

**Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade**

**ONGS X NEGÓCIOS LUCRATIVOS: UMA PERSPECTIVA  
ATRAVÉS DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO DA UFSM**

**NGOS X LUCRATIVE DEALS: PERSPECTIVE THROUGH UFSM  
ADMINISTRATION STUDENTS**

Giulia Xisto de Oliveira

**RESUMO**

Apesar da preocupação social ser evidentemente presente nos dias atuais, a quantidade de iniciativas empreendedoras voltadas ao terceiro setor, que segundo é “um conjunto de organizações e iniciativas privadas que visam a produção de bens e serviços públicos”, é ainda baixa no Brasil. O número de Entidades Privadas sem Fins Lucrativos em Santa Maria – RS é de 1.066, um número baixo nesse cenário que conta com centenas de novos bacharéis em Administração a cada semestre. Em face dos contextos apresentados formulou-se o seguinte problema de pesquisa: Por que o assunto empreendedorismo social, mais especificamente ONGs, ainda é pouco falado e estudado? O que leva administradores ou estudantes de administração abrirem mais negócios lucrativos do que ONGs? Tal estudo se faz necessário porque no cenário acadêmico que estuda as organizações empresariais e as organizações não-lucrativas evidencia-se a falta de iniciativas empreendedoras voltadas ao terceiro setor. Observou-se que pouquíssimos acadêmicos têm interesse na abertura de ONGs, pois preferem cada vez mais os negócios lucrativos a fim de estabilizar a vida profissional e financeira.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Social, Brasil, ONGs.

**ABSTRACT**

Although the social concern is clearly present today, the number of entrepreneurial initiatives aimed at the third sector, which is "a set of private organizations and initiatives aimed at the production of public goods and services", is still low in Brazil. The number of Private Non-Profit Entities in Santa Maria - RS is 1,066, a low number in this scenario that has hundreds of new bachelors in Administration each semester. In view of the contexts presented, the following research problem was formulated: Why is the subject of social entrepreneurship, more specifically NGOs, still little spoken and studied? What leads administrators or management students to open more profitable business than NGOs? Such a study is necessary because in the academic scenario that studies the business organizations and the non-profit organizations it is evident the lack of entrepreneurial initiatives directed to the third sector. It was noted that very few academics have an interest in opening up NGOs, as they increasingly prefer profitable business to stabilize professional and financial life.

**Keywords:** Entrepreneurship, Social, Brazil. NGOs.

## 1 INTRODUÇÃO

Durante as décadas de 1960, 1970 e 1980, o Brasil, assim como outros países da América Latina, passou por um período de ditadura militar – um contexto que desencorajava a participação civil nas atividades econômicas devido à concentração de propriedade de terra e o clientelismo presente no sistema político (CAVALCANTE, 2015). Quando entrou em decadência durante a década de 1980, o governo ditatorial brasileiro não conseguia mais estimular a economia, controlar a inflação crônica e os níveis crescentes de concentração de renda e pobreza provenientes de seu projeto econômico, dando espaço assim, ao movimento pró-democracia (HAMMOUD, 2008).

Com a volta da democracia no Brasil em 1985 pôde-se perceber no contexto social nacional, lacunas deixadas pelo o Estado, que junto à crise do estado de bem-estar, mobilizou a atuação participativa dos cidadãos civis nas políticas públicas e na criação de Organizações Não Governamentais (ONGs) (CAVALCANTE, 2015). O voluntariado então, passou a ter lugar de destaque no Brasil e na América Latina, que segundo Fernandes (1994), contribui com a formação de redes autônomas de atuação social, criando novos espaços de cidadania, em oposição ao Estado onipresente.

Mais de trinta anos após o fim da ditadura, os problemas sociais ainda são presentes no Brasil e junto aos problemas ambientais globais, provenientes da Revolução Industrial (séculos XVIII e XIX) e da indústria química, compreendida como atividade industrial, praticamente só no século XIX (SOARES, 2006), têm provocado muitos debates dentro do contexto acadêmico empresarial sobre empreendedorismo, inovação, sustentabilidade e diversos temas que apresentam uma preocupação social.

Apesar da preocupação social ser evidentemente presente nos dias atuais, a quantidade de iniciativas empreendedoras voltadas ao terceiro setor, que segundo

Fernandes (1994) é “um conjunto de organizações e iniciativas privadas que visam a produção de bens e serviços públicos”, é ainda baixa no Brasil. Segundo pesquisa do IBGE de 2010, o número de Entidades Privadas sem Fins Lucrativos em Santa Maria – RS é de 1.066, um número baixo nesse cenário que conta com centenas de novos bacharéis em Administração a cada semestre.

