



28 · 29 · 30
de OUTUBRO

XII SEGET
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA
TEMA 2015
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



Empreendedorismo, Responsabilidade Social e Negócios de Impacto.

Nathalia Correia dos Santos
nathalia_c.santos@hotmail.com
Zumbi dos Palmares

Everton Felipe Bardi de Souza
evertonfelipe1507@gmail.com
Zumbi dos Palmares

Juliana Santana da Silva
santana-silva2013@bol.com.br
Zumbi dos Palmares

Antônio Carlos Estender
estender@uol.com.br
Zumbi dos Palmares

Marcio de Cassio Juliano
prof.mcj@hotmail.com
Zumbi dos Palmares

Resumo: Este artigo, ao decorrer da leitura possibilitará que o leitor entenda melhor sobre os conceitos de empreendedorismo e responsabilidade social. O objetivo deste trabalho é compreender como o empreendedorismo e a responsabilidade social agrega valor nos negócios de impacto social. Através de estudos teóricos e práticos, foi possível identificar as características necessárias no empreendedor engajado nas soluções das questões sociais e entender como funciona a operacionalização das atividades empreendedoras e sociais nas empresas. O resultado da pesquisa está voltado nos benefícios identificados na aplicação dos projetos sociais como negócio. Abordamos também a importância de ampliar o mercado de atuação das empresas com o foco em impacto e lucro, tendo em vista a emergência da sociedade e a possibilidade de expansão do negócio. Enfim, o propósito do artigo é estimular o leitor sobre a responsabilidade e empreendedorismo social como estratégias de gestão, na qual possibilita os envolvidos a desenvolverem os conhecimentos técnicos a fim de atingir positivamente e integrar a sociedade ao sistema econômico e social.

Palavras Chave: Empreendedorismo - Empreendedorismo Soc - Responsabilidade Soc - Negócios de Impacto -

1. INTRODUÇÃO

Diversos trabalhos vêm analisando o tema Empreendedorismo e Responsabilidade social nas organizações em seus diferentes níveis de entendimento e aplicação ao contexto organizacional. Pode-se encontrar na literatura definições para Responsabilidade Social, Empreendedorismo e Negócios Sociais, o que demanda a construção de um modelo teórico que explicita como esses diferentes conceitos se articula e pode contribuir para o entendimento de propostas de desenvolvimento organizacional.

Negócios de Impacto Social são empresas que existem a fim de promover soluções para problemas sociais da população de baixa renda, de acordo com o Sebrae o objetivo dos negócios sociais é “causar o impacto positivo em uma comunidade, ampliando as perspectivas de pessoas marginalizadas pela sociedade, aliada a possibilidade de gerar renda compartilhada e autonomia financeira para os indivíduos de classe baixa”. Esses negócios possuem características específicas ao objetivo central da empresa, abrangendo os seguintes atributos para seu desenvolvimento; levantamento de emergência da população de baixa renda; empreendedores envolvidos com foco e objetivo de possibilitar o impacto social; ampliação ilimitada quando o resultado é atingido e fornece o esperado, possibilitando a sua aplicabilidade de adaptação conforme a necessidade; sua rentabilidade é o resultado do impacto social e não dependente de doações; o compartilhamento dos ganhos financeiros pode ou não existir no negócio, mas o lucro não é uma regra para a existência do mesmo.

O benefício da atuação desse tipo de empresas com a sociedade gera lucro para a empresa e a transformação de um determinado grupo de pessoas que conseqüentemente são impactadas pelos produtos/serviços que ela fornece. A falta de comportamentos socialmente responsável gera ineficiência na visibilidade de um negócio. Sendo assim, faz-se necessário a aplicação de condutas que beneficie a sociedade, esta prática agrega valores que contribui para o desempenho e elaboração dos valores e missão da empresa tornando-se um diferencial. Além da necessidade de relações conscientes entre os envolvidos direta e indiretamente, é fundamental o papel do empreendedor, a fim de identificar necessidades e transformá-las em oportunidades, utilizando suas experiências como parâmetro no desenvolvimento e elaboração das atividades.

