um dos principais eventos [...]. Eu vejo o evento grandioso. Enorme. O sonho é trazer, a gente sempre debate nas nossas reuniões é de trazer um show grande, um artista de renome nacional. Paranaíba hoje tá no circuito motociclista, motociclístico do Brasil hoje. Todo mundo sabe que Paranaíba está nesse circuito. Para você ter uma ideia, houve um crescimento muito grande de motos passando na nossa região agora, pessoal que vão fazer viagem via Chile, Paraguai, vai para Bolívia, tão vindo para Paranaíba. Muitos motoclubes e motogrupos entram em contato comigo pra tarem hospedando aqui em Paranaíba (Empreendedor).

A valorização da cidade por meio do seu cidadão é uma das coisas mais benéficas de retorno a sociedade. De fato, o auto estima se faz necessário quando se trata de uma localidade pequena que é longe de grandes centros comerciais e culturais. Portanto, o retorno é tanto material quanto imaterial, haja vista que hoje, como foi relatado pelo presidente do Moto Clube, Paranaíba é nacionalmente conhecida como um dos trechos nos quais grupos de motociclistas do Sul, Centro-Oeste e Sudeste tem como referência para trãnsitar.

Além do que a realização de eventos culturais fazem parte do calendário anual de qualquer cidade, contudo, percebe-se que algumas cidades negligenciam esse tipo de empreendimento, sendo que estes podem ser responsáveis por reativar a economia por um certo periodo de tempo.

4.2. Visão do impactado

A presidente do Lar dos Idosos da cidade de Paranaíba-MS relatou a importância do

evento para o calendário financeiro da instituição que sobrevive de doações e repasses federais, municipais e estaduais. A Presidente apresentou a instituição:

[O lar dos idosos é a única instituição que faz esse serviço hoje em dia em Paranaíba]. Tanto é que nós temos alguns internos lá hoje que eles ainda não tem 60 anos, são casos assim, esporádicos. São casos, vamos dizer assim, que vem mesmo pela promotória e esses casos acontecem por que? Porque Paranaíba não tem aonde acolher essas pessoas também com menos idade (Impactada).

O lar dos Idoso é uma instituição que cuida dos idosos carentes na cidade de Paranaíba-MS, sendo a única que realiza esse tipo de trabalho, de modo que se torna de extrema importância para a manutenção da qualidade de diversos idosos na cidade. Hoje, o lar dos idosos atende, como foi relatado pela presidente, mais de 60 idosos, e depende quase que exclusivamente de doação da população e associação para se manter.

Sobre o evento a Presidente colocou:

[...] o que eu posso dizer pra você, sim, é muito importante, porque esse valor vem complementar os repasses que o lar já tem. São os repasses Federal, Estadual e Municipal, aonde só esses repasses não consegue suprir todas as despesas do lar [...]. Hoje é muito essencial essa ajuda, esse complemento, nós estamos no lar desde 2009 e sempre que a Costelada aconteceu, vocês, você que já também faz parte, doaram renda, lucros para o lar. Teve ano de doar para outras entidades também, pra outras instituições também. Mas esse ano, foi assim, fantástico. Veio um valor de 31.250 reais, que foi assim, num momento muito, muito importante pro lar. Porque as despesas são muito grandes [...], nós temos mais de 40 internos, 5 refeições diárias, custos com medicamentos, custos com farmácia, custos muito muito altos mesmo. Você imagina um idoso, um só idoso quanto custa. Você imagina mais de 40, quase 50, aonde depende 100% da instituição. E ela é 24 horas, final de semana, o tempo todo, nós temos que estar dando atenção, cuidado, alimentação, tudo em geral (Impactada).

Como foi dito anteriormente, o lar dos idosos, hoje conta com doações para a manutenção de atividade mensal, dessa forma, a doação realizada após o evento da costelada hoje pode ser considerada a maior doação recebida no ano, e conforme foi relatado pela presidente, a doação anual já faz parte do calendário da instituição. Portanto, se faz hoje imprescindível para que o lar dos idosos continue realizando e prestando serviços a comunidade local.