Em face dos contextos apresentados formulou-se o seguinte problema de pesquisa: Por que o assunto empreendedorismo social, mais especificamente ONGs, ainda é pouco falado e estudado? O que leva administradores ou estudantes de administração abrirem mais negócios lucrativos do que ONGs?

A resposta à respectiva questão de pesquisa foi buscada a partir dos objetivos descritos a seguir.

O objetivo geral é identificar quantos estudantes de Administração da UFSM pretendem abrir uma ONG e quantos pretendem abrir um negócio lucrativo, para isso, alguns objetivos específicos se fazem necessários, como: descrever as motivações ao abrir uma ONG e ao abrir um negócio lucrativo, analisar as percepções dos estudantes acerca da abertura de ONGs e abertura de negócios lucrativos e verificar seus níveis de conhecimento em relação ao empreendedorismo social e como o curso na universidade oferece bases para tal compreensão.

Tal estudo se faz necessário porque no cenário acadêmico que estuda as organizações empresariais e as organizações não-lucrativas evidencia-se a falta de iniciativas empreendedoras voltadas ao terceiro setor por parte dos acadêmicos recém graduados e graduandos no curso de Administração na cidade de Santa Maria – RS. Cidade essa que contém uma universidade federal com quatro cursos de graduação em Administração (diurno, noturno, polo Frederico Westphalen e Ensino à Distância), além de outras dezoito faculdades que incluem centros universitários, universidades privadas e universidades públicas de outras cidades com ensino à distância para Santa Maria.

A partir dessa realidade vivenciada pelos autores, verificou-se no website do IBGE uma pesquisa realizada em 2010 (data mais recente encontrada) em que o número de Entidades Privadas sem Fins Lucrativos em Santa Maria – RS, ou seja, entidades participantes do terceiro setor, era de 1.066, número considerado baixo se comparado às centenas de estudantes que se formam em Administração em Santa Maria ano após ano.

Analisando a situação socioeconômica e socioambiental atual do século XXI, e mais especificamente a situação político-econômica brasileira, que desde 2014 têm vivido uma época de recessão e crise, resultado do acúmulo de um problema já anunciado há vinte anos atrás que, segundo Baltar (1996), é o problema da geração insuficiente de empregos formais e do baixo nível das remunerações do trabalho que vem se agravando desde 1980. Percebeu-se então a necessidade de avaliar estatisticamente a quantidade de iniciativas privadas e não governamentais que objetivam fomentar a economia e ao mesmo tempo trabalhar em prol do bem social, no contexto local, tendo em vista a elevada importância da atividade empreendedora com responsabilidade social para a sociedade.

Este artigo se divide em mais 4 partes, sendo referencial teórico acerca do empreendedorismo, metodologia que foi utilizada na pesquisa, resultados e as considerações finais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Junior e Hashimoto (2014) afirmam que o termo empreendedor (*entrepreneur*), com o significado atual, teve sua origem na França, em meados dos séculos XVIII e XIX. Seu significado é particular, significa aquele que inova assumindo riscos. Tais conceitos podem ser estudados através de Richard Cantillon (1755) e Jean-Baptiste Say (1803) que estavam não só preocupados em estudar o ambiente macro, mas também as empresas.

Nota-se ainda que o termo empreendedor foi utilizado no século XII como aquele que incentiva conflitos, já no século XVII estava relacionado aos comandantes de ações militares. Por fim, no século XVIII e XIX o termo ganhou o conceito que se perpetua até os dias atuais (FREIRE et al., 2012).

Através das grandes inovações tecnológicas no século XX como a invenção do computador (1943) e mais tarde da internet (1969), os conceitos de empreendedor e empreendedorismo foram se aperfeiçoando. O empreendedorismo envolve pessoas e processos, para que juntos, possam transformar ideias em oportunidades de negócio criativas. Empreender é destruir a ordem dos fatos econômicos existentes para introduzir novos conceitos e oportunidades (SCHUMPETER, 1949).