Na literatura acadêmica sobre Empreendedorismo, Responsabilidade social e Negócios de Impacto existem poucos estudos sobre o tema. Um trabalho identificado na literatura do Brasil foi o Como Mudar o Mundo - Empreendedorismo social e o poder de novas ideias de David Bornstein que mais vezes apareceu na literatura. Em seu estudo, cujo tema era o papel dos empreendedores do chamado terceiro setor nas mudanças sociais e econômicas, determinantes para o desenvolvimento, foi realizado uma pesquisa qualitativa para a identificação da importância e benefícios das ações sociais e desenvolvimento dessas atividades.

A pesquisa está associada no seguinte questionamento, como o Empreendedorismo e Responsabilidade Social agregam valor nos negócios de impacto social? Esses conceitos vêm sendo utilizado como estratégias organizacionais, e são ações que nos negócios de impacto, possibilita minimizar e preencher deficiências identificadas na sociedade gerando rentabilidade para o negócio. O objetivo deste trabalho é compreender como o Empreendedorismo e a Responsabilidade social agrega valor nos negócios de impacto social.

O estudo esta estruturado em, além dessa introdução na primeira sessão. Na segunda sessão é discutida a questão do Empreendedorismo e Responsabilidade Social. A seguir são detalhados os aspectos metodológicos utilizados na confecção desse artigo, Na quarta sessão são apresentados às análises dos dados obtidos com a pesquisa. Na quinta sessão são expostos os resultados empíricos, a conclusão e algumas sugestões para futuras

pesquisas na área. Através dessa análise espera-se que seja possível verificar as vantagens em adotar tais práticas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é um fenômeno que vem crescendo e se popularizando durante os anos, revelando-se a sua extrema importância de impacto no desenvolvimento econômico e social de uma região. “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades” Dornelas (2005, p.39). Um exemplo da importância desse processo é o crescimento das oportunidades encontradas no mercado e sociedade para o desenvolvimento de pessoas e comportamentos que represente essas ações no dia a dia. A junção do engajamento de pessoas junto às características empreendedoras contribui para o crescimento da livre iniciativa favorecendo e promovendo-a como práticas de resultados, a fim de beneficiar o ambiente aonde se aplica.

Fróes e Melo Neto (2002, p.9), define que o empreendedorismo, “É um processo dinâmico pelo qual indivíduos identificam ideias e oportunidades econômicas e atuam desenvolvendo-as, transformando-as em empreendimentos e, portanto, reunindo capital, trabalho e outros recursos para a produção de bens e serviços”. Essas ações têm sido constantemente identificadas dentro das organizações e utilizadas no planejamento de execução para a expansão e crescimento das movimentações dos produtos e serviços prestados.

O empreendedor detém um papel fundamental como intermediário na base de troca, efetuando a transição de serviços e produtos entre a relação de oferta e demanda visando à realização das expectativas dos interessados. (HISRIC, 1986). A interação de comportamentos empreendedores que envolvam o estudo das carências do mercado é fundamental para o empreendedor alcançar o objetivo, pois entender as necessidades da sociedade amplia as opções de soluções e desenvolvimento de novos produtos e serviços e sua aplicabilidade.

Para a realização dessas expectativas é importante o autoconhecimento em relação ao projeto do negócio e o perfil do empreendedor que resulta em algumas características para a concretização das atividades. Conforme a concepção de Dornelas (2010), o empreendedor tem como características: identificação e entusiasmo pelo desenvolvimento do seu negócio, capacidade de transformar o ambiente em que se encontra através da sua criatividade, e possui também visão futura para minimização dos riscos e sensibilidade para localizar oportunidades.

2.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Esta prática do empreendedorismo possibilitou também expandir o desenvolvimento nas questões voltadas para minimização dos problemas sociais.