Em relação a captação de recursos:

Tem sim, o Rotary doa, tem uma maçonaria também que ajuda. E Francis eu não posso aqui dizer que só, é só mesmo as, como, o rota, como o rota ai de vocês, a sociedade em geral, toda a sociedade olha com carinho para o lar, muito carinho, muita generosidade. A sociedade nunca deixou o lar nas mãos. Se não fosse Francis, a ajuda de toda sociedade junto a vocês, junto a outra maçonaria, o lar não estaria hoje em funcionamento. De verdade não estaria. [...]. Tem o repasse federal, estadual, municipal, uma coisa assim até delicada, chata de dizer, porém do repasse federal esse ano a instituição lar dos idosos recebeu um mês. A federal, a federal. Municipal e Estadual estão em dia (Impactada).

Segundo relatos da presidente do lar dos idosos não é somente o Motoclube que contribui com a instituição, é possível perceber através do relato que a sociedade como um todo se movimenta para a manutenção dos serviços prestado pelo lar dos idosos, entidades como Rotary e Maçonaria também se predispõem a fazer doações e evento em prol da instituição, contudo hoje a Costelada é responsável pela maior doação realizada anualmente ao lar dos idosos.

Sobre os impactos gerados com essa parceria com o Motoclube e com o evento:

Na última Costelada a equipe [...] foi com as suas motos, entraram até o pátio do lar, para os internos foi assim uma festa fantástica. Só deles ver aquele movimento, aquela atração, aquela alegria e a gente pode ver também o rosto de todos os companheiros de vocês, acho que você não estava, foi uma alegria muito grande, muito grande. É muito gratificante, e o [Presidente] nos disse que a expectativa ano pós ano é melhorar cada vez mais. E a gente assim, acredita sim, porque hoje como você também já falou, hoje a renda da Costelada ela é destinada já [...]. Então assim, eu acredito que a próxima Costelada, que é até já dia 16 de maio, vai assim, superar mais ainda as expectativas. [Sobre a Costelada e ações] a gente fica nessa expectativa. E é uma equipe que, a turma da Costelada, não todos, mas aqueles que podem [...], abraçaram essa causa e estão lá não só no período da Costelada, mas mês a mês estão lá marcando presença, ajudando. As mulheres vão pra fazer a parte de beleza das nossas idosas, que é cabelo, que é unha. E as nossas idosas amam, amam mesmo.

Todo o lucro obtido com o evento é doado para o lar dos idosos, o motoclube apenas, arca com os custos do evento e posteriormente repassa todos valores a instituição, além disso, existe uma parceria com o lar dos idosos de promover o bem estar dos idosos. Dessa forma, sempre que possível o motoclube se dirige a entidade para confraternizar e proporcionar um entretenimento aos internos do lar dos idosos. A ideia de fazer filantropia de forma total verifica-se como um fator preponderante do evento, sendo que dessa forma a população se ve engajada na mesma luta dos empreendedores, e, portanto, participa do evento e proporciona uma arrecação alta para a instituição.

4.3. Discussão

Como foi descrito no referencial teórico é possível constatar que hoje a costelada é responsável por promover uma mudança significativa na sociedade durante a sua preparação, execução e fechamento. Buarque (1999) nos ensina que o desenvolvimento de uma localidade tem como principal escopo promover uma melhoria na qualidade de vida e conseqüentemente um dinamismo economico maior.

Além disso, o evento visa mobilizar a cidade em prol de uma causa, explorando dessa forma suas potencialidades, ou seja, no caso de Paranaíba há a possibilidade de se estudar e pesquisar quais são as pontenciadades turisticas do município, uma vez que tal segmento se

consolidou no mercado nacional e internacional como uma áreas da economia capaz de criar milhares de empregos e gerar uma receita importante para os municípios que se organizam com esse objetivo.

É importante observar que estes eventos proporcionam um impulso positivo e muito importante, de lazer e também trazem uma grande exposição de conhecimentos culturais oferecida as pessoas de outras cidades de maneira agradável e festiva, ou seja, melhora a imagem da cidade e de sua população perante as demais comunidades.