Dornelas (2012) afirma que para empreender é necessário que se tenha tanto ideias, quanto oportunidades com significados diferentes. A ideia pode ser exclusiva ou não, o único requisito é que ela seja capaz de transformar recursos em um negócio lucrativo, porém, a oportunidade sempre será exclusiva. Tendo em vista que precisa saber o momento e a forma correta de usufruí-la.

Além disso, existem alguns tipos de empreendedores, sendo eles: o empreendedor start-up que visa a inovação, criando negócios e abrindo empresas, o empreendedor corporativo, intra-empendedor ou empreendedor interno e por fim, o empreendedor social que tem por missão um negócio focado na melhoria da sociedade (BAGGIO e BAGGIO, 2014).

Segundo Alencar et al. (2012), o empreendedor start-up, como o próprio nome demonstra, start significa iniciar e up significa para cima. Esse tipo de empreendedorismo está intimamente ligado à inovação e posição de liderança no mercado através da abertura de novas empresas, tendo como exemplo empresas como Google, Facebook, Apple e entre outras.

Já o empreendedor corporativo, intra-empendedor ou empreendedor interno também está ligado à inovação, porém interna. Esse tipo de empreendedor não pensa em abrir uma nova

empresa, mas sim desenvolver aquela da qual ele já faz parte. Seu objetivo é explorar novos produtos, tecnologias e oportunidades de crescimento para o sucesso da empresa (MARQUES, 2016).

Enquanto que um empreendedor social deve ter visão e criatividade, pois preocupa-se com os dilemas da sociedade em que vive, pensando em formas de amenizá-los e através de sua missão social, paixão pelo que faz e preocupação com o próximo (OLIVEIRA, 2004). A Tabela 1 demonstra as características essenciais de um empreendedor social.

Tabela 1 – Características e habilidades do empreendedor social

| Características/ Habilidades  | Referência                       |
|---|----------------------------------|
| Cooperativo, com visão social, habilidade de comunicação, empático, criatividade na solução de problemas reais, forte, fibra ética, pragmático  | Johnson (2000)                   |
| Sinceridade, paixão, clareza, confiança pessoal e organizacional, planejamento, habilidade para improviso   | Boschee (2008)                   |
| Inovador, arrojado, transparente  | Dees (1998)                      |
| O empreendedor social é um indivíduo, grupo, rede, organização ou aliança de organizações que busca, de forma sustentável, mudanças em larga escala por meio da quebra de ideias-padrão em que e/ou como os governos, organizações sem fins lucrativos e as empresas, fazer para lidar com os problemas sociais | Noruzi, Westover e Rahimi (2010) |
| Clareza e iniciativa, equilíbrio, participativo, saber trabalhar em equipe, negociar, pensar e agir estrategicamente, perceptivo, ágil, criativo, crítico, flexível, focado, habilidoso, inovador, inteligente e objetivo.  | Oliveira (2004)                  |
| Criativo, líder   | Melo Neto e Froes (2002)         |

Fonte: SILVA (2009)

## 2.1 Os tipos de empreendedorismo

Existem diversos ramos de empreendedorismo, a fim de que os projetos sejam devidamente alocados de acordo com seus propósitos e missão em categorias. Sendo eles o empreendedorismo corporativo ou intra-empreendedorismo que busca inovar dentro de padrões pré-estabelecidos por empresas já existentes no mercado. Esse tipo de empreendedorismo é o menos arriscado e mais utilizado, pois visa a diminuição de custos e aumento dos lucros numa empresa ou empresas específicas, com o objetivo de melhorá-la (HENRIQUE e CUNHA, 2012).

Há também o empreendedorismo start-up que justamente dá origem a empresas start-ups. Normalmente tais empresas são de pequeno porte e estão em busca de crescimento, necessitando de jovens talentos e voluntários. O foco é a inovação ao lançar produtos e/ou serviços ao mercado.

Essas empresas utilizam muitas pesquisas de mercado e pesquisas a respeito da inovação. Vale ressaltar que na maioria dos casos, são empresas de tecnologia, porém não precisa ser necessariamente uma empresa de TI para ser uma start-up. Além disso, elas recebem

alto investimento logo de início e como seus objetivos são recuperar as riquezas e gerar lucro rapidamente, seus colaboradores precisam estar preparados para cenários de instabilidade e incertezas (ALENCAR et al., 2012).