O empreendedorismo social é uma vertente do empreendedorismo, só que alicerçado no propósito de atuação de missão social (DEES, 2002, p. 3), ou seja, o que difere entre o empreendedorismo e empreendedorismo social é a forma como ele é empregado, a demanda do social visa corresponder às emergências sociais, que tem como objetivo criar estratégias para solucionar e responder esses problemas a fim do benefício da sociedade através das ferramentas e conceitos teóricos e práticos utilizados no empreendedorismo comum.

Segundo RAO, (2015) o empreendedorismo social é um processo que envolve pessoas que aplicam os seus conhecimentos e experiências profissionais a favor do outro, a fim de colaborar, visando além do lucro. A importância da integração das pessoas e suas habilidades no empreendedorismo social fortalecem a essência e ampliação dessas práticas na sociedade, que visa possibilitar o impacto social sem ter como no que é comum, a receita como a visão primária pela execução e disponibilização de uma atividade.

Ainda sobre o ponto de vista das diferentes formas de exercer o empreendedorismo tradicional e social, Melo Neto & Fróes, (2002) diz que o empreendedorismo social trata-se de uma nova busca na qual o negócio deixa de almejar o objetivo clássico dos negócios tradicionais passando a direcionar o foco de atuação à sociedade, envolvendo em seu plano de ação o governo, setor privado e a comunidade que são setores que detêm um papel fundamental de transformação e poder de impacto.

De acordo com os autores a razão de existência do empreendedorismo social esta inerente ao propósito e objetivo de desenvolver práticas que beneficie melhorias para sociedade, diferentemente do empreendedorismo tradicional, que tem como força maior a captação de lucro.

Figura 1: Comparação entre empreendedorismo privado e social

EMPREENDEDORISMO TRADICIONAL	EMPREENDEDORISMO SOCIAL
É individual	É coletivo
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para a Comunidade
Foco no mercado	Foco na busca de soluções para os problemas sociais.
Sua medida de desempenho é o lucro	Sua medida de desempenho é o impacto Social
Visa satisfazer as necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	Visa resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las

Fonte: Melo Neto e Froes (2002, p.11).

2.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL

A responsabilidade social passa a existir a partir de um comprometimento da empresa com a sociedade, na qual a sua operacionalização vai além das suas funções básicas como gerar impostos, lucros e empregos. O papel social das organizações esta relacionado na sua atuação ética com o desenvolvimento ecológico, econômico e social (Barbosa e Rabaça, 2001, p.640). Atualmente as empresas adotam essa postura com o propósito de corresponder esses aspectos sendo premissas básicas para o atual contexto da sociedade.

Segundo Frei Betto (2001) apud Tenório (2006 p.30) uma organização consciente da sua responsabilidade social para com a comunidade, não pode limitar-se em atender somente suas demandas organizacionais e muito menos achar que o seu conceito só abrange a satisfação das necessidades dos seus funcionários, mas sim indo além, incluindo a sua família e a comunidade em torno. Atender aos quesitos organizacionais e dos funcionários são

diretrizes fundamentais nas empresas, algumas organizações tem se conscientizado da importância e comprometimento da inclusão da família entendendo que assim o rendimento e contribuição do funcionário tende ser mais completo.

Já para Milton Friedman (1985) a concepção de que a responsabilidade social deve ultrapassar as necessidades da empresa é errônea. Pois o autor afirma que essa iniciativa foge da característica social da mesma, que tem como único objetivo social e responsável à utilização dos seus recursos e da sua mão de obra para maximização dos lucros. No mercado há empresas que associam essa política de benefício social, como uma responsabilidade apenas do governo, pois, elas existem com a finalidade de captar lucros para fins pessoais e favorecer apenas os envolvidos diretamente com o negócio.

Oliveira, citado por Sousa (2010, p.13) diz que “Quando indivíduos ou organizações ganham legitimidade perante um grupo ou sociedade geralmente ganha credibilidade. Isso facilita seu reconhecimento social e a ação na sociedade”. A atuação do empreendedor no desenvolvimento de um negócio que unifique os interesses da organização e dos demais envolvidos é importante para a visibilidade e aceitação das empresas, hoje as pessoas se interessam mais por empresas com essa ideologia, o que acrescenta sua ampliação e participação no mercado e sociedade.