Não se pode questionar que uma das grandes expectativas da população de Paranaíba é o avanço no desenvolvimento turístico, investimento na cultura e o conhecimento da população, fortalecimento da nossa economia, geração de empregos e lazer pra todos.

Partindo-se desse pressuposto os negócios com impacto social são de extrema relevância em cidades menores que sofrem com a falta de assistência do serviço público em diversas áreas da sociedade. Nesse ponto, um evento voltado para a promoção social gera riquezas tanto para o município quanto para as pessoas que trabalham e participam do evento.

Buarque (1999) também relata que o desenvolvimento promovido em uma localidade pequena deve elevar as oportunidades sociais e fortalecer a economia local, consequentemente aumentar a renda da população e também assegurar a conservação dos recursos naturais.

Desse modo, verifica-se que a Costelada é um negócio de impacto social e não um ato de empreendedorismo social, dado que se utiliza de métodos administrativos e gerenciais utilizados em empresas. Com suas funções previamente definidas todos os acionistas cumprem com o que determinado, observando-se a escala de hierarquia entre todos os membros.

Importante frisar que quase todos os integrantes possuem formação em áreas acadêmicas, como por exemplo: engenharia, administração e direito. Sendo que o negócio promovido pelo Moto clube é um complemento às carreiras já consolidadas de alguns membros e que em consequência disso podem depreender tempo para promover a mudança na sociedade.

5. Considerações Finais

É importante frisar que no início da pesquisa acadêmica o pesquisador tinha como entendimento que o evento, ora pesquisado, se tratava de uma ação de empreendedorismo social, contudo após a análise do conteúdo de pesquisa bibliográfica de artigos acadêmicos e entrevista com os principais atores do evento, concluiu-se que a Costelada é um negócio de

impacto social que impacta socialmente diversas pessoas no município de Paranaíba e se retirarmos apenas a parte social de arrecadação de dinheiro para as entidades que colaboram com a sociedade ainda resta todo impacto relacionado a cidade.

Pode-se verificar que o evento impacta a cidade como um todo, seja no turismo, no comércio, nas entidades que durante o evento trabalham e também na autoestima dos moradores da cidade, que se demonstram felizes em verem sua cidade valorizada e vista como referência no universo moto ciclístico.

O presidente do Motoclube ressaltou a história do evento e a forma quase amadora de como o evento surgiu, contudo foi a percepção de que o evento cresceria que fez com que esse grupo de motociclistas percebessem a hora de mudar e estabelecer com isso uma profissionalização do evento, com distribuição de cargos, metas, mais integrantes e colaboradores, o que fez com que o evento crescesse e se tornasse referência para cidades maiores.

Hoje a percepção que se tem é que o evento se tornou parte do calendário da cidade e apesar de, como foi relatado pelo presidente do Motoclube, não ter nenhum apoio da administração pública, todo ano que passa há um crescimento de frequentadores, patrocínios e conseqüentemente um aumento na arrecadação de valores a serem remanejados para as instituições de caridade.

Além disso, em entrevista com a presidente do Lar dos Idosos, ficou claro que a instituição hoje depende da doação realizada através do evento. A entrevistada, foi efusiva em relação boa que o Lar dos Idosos mantém com o referido Motoclube, de modo que, visa garantir que a instituição continua sendo contemplada com os valores auferidos com o evento.

A crise financeira que se instalou no Brasil nesses últimos anos com certeza preocupa a presidente da instituição de caridade que com a ajuda da população e das associações vem conseguindo suprir a falta dos valores que a administração pública destina para a manutenção dessas instituições.

Pesquisar um evento como este pode inspirar novos empreendedores a seguirem o mesmo caminho no município de Paranaíba, uma cidade que há muito sofre com o desinteresse da própria população.

É de suma importância entender os fatores que fazem com que jovens, que possuem uma ocupação formal, depreenda tempo, esforço e muitas vezes dinheiro para ir em busca de algo mais. O que motiva tais pessoas a deixarem seus lares, afazeres e se dedicarem de corpo e alma a realização de um evento tão grande, pode ser o objeto de pesquisa de uma área ligada a psicologia que investiga a existência do espírito empreendedor nos jovens e adultos.