Percebe-se que o empreendedorismo está muitas vezes ligado ao lucro, porém esse conceito não se completa quando se fala do empreendedorismo social. Seu foco não é o lucro e sim melhorias sociais, pois surge num contexto onde investimentos públicos não são suficientes para mudanças sociais globais. Além disso, com o aumento da problematização social (catástrofes naturais, fome no mundo, maus-tratos aos animais e escassez de recursos naturais), as empresas começam a tomar consciência de seu papel perante a sociedade (SILVA e SOUZA, 2013).

De acordo com Quintão (2014), as empresas sociais podem se desenvolver em diversos setores, porém não deixam de ter uma estrutura empresarial com legislações, natureza jurídica e organizacional. As leis que regem esse tipo de empresa variam de país para país, se encaixando em empresas de terceiro setor. Seu foco não é o lucro e sim a resolução de problemas que a sociedade enfrenta.

Para Mair e Marti (2004), o empreendedorismo social pode ser o ramo mais diferenciado dentre os outros, pois muitas vezes é estudado como um campo de pesquisa a parte devido a sua prioridade quando o assunto é criar valor social e buscar desempenho ao impactar a sociedade. Já Noruzi, Westover e Rahimi (2010) acreditam que o empreendedorismo social deve ser estudado juntamente com os demais tipos, pois foi derivado do empreendedorismo genuíno, aquele que visa o lucro, porém apenas com algumas modificações. Sendo assim, não deve ser estudado sozinho.

De qualquer forma, não se pode negar que o empreendedorismo social vem como uma forma de resgatar valores e preencher vazios e falhas derivados do mercado, visando o preenchimento das necessidades e a transformação mundial. Também pode se preocupar com a sustentabilidade financeira (OLIVEIRA, 2004).

Para Bornstein (2006), quando se fala de Brasil, percebe-se que pouco é divulgado sobre empreendedorismo social. Porém os grandes investidores deveriam investir nos empreendimentos sociais, pois irão determinar a sociedade futura.

Através de algumas empresas como a Ashoka, o empreendedorismo social tem-se difundido ao redor do mundo e inclusive no Brasil. A Ashoka foi fundada na Índia em 1980 por Bill Drayton e em 1987 no Brasil. Seu foco é formar empreendedores sociais por todo mundo, tendo em vista a diminuição da desigualdade social. Sua abrangência é mundial e é uma das maiores fomentadoras do empreendedorismo social, pois oferece recursos para empreendedores sociais impactarem o mundo.

Atualmente a Ashoka é uma OSCIP (Organização da sociedade civil de interesse público), OSCIPs são empresas privadas, mais especificamente ONGs que fecham uma parceria com o governo (municipal, estadual ou federal) a partir de sua transparência administrativa e fiscal, a fim de que sejam isentas de tributos para doações recebidas (BAGGENSTOSS e DONADONE, 2013).

### **3 METODOLOGIA**

O presente trabalho se constituiu de uma pesquisa descritiva, pois para Gil (2002), o objetivo desse tipo de pesquisa é descrever as características de um fenômeno ou acontecimento em determinada população. Ou ainda, fazer uma relação e comparação entre variáveis. Utilizando-se de um grupo específico, obtêm-se informações sobre ele, como: idade, sexo, nível de escolaridade, entre outros e coleta-se dados a respeito de suas opiniões, visões e motivação acerca de alguma temática. Além disso, as pesquisas de caráter descritivo tendem a ser utilizadas por pesquisadores sociais que se preocupam com a atuação prática.

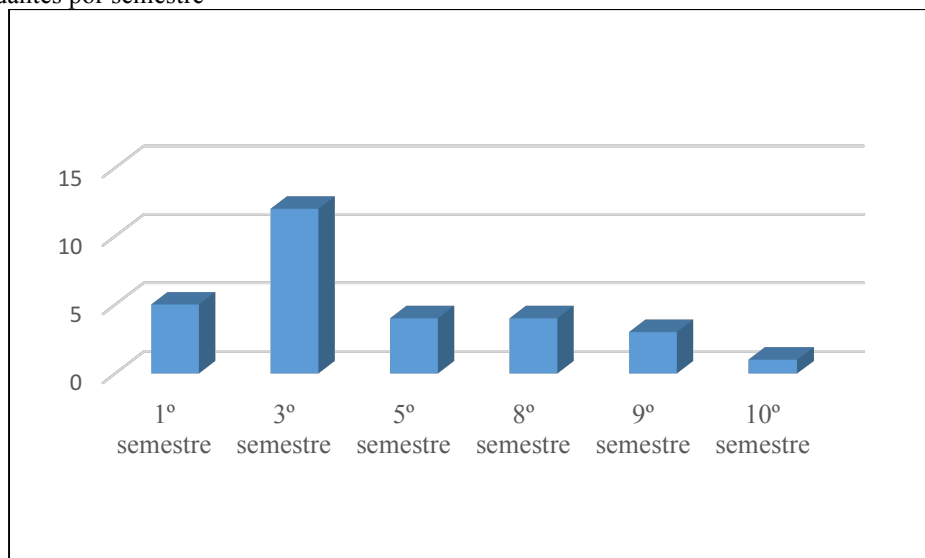
A pesquisa pode também ser considerada uma pesquisa qualitativa, pois se refere a uma maior ênfase na análise do conteúdo, sendo subjetiva e utilizando-se de coleta e descrição de realidades cotidianas e percepções humanas acerca da temática (TERENCE e FILHO, 2006).