Para Melo Neto e Brennard (2004, p.13) a responsabilidade social esta inerente a uma ação compromissada diariamente, associada a um objetivo de transformação social aplicada por um modelo de gestão inovador. Para um resultado positivo e que atenda as expectativas do comprometimento constante e mudanças sociais, essas operações nas empresas são utilizadas como estratégias que colaboram para o resultado de suas atividades e contribuição social, gerando oportunidades e novos conceitos de coordenação das empresas.

A responsabilidade social é vista também como um modelo de gestão revitalizado pela necessidade da sociedade, a interação dos objetivos da empresa junto ao comprometimento do benefício coletivo é usada para equilibrar o propósito dos envolvidos. “A Responsabilidade Social é um conjunto de ideias e práticas da organização que fazem parte de sua estratégia e que tem como objetivo evitar prejuízos e/ou gerar benefícios para todas as partes interessadas (*stakeholders*) na atividade da empresa (consumidores, empregados, acionistas, comunidade local, meio ambiente etc.), adotando métodos racionais para atingir esses fins e que devem resultar em benefícios tanto para a organização como para a sociedade” (DIAS, 2012 p.20).

A Responsabilidade Social é um dos pré-requisitos básicos para a existência de uma empresa. Muitas vezes não parte apenas de questões de conscientização da própria organização, e sim do que é imposto civilmente partindo da necessidade de cobrar o aperfeiçoamento e melhor desenvolvimento da empresa visando o bem estar social e ambiental, e também das cobranças e exigências dos (*stakeholders*).

Figura 2: Forças que exercem pressão sobre as empresas em relação à Responsabilidade Social.



Fonte: Adaptado de Dias (2012, p.82).

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

O método científico para a elaboração deste artigo seguiu os passos da identificação do tema, levantamento bibliográfico, seleção de textos, estruturação preliminar e estruturação lógica do estudo sua avaliação, interpretação dos resultados e síntese do conhecimento obtido. Na seleção dos materiais incluídos na revisão, utilizou-se a internet para acessar as bases de dados Spell, Dedalus-Usp, Sibi-Usp, Scientific Electronic Library Online (SciELO). O critério para identificar os materiais de pesquisa foi que eles contivessem em seus títulos, nas suas palavras chave ou ainda nos seus resumos, as palavras ligadas à temática, tais como: Responsabilidade Social e Empreendedorismo nas empresas. A busca dos dados foi realizada no período entre 12/05 à 22/05 de 2015.

Os estudos exploratórios provêm informações sobre aspectos específicos dos fenômenos organizacionais, sobre os quais temos pouco conhecimento. São usados quando pouco se sabe sobre as organizações a serem estudadas. Durante a fase exploratória, foi realizada uma revisão teórica com o objetivo de aprofundar os conhecimentos no tema e desenvolver instrumentos de coleta de dados para a segunda fase pela natureza do assunto na literatura e prática na administração foi adotada uma pesquisa descritiva por meio de pesquisa bibliográfica com os objetivos descritos a fim de apresentar de modo mais eficiente o problema, foi também feito o levantamento e tratamento de dados.

Segundo Rynes e Gephart (2004), um valor importante da pesquisa qualitativa é a recomendação de ações para a resolução do problema proposto e o processo deve vir do pesquisado e não do pesquisador, além de procurar a descrição e compreensão das reais interações humanas, sentidos, e processos que constituem os cenários da vida organizacional

na realidade. A pesquisa qualitativa vem ganhando espaço reconhecido nas áreas, de educação e a administração de empresa. A pesquisa qualitativa também parte de questões ou focos de interesses amplos, que vão se definindo à medida que o estudo se desenvolve. Envolve por sua vez a obtenção de dados sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva da situação em estudo. (GODOY, 2006). Ainda que MERRIAM (1998) estudos qualitativos interpretativos pode ser visto como um conjunto de técnicas.

