

NEGÓCIOS SOCIAIS E SUA APROXIMAÇÃO COM A SUSTENTABILIDADE: o caso edisca

LUCAS DE SOUZA

CENTRO UNIVERSITÁRIO FAMETRO - UNIFAMETRO

FÁBIO FREITAS SCHILLING MARQUESAN

Introdução

O empreendedorismo sustentável e os negócios sociais representam atuações alternativas no campo empresarial. Esses empreendimentos sociais alcançam rendimentos financeiros executando ações voltadas para a sustentabilidade e para a oferta de soluções para problemas da população de baixa renda.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Dada essa articulação teórica, chegou-se a seguinte questão de pesquisa: Como o negócio social estudado (EDISCA) se aproxima do conceito de sustentabilidade, em suas dimensões econômica, social e ambiental? A fim de elucidar essa questão, buscou-se compreender como as ações cotidianas da EDISCA se aproximam de práticas econômicas, sociais e ambientais originadas do conceito de sustentabilidade.

Fundamentação Teórica

As possibilidades ou oportunidades de atuação para os empreendedores sustentáveis irão surgir das falhas ou deficiências de mercado, as quais provocam externalidades responsáveis por problemas sociais e ambientais, as quais demandarão ser solucionadas, dentre outros modos, por novas formas de negócios sustentáveis (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; COHEN; WINN, 2007; RAUFFLET; BRES; FILION, 2014). Essas novas formas de negócios sustentáveis são os negócios sociais ou negócios de impacto social (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014).

Metodologia

Em relação aos procedimentos metodológicos, foi executada uma pesquisa qualitativa e de caráter descritivo. Para a coleta de dados, foram realizadas entrevistas com os gestores da EDISCA. Para análise dos dados foi realizada análise de conteúdo.

Análise dos Resultados

Conclui-se que a EDISCA se aproxima de práticas sustentáveis ao promover impactos e benefícios para a sociedade ou comunidade onde se insere e desenvolver estratégias e ações para gerar receita e, assim, promover sua sustentabilidade financeira.

Conclusão

Conclui-se que a EDISCA se aproxima de práticas sustentáveis ao promover impactos e benefícios para a sociedade ou comunidade onde se insere e desenvolver estratégias e ações para gerar receita e, assim, promover sua sustentabilidade financeira.

Referências Bibliográficas

BOSZCZOWSKI, A. K.; TEIXEIRA, R. M. O Empreendedorismo Sustentável e o Processo Empreendedor: Em Busca de Oportunidades de Novos Negócios como Solução para Problemas Sociais e Ambientais. Revista Economia & Gestão, Belo Horizonte, v. 12, n. 29, p.141-168, maio/ago. 2012. KIYAMA, R. S.; COMINI, G. M.; D'AMARIO, E. Q. Criação de Negócios Sociais no Brasil: Um Estudo Exploratório. In: ENANPAD - ENCONTRO DA ANPAD, 38., 2014, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2014. p. 1 - 16. Disponível em: .

Palavras Chave

Empreendedorismo sustentável, Negócios Sociais, Práticas sustentáveis

NEGÓCIOS SOCIAIS E SUA APROXIMAÇÃO COM A SUSTENTABILIDADE: o caso edisca

1 INTRODUÇÃO

Na atualidade, diferentes intervenções humanas são causadoras de problemas socioambientais, dentre as quais destacam-se aquelas relacionadas às práticas empresariais. Práticas essas que, devido a sua própria execução, apresentam aspectos nocivos à natureza e às populações marginalizadas (BANERJEE, 2011). Assim, busca-se o desenvolvimento de práticas empresariais capazes de fornecer respostas para as atuais crises, bem como sanar atuais demandas da sociedade, não comprometendo as possibilidades de vida da atual e das próximas gerações (DINIZ; BERMAN, 2012). Estrutura-se, assim, os entendimentos acerca do conceito de sustentabilidade empresarial (BRANDON, 1999). Inseridas nas diferentes perspectivas e ações acerca da sustentabilidade organizacional, surgem novas formas de atuação empresarial.

Entre essas novas formas de atuação das empresas, evidencia-se a aproximação entre o campo da sustentabilidade e o campo do empreendedorismo, dando origem ao chamado empreendedorismo sustentável (AHMED; MCQUAID, 2005; BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; COHEN; WINN, 2007; DELGADO et. al., 2008; MOTOMURA, [201-?]; RAUFFLET; BRES; FILION, 2014). Nessa vertente sustentável do empreendedorismo, busca-se criar determinados empreendimentos que ao mesmo tempo que aproveitam oportunidades inovadoras, buscam respeitar princípios sustentáveis, nas esferas social, econômica e ambiental (GIMENEZ, 2017). Assim, no empreendedorismo sustentável, as oportunidades de atuação para os empreendedores irão surgir das falhas ou deficiências de mercado, as quais provocam externalidades responsáveis por problemas sociais e ambientais (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; RAUFFLET; BRES; FILION, 2014). Esses problemas demandarão ser solucionados, dentre outros modos, pela integração das esferas econômica, social e ambiental em novas formas de negócios sustentáveis (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; COHEN; WINN, 2007; DELGADO et. al., 2008; RAUFFLET; BRES; FILION, 2014).