Foi elaborado um questionário com perguntas aos estudantes a respeito de suas opiniões sobre ONGs em comparação aos negócios lucrativos, suas percepções acerca da abertura de ONGs e abertura de negócios lucrativos, além disso, quais os níveis de conhecimento em relação ao empreendedorismo social e como o curso na universidade oferece bases para tal compreensão e por fim identificar quantos estudantes realmente almejam abrir uma ONG em contrapartida com aqueles que desejam abrir um outro tipo de negócio próprio descrevendo quais suas motivações. O questionário contém 5 perguntas abertas e fechadas e foram aplicados em 29 estudantes do curso de administração da Universidade Federal de Santa Maria

#### 4 RESULTADOS

Foram abordados 29 alunos, sendo 5 estudantes do primeiro semestre do curso de administração, 12 do terceiro semestre, 4 do quinto, 4 do oitavo, 3 do nono e 1 do décimo semestre, como mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Estudantes por semestre

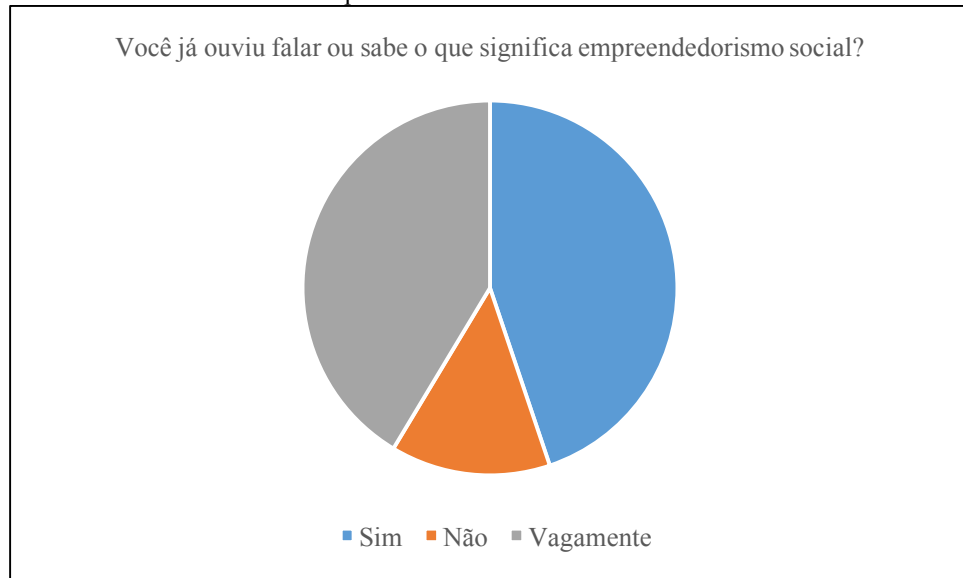


Fonte: Elaborado pelo autor

Aos alunos foi questionado sobre os conhecimentos deles acerca do empreendedorismo social, 13 responderam sim, 12 vagamente e 4 responderam que não. Além disso, o aluno do 10º semestre, o semestre mais adiantado do curso, compõe os 4 alunos que responderam que não, demonstrando assim que há pouco conhecimento sobre o empreendedorismo social por parte desses alunos.