Interpretativas que procuram descrever, decodificar, traduzir e, de alguma forma chegar a um acordo com o significado podem ser encontrados em disciplinas aplicadas em contextos de prática. A opção pela metodologia qualitativa se faz após a definição do problema e do estabelecimento dos objetivos da pesquisa que se quer realizar. MANZINI (2003) salienta que é possível um planejamento da coleta de informações por meio da elaboração de um roteiro com perguntas que atinjam os objetivos pretendidos. O roteiro serviria, então, além de coletar as informações básicas, como um meio para o pesquisador se organizar para o processo de interação referente ao caso estudado.

Portanto, o interesse está nos pontos de vistas subjetivos e a pesquisa baseia-se em um modelo do processo com o objetivo de elaborar teorias, com questões voltadas para o conhecimento sobre os fatos ou processo de socialização. De acordo com Lakatos e Marconi (2001), a pesquisa do caso consiste na observação de fenômenos e fatos da maneira espontânea que ocorrem na coleta de dados, que requer do pesquisador habilidades e clareza quanto ao que irá coletar, e como obterá as informações que devem estar conectadas diretamente aos objetivos.

Para Quivy e Campenhoudt (1998). No método observação participante é importante ressaltar que implica um alto grau de subjetividade, uma vez que as pessoas se manifestam de acordo com sua vivência, histórico valores e aspectos culturais. Utiliza-se este tipo de pesquisa quando se quer conseguir informações e conhecimento referente a um determinado problema do qual se busca comprova-lo, ou ainda com a intenção de descobrir novos fenômenos ou relações entre eles. Para a definição dos benefícios decorrentes da implantação do Empreendedorismo e Responsabilidade Social na empresa Grameen Bank.

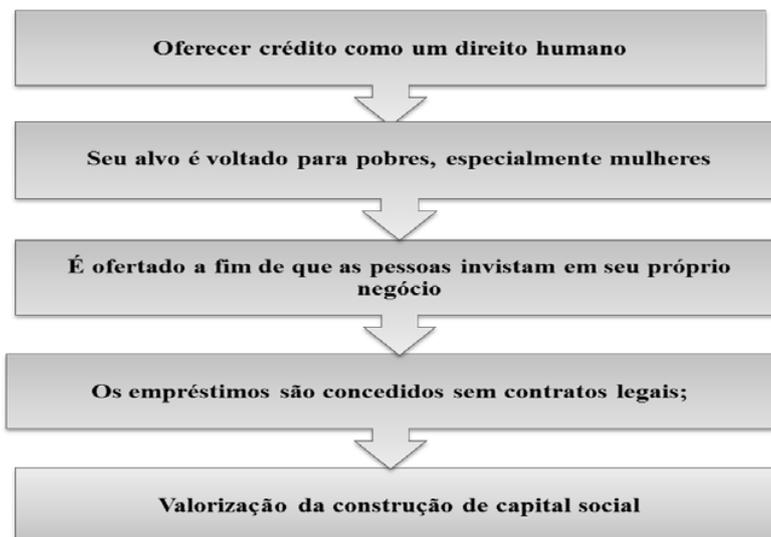
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados descritos a seguir foram baseados nas informações colhidas, também foram colhidas informações nos sites da organização, as informações retiradas do site da empresa contribuíram apenas para complementar a sua descrição. Os resultados do estudo visaram responder, como o Empreendedorismo e a Responsabilidade Social agregam no desenvolvimento dos negócios de impacto.

Os resultados apresentados buscam traduzir a interpretação do pesquisador, construída a partir da análise das respostas obtidas pelo estudo realizado, bem como, os dados obtidos a partir da observação do estudo da organização. As informações foram trabalhadas de forma a apresentar reflexões que venham contribuir para o Empreendedorismo e Responsabilidade Social nos Negócios de Impacto, na expectativa da ampliação de empresas voltadas aos aspectos sociais.