Entender o que os motiva pode ser o ponto de partida de uma mudança até na formação escolar de muitos jovens que já na escola são desmotivados pela burocracia que impera no Brasil e que faz com que muito, mesmo antes, da fase adulta já não nutram esse espírito empreendedor, que seja tanto no acúmulo do lucro ou da esfera social.

Noutro ponto, verifica-se que os realizadores do evento pouco têm controle ou referência de quanto de capital o evento movimentava na cidade, dessa forma, uma área de pesquisa que traria benefício ao evento seria a verificação pormenorizada dos valores auferidos com toda a realização do evento, incluindo a questão turística e econômica de modo que tal levantamento ajudaria nas tomadas de decisões em relação aos rumos que o evento pode vir a tomar.

Sem sombra de dúvidas eventos de grande magnitude são extremamente relevantes para a manutenção da economia de pequenas cidades, dado que, o capital ao invés de se retirado da cidade passa a adentrar, posto isso, se faz necessário uma colheita de dados para que seja apresentada aos gestores uma radiografia extensa do alcance do negócio de impacto social promovido pelo Rota 158.

Referências

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith. **Usos e abusos dos estudos de caso**. Cad. Pesqui., São Paulo, v. 36, n. 129, p. 637-651, 2006. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010015742006000300007&lng=en&nrm=iso>. Acessado em: 20/09/2019

BARKI, E. (2015). **Negócios de Impacto: Tendência ou Modismo?** GV-Executivo, 14. Disponível em <<http://rae.fgv.br/gv-executivo>> Acesso em 23/09/2019.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>. Acesso em: 20 out. 2019.

BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável. Material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal**. Brasília, DF: IICA, 1999. Disponível em : <<https://georgenunes.files.wordpress.com/2015/04/metodologia-de-planejamento-dodesenvolvimento-local-e-municipal-sustentavel.pdf> > acesso em 29/10/2019.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. **Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico**. Revista Interdisciplinar Científica

Aplicada, Blumenau, v.2, n.4, p.01- 13, Sem II. 2008. Disponível em:<https://www3.ufpe.br/moinhojuridico/images/ppgd/9.1b%20metodos_quantitativos_e_qualitativos_um_resgate_teorico.pdf> Acesso: 20/08/2019.

GIL, Antônio Carlos. Estudo de Caso: **Fundamentação científica - subsídios para coleta e análise de dados - como redigir o relatório**. São Paulo: Atlas, 2009.

MANZINI, Eduardo José. **Considerações sobre a transcrição de entrevistas**. Disponível em: http://www.oneesp.ufscar.br/texto_orientacao_transcricao_entrevista>>. Acesso em: 14 outubro .2019.

NASCIMENTO, C., FAZION, C. B., OLIVEIRA, D. A., & HID, D. S.(2012). **Inovação no Desenvolvimento Local Através de Negócios Social**. Revista Pensamento & Realidade, 27(3), 92-107. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/pensamentorealidade/article/view/13505/10016>> Acesso em 20/10/2019.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo Social no Brasil: configuração, perspectivas e desafios - notas introdutórias**. In: Rev. FAE, Curitiba, v. 7, n.2. 2004. Disponível em: Acesso em: 29/07/2019.

PARENTE, C.; COSTA, D.; SANTOS, M.; CHAVES, R.; **Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição. XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho**. Lisboa, 26 e 27 de Maio de 2011. Disponível em:<http://repositorioaberto.up.pt/bitstream/10216/61185/2/cparenteempreendedorismo000151867.pdf> > Acesso em: 25/08/2019.

PETRINI, Maira; SCHERER, Patrícia; BACK, Léa: **Modelo de negócios com impacto social**. RAE - Revista de Administração de Empresas, vol. 56, núm. 2, marzo-abril, 2016, pp. 209. Disponível em: < <https://rae.fgv.br/rae/vol56-num2-2016/modelo-negocios-com-impacto-social>> Acesso em 23/09/2019.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos**/ Robert K.Yin;tradução Ana Thorell; revisão técnica Cláudio Damacena;- 4; ed.- Porto Alegre: Bookman,2010.