Pode-se dizer que 45% dos alunos entrevistados já ouviram falar sobre o assunto e 55% não sabe totalmente ou tem dúvidas, como mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2 – Conhecimento dos alunos sobre empreendedorismo social



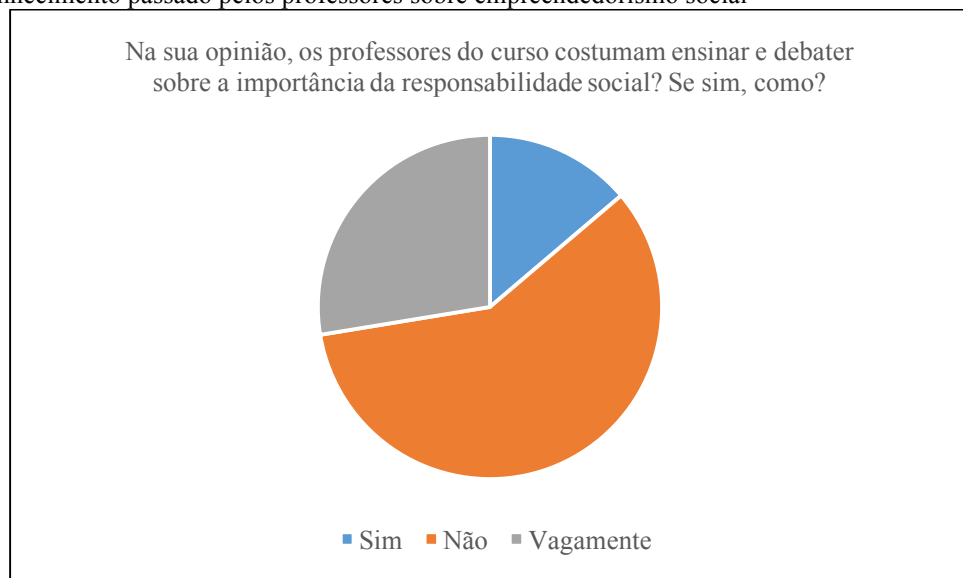
Fonte: Elaborado pelo autor

Quando foi questionado sobre os conhecimentos passados em sala de aula sobre o terceiro setor, a falta de conhecimento foi ainda maior. 86% dos alunos afirmaram não ouvir ou ouvir vagamente algo sobre o assunto em sala de aula e apenas 14% afirmou já ter presenciado algum professor alertando sobre a importância da responsabilidade social como administradores, como mostra o Gráfico 3.

Tais dados são preocupantes, pois se remete a uma falta de conhecimento tanto por parte desses alunos a respeito do empreendedorismo social. Vale ressaltar que é muito importante para a sociedade que a academia reconheça o valor dos empreendedores sociais e/ou voluntários.

Será necessário que professores, estudantes e universidades envolvam seu dia-a-dia com mais atividades sustentáveis e que verdadeiramente se reconheça a importância da prática social, também no empreendedorismo.