O ganhador do Prêmio Nobel em 2006 Muhamaad Yunus, foi o pioneiro em estimular a prática do empreendedorismo voltado para o impacto social. Através do Grameen Bank seu projeto de maior sucesso que teve início em 1976, ele proporcionou com uma pequena quantidade de dinheiro inicial, o acesso ao microcrédito para 42 mulheres de Bangladesh na Índia que viviam a margem da pobreza. Esse negócio possibilitou que elas pudessem utilizar

o empréstimo para quitar suas dívidas e dar início ao seu próprio negócio. Essa iniciativa além de transformar a vida de cada uma daquelas mulheres, possibilitou também resolver parte de um dos problemas sociais, que é a pobreza e a falta de acesso ao crédito das pessoas aos bancos comuns. Essa iniciativa surgiu devido à emergência social da região junto da possibilidade de aplicar o empreendedorismo a fim de solucionar essas questões. Este modelo de democratização de crédito possui características peculiares, tendo como objetivo, atender os seguintes aspectos;



Este modelo de negócio tem se provado eficiente, os empréstimos são de valores baixos e as realizações dos pagamentos são feitas semanalmente. Os juros cobrados são bem abaixo do que é cobrado pelo mercado, o número de inadimplência não é o suficiente para impactar negativamente a gestão da empresa, porém a falta dos pagamentos afeta os empréstimos futuros.

O microcrédito foi uma iniciativa de extrema importância para a ampliação do negócio e desenvolvimento econômico e social. A junção das práticas empreendedoras e sociais gerou resultado positivo para todos os envolvidos.

A responsabilidade e empreendedorismo social no projeto são utilizados, como uma ferramenta ética de gestão para obter êxito empresarial e desenvolvimento da sociedade, são métodos estratégicos de controle de impactos que buscam gerar relação que todos ganha, o chamado ganha-ganha, não se tratando de filantropia social.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou demonstrar que a importância do Empreendedorismo e Responsabilidade Social nos negócios como fator de desenvolvimento, é um comportamento que possibilita a expansão do negócio e maximização do impacto na sociedade. Acredita-se, diante das demonstrações de exemplos identificados no Grameen Bank e baseado no referencial teórico apresentado sobre o tema que sustenta a possibilidade da utilização dessas práticas como ações inovadoras na gestão e condução dos negócios, que o objetivo de compreender como o Empreendedorismo e a Responsabilidade Social agregam valor nos negócios de impacto social foi atingido.

Salienta-se que a utilização desses aspectos na gestão de uma empresa, ainda é um assunto muito discutido e necessário, devido o impacto da elaboração de suas atividades no

progresso social e econômico. Faz-se necessário, a expansão desses feitos em prol do desenvolvimento da empresa possibilitando acesso e oportunidades para os envolvidos.

Como sugestão de estudos futuros, é necessário ampliar as referências e a análise dos resultados de cunho quantitativo e de múltiplos casos, e ampliar a análise dos resultados e das referências nesse setor, para que os profissionais e gestores da área tenham mais clareza sobre novos conceitos na área. Pois a ampliação e o aprofundamento de estudos sobre o tema possibilitará a criação e o desenvolvimento de novos trabalhos voltados aos aspectos sociais.

A contribuição mais relevante é de natureza teórica, pois durante a realização da pesquisa, constatou-se a necessidade de estudos relacionados a empreendedorismo e responsabilidade social, para motivação e ampliação das atividades como modelo de gestão organizacional. (São eixos teóricos mais condizentes com as necessidades expressas da organização, e o contexto atual da empresa). (FLEURY, 2001).

Ressalta-se, contudo, neste artigo que a afirmação de Melo Neto e Brennand (2014, p.13) quanto à responsabilidade social como objeto de transformação social, colabora diretamente na ampliação do resultado do negócio. Acredita-se que dessa forma seja possível influenciar cada vez mais as organizações a utilizarem esse modelo de gestão social, a fim de revolver as deficiências sociais e contribuir para a rentabilidade e visibilidade do negócio.