Gráfico 3 – Conhecimento passado pelos professores sobre empreendedorismo social

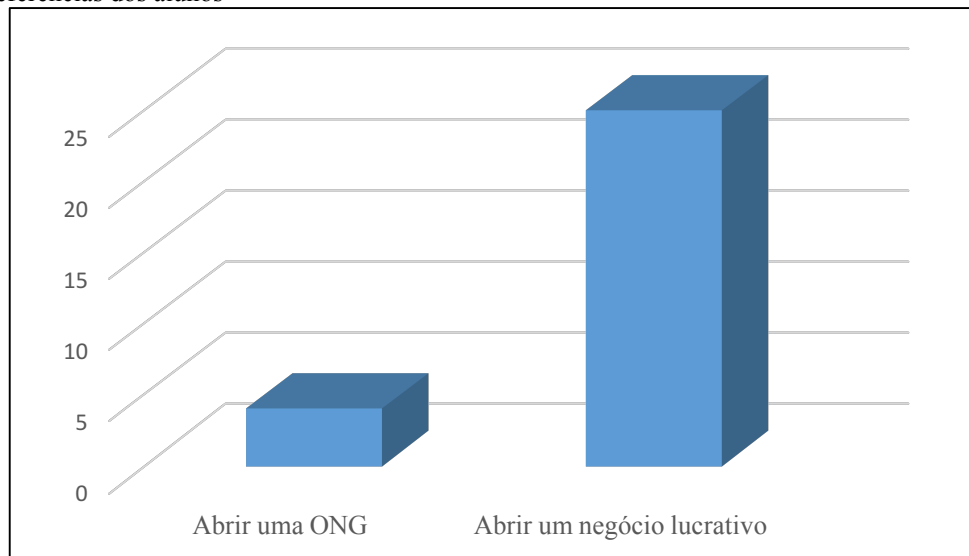


Fonte: Elaborado pelo autor

Os fatores citados anteriormente, podem estar dando origem aos dados do Gráfico 4, que mostra as preferências desses alunos entrevistados. Apenas 4 de 29 alunos tem um interesse real por trabalhar em uma ONG, mais especificamente abrir e gerenciar uma. Os outros 25 almejam apenas negócios lucrativos pois acreditam que não seriam bem remunerados em uma ONG, não teriam crescimento pessoal e econômico, não teriam uma estabilidade financeira e uma ONG traria pouca rentabilidade.

Notou-se que a maioria dos estudantes abordados se preocupa com estabilidade financeira logo após o término da graduação e remuneração suficiente para viver sem a família. Esses alunos não acreditam que uma ONG possa apoiar suas perspectivas e anseios de vida.

Gráfico 4 – Preferências dos alunos

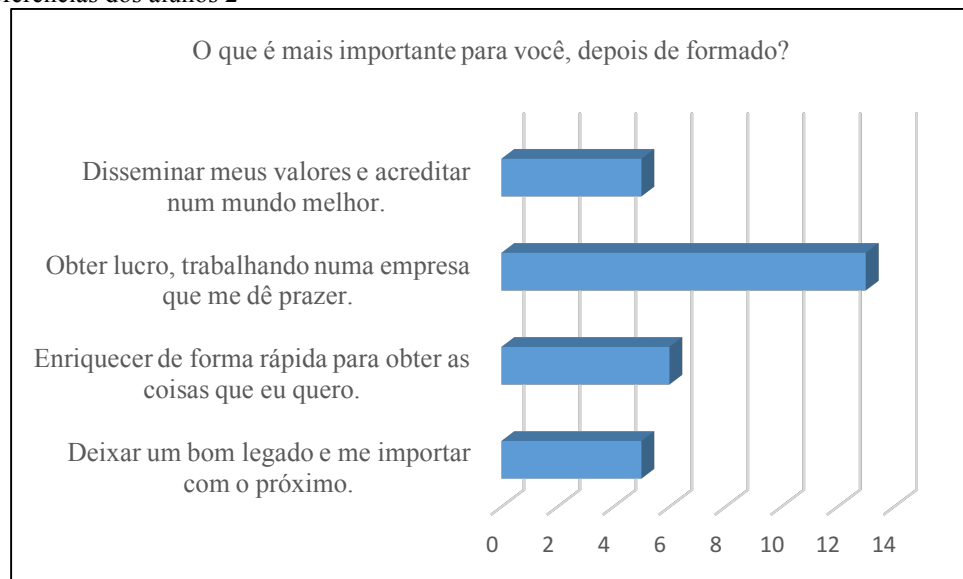


Fonte: Elaborado pelo autor

Além disso, foi questionado também sobre seus reais anseios após o término da graduação. A grande maioria dos questionados, 13, responderam que o mais importante é obter lucro trabalhando numa empresa que dê prazer. Apenas 5 alunos responderam que desejam deixar um bom legado e se importar com o próximo, outros 5 alunos responderam que pretendem disseminar seus valores na sociedade e 6 alunos querem enriquecer de forma rápida para realizar seus desejos, como mostra o Gráfico 5.



Gráfico 5 – Preferências dos alunos 2



Fonte: Elaborado pelo autor

Sabe-se da importância do empreendedorismo social e do terceiro setor, porém na prática, a maioria dos alunos abordados não demonstrou interesse e confiança a respeito das ONGs e de como melhorar a sociedade. Esse fator traz consciência acerca de como a temática está sendo abordada e/ou visualizada por algumas pessoas na sociedade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pretende-se dar continuidade aos estudos, a fim de abordar a maior parte dos alunos de administração da UFSM possível e cumprir com os objetivos descritos. Vale ressaltar que poucos alunos se voluntariaram a responder o questionário sobre empreendedorismo social, pois o assunto parece não ser o foco dos estudantes de graduação.

Considera-se também a importância de novos estudos a respeito do empreendedorismo social já que se teve dificuldade ao encontrar pesquisas que focam inteiramente no assunto. É necessário que haja mais pesquisadores e estudantes interessados no comportamento das ONGs e de como o terceiro setor impacta na sociedade.