Conclui-se que a responsabilidade e empreendedorismo social, bem aplicado se transformam em agentes de mudanças e transformações positivas, concedendo acesso e impacto na vida das pessoas e gerando reconhecimento e o fortalecimento das ações propostas pelo negócio. O privilégio da aplicação do modelo de gestão consciente a fim de corresponder às perspectivas sociais, é um mercado de necessidades e oportunidades e que influência no desenvolvimento econômico e social agenciando as necessidades e carências de todos.

6. REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Gustavo Guimarães; RABAÇA, Carlos Alberto.** Dicionário de comunicação. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- BORNSTEIN, David.** Como mudar o mundo: empreendedorismo social e o poder de novas ideias. [S.I]: Record, 2005.
- DE SOUSA, Marisa Jaconimi;** Monografia - A Responsabilidade Social de Empresas Privadas como novo Elemento na dinâmica Democrática do Brasil - Monografia-Universidade Federal de Minas Gerais, Brasília, 2010.
- DEES, J. Gregor.** O significado de empreendedorismo social. Extraído do site www.academiasocial.org.br - Disponível em: Acesso em: 20 de Abril de 2015.
- DIAS, Reinaldo;** Responsabilidade Social: Fundamentos e Gestão: - São Paulo: Atlas, 2012.
- DORNELAS, José Carlos de Assis.** Transformando Ideias em Negócios: - 2ª edição – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. -5ª reimpressão
- DORNELAS, José Carlos Assis.** Os dez mandamentos do empreendedorismo. Entrevista à Revista Carreira & Sucesso, 2010.
- FLEURY, Maria Thereza Leme; FLEURY, Afonso.** Construindo o conceito de competência. RAC, edição especial 2001, p.p. 183-196.
- FLICK, W.** Introdução à pesquisa qualitativa. Tradução Joice Elias Costa. 3. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FRIEDMAN, Milton.** Capitalismo e liberdade. Edição. São Paulo: Nova Cultural, 1985
- FROES, César; MELO NETO, Francisco Paulo de.** Empreendedorismo Social: A Transição Para A Sociedade Sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.



- GODOY, A. S.**. Estudo de caso qualitativo. In: Silva, A. B., Godoy, C. K., 2006.
- HISRICH, Robert. D.** NOME LIVRO et al. Entrepreneurship, 1986, p.96.
- LAKATOS, Eva M.** Fundamentos de Metodologia Científica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- MANZINI, E.J.** Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semi-estruturada. In: **MARQUEZINE: M. C.; ALMEIDA, M. A.; OMOTE; S.** (Orgs.) Colóquios sobre pesquisa em Educação Especial. Londrina:eduel, 2003. p.11-25.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria.** Metodologia do trabalho científico. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- MELO NETO F. P; BRENNAND, J.M.** Empresas Socialmente Sustentáveis: O Novo Desafio da Gestão Moderna. Rio de Janeiro: Qualitymark 2004.
- MERRIAM, S.B.**: Qualitative research and case study applications in education. 2. ed. San Francisco: Jossey Bass, 1998.
- QUIVY, R; CAMPENHOUDT, L. V.** Manual de investigação em Ciências Sociais. 2. Ed. Lisboa: Gradiva, 1998.
- RAO, Srikumar.** Renasce o imperador da paz. Forbes. v. 162, nº 5, de 7/9/1998. Disponível em: www.ashoka.org.br. Acesso em: 30 Abril 2015.
- RYNES, S., GEPHART, R. P., JR.** From the editors: qualitative research and the Academy of Management Journal. Academy of Management Journal, 47 (4), 454-461. 2004.
- SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Entenda o que são Negócios Sociais - Disponível em: www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraez/O-que-sao-negocios-sociais. Acesso em: 05 Maio 2015.
- TENÓRIO, F.G** Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática et al – 2ª ed. FGV,2013. 259P.
- YUNUS** – Negócios Sociais Brasil – Origem – Disponível www.yunusnegociossociais.com/#!origem/c251n . Acesso em: 15 Maio 2015.