## REFERÊNCIAS

ALENCAR, P. L. C.; MORAES, R. R.; CAVALCANTE, H. de S.; BRASIL, A. T; BOTELHO, M. A. da S. **Empreendedorismo Start Up: um Estudo de Caso em uma Empresa de Tecnologia no Estado do Pará**. IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia (SEGET). Resende, RJ: 2012.

BAGGENSTOSS, S; DONADONE, J. C. **Empreendedorismo social: reflexões acerca do papel das organizações e do estado**. Gestão e Sociedade, Belo Horizonte, vol. 7, n. 16. p. 112-131. Janeiro/Abril 2013. ISSN 1980-5756.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1): 25-38, 2014 - ISSN 2359-3539.

BALTAR, E. A. **Estagnação da economia, abertura e crise do emprego urbano no Brasil**. Disponível em:

<<http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/ecos/article/view/8643188>>

- CAVALCANTE, C. E. et al. **Motivação para entrada de voluntários em ONG brasileira.** R.Adm., São Paulo, v.50, n.4, p.523-540, out./nov./dez. 2015
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- EMRICH, G.; BAÊTA, A. M. C. **A pesquisa no Brasil: o papel do capital empreendedor.** REVISTA USP, São Paulo, n.73, p. 24-31, março/maio 2007.
- FREIRE, D. A. L; CAMPOS, L. N. DE M; CORRÊA, R; RIBEIRO, H. C. M. **Empreendedorismo feminino no Brasil: perspectivas.** Revista Tecer. Belo Horizonte. Vol. 5, n. 9, nov. 2012. Disponível em <<http://pe.izabelahendrix.edu.br/ojs/index.php/tec/article/view/300/0>>. Acesso em: 05 abr. 2014.
- HAMMOUD, R. H. N. **Crescimento, desenvolvimento e desigualdade de renda: análise dos clássicos – Furtado, Cardoso e o “milagre” econômico.** In: Anais do XI Encontro Regional de Economia – ANPEC-Sul 2008. Curitiba, Universidade Federal do Paraná.
- HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. **Definições e formas do empreendedorismo corporativo: Uma revisão teórica.** Revista Unicuritiba, Curitiba, PR, v. 11, n. 12. 2012.
- JUNIOR, R. S. da F.; HASHIMOTO, M.. **A Importância do Ensino Empreendedor na Formação de Nível Técnico.** In: Anais Eletrônicos. VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE). Goiânia, GO: 2014.
- MARQUES, J. R.. **O que é o empreendedorismo corporativo?** Disponível em <<http://www.jrmcoaching.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo-corporativo/>>. Publicado em 29 de março de 2016.
- NASSIF, V. M. J.; ANDREASSI, T.; SIMÕES, F. **Competências empreendedoras: há diferenças entre empreendedores e intraempreendedores?** Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 8, n. 3, p.33-54, jul./set. 2011.
- OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo Social: da teoria à prática, do sonho à realidade.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.
- QUINTÃO, C. **Empreendedorismo social e oportunidades de construção do próprio emprego.** Seminário “Trabalho social e Mercado de Emprego”; Painel Políticas Sociais e Mercado de Emprego Universidade Fernando Pessoa, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Porto, 28 de Abril de 2004.
- ROCHA, M. C. **A eficiência dos incentivos fiscais à inovação tecnológica. Radar Inovação.** Disponível em <<http://inventta.net/wp-content/uploads/2011/06/A-eficienciados-incentivos-fiscais-a-inovacao.pdf>>. Acesso em jun 2016.
- SOARES, F. R. **A educação ambiental na indústria química e petroquímica: uma reflexão em busca da excelência.** São Paulo. 157f. 2006. Dissertação (Mestrado em Sistema Integrado de Gestão) – Centro Universitário Senac, São Paulo, 2006. Disponível em:

<[http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select\\_action=&co\\_obra=90237](http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=90237)>

SILVA, F. A. G; SOUZA, W. J. **Empreendedorismo Social Desenvolvedor De Capital Social: Estudo Do Projeto Oasis De Intervivência Universitária.** Revista Estudos do CEPE, Santa Cruz do Sul, n37, p.172-189, jan./jun. 2013.

TERENCE, A. C. F; FILHO, E. E. **Abordagem quantitativa, qualitativa e a utilização da pesquisa-ação nos estudos organizacionais.** XXVI ENEGEP - Fortaleza, CE, Brasil, 9 a 11 de Outubro de 2006.