Nesse contexto de possibilidades empreendedoras sustentáveis surgem os chamados negócios sociais ou negócios de impacto social. Esses empreendimentos são geridos por empreendedores responsáveis e engajados com demandas socioambientais e, enquanto negócio, apresentam uma atuação intencionalmente pautada no desenvolvimento e na oferta de serviços e produtos que tanto buscam sanar problemas e necessidades da população de baixo poder aquisitivo e, conseqüentemente, problemas que causam ou perpetuam a pobreza, quanto buscam rendimentos financeiros e lucros que garantam a manutenção de suas atividades (ARTEMISIA, [201-?]; KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014).

Dada essa articulação teórica, chegou-se a seguinte questão de pesquisa: Como o negócio social estudado (EDISCA) se aproxima do conceito de sustentabilidade, em suas dimensões econômica, social e ambiental? A fim de elucidar essa questão, buscou-se compreender como as ações cotidianas da EDISCA se aproximam de práticas econômicas, sociais e ambientais originadas do conceito de sustentabilidade. Em relação aos procedimentos metodológicos, foi executada uma pesquisa qualitativa e de caráter descritivo. Para a coleta de dados, foram realizadas entrevistas com os gestores da EDISCA e, para análise dos dados, foi realizada análise de conteúdo.

Justifica-se a presente pesquisa, uma vez que nela aborda-se e evidencia-se entendimentos e teorias sobre negócios de impacto social, os quais representam um campo teórico ainda pouco desenvolvido e trabalhado na academia brasileira e que necessita de uma maior ampliação (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014; ROSOLEN; TISCOSKI; COMINI, 2014). Além disso, quando se fala em organizações de atuação social, grande parte das pesquisas evidencia a atuação e os aspectos gerenciais das Organizações Não-Governamentais (ONG's), havendo

poucos estudos sobre a vertente de negócios sociais (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014; ROSOLEN; TISCOSKI; COMINI, 2014).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo Sustentável

Enquanto campo de estudos, o empreendedorismo sustentável busca agregar conhecimentos relativos ao campo do empreendedorismo com conhecimentos do campo da sustentabilidade (AHMED; MCQUAID, 2005; BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; FREITAS; TEIXEIRA, 2014; RAUFFLET; BRES; FILION, 2014). Individualmente, os campos de conhecimento relativos ao empreendedorismo e à sustentabilidade possuem um vasto arcabouço teórico e conceitual desenvolvido. Por outro lado, ainda são pouco explorados os conhecimentos relativos ao empreendedorismo sustentável como fenômeno específico, demandando maiores estudos e entendimentos (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; RAUFFLET; BRES; FILION, 2014).

Nesse sentido, em termos de definição, apreende-se que o empreendedorismo sustentável pode ser compreendido como a “criação de empreendimentos e aproveitamento de oportunidades inovadoras que respeitem princípios sustentáveis considerando as dimensões social, ambiental e econômica” (GIMENEZ, 2017, p. 220). Assim, o empreendedorismo sustentável procura compreender como determinadas possibilidades mercadológicas em ofertar futuros serviços e bens são percebidas, criadas e exploradas (em forma de empreendimentos), por quais indivíduos e apresentando quais consequências psicológicas, econômicas, sociais e ambientais (COHEN; WINN, 2007).

Ainda em termos de compreensão conceitual, é possível constatar que os aspectos econômico, ambiental e social estão presentes no conceito de empreendedorismo sustentável (PIMENTEL; OLIVEIRA, 2015). Essa compreensão está alicerçada no fato dessa vertente empreendedora atuar na criação e no desenvolvimento de empreendimentos sustentáveis que buscam, juntamente com o lucro econômico, o bem-estar socioambiental de determinada comunidade ou sociedade (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; COHEN; WINN, 2007; MOTOMURA, [201-?]). Por fim, também é possível apreender que os aspectos social e ambiental que formam esse conceito estão alicerçados nos entendimentos das vertentes do empreendedorismo social e do empreendedorismo ambiental, como campos de pesquisas independentes e que possuem seus próprios arcabouços teóricos (BORGES et al., 2013; BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; COHEN; WINN, 2007).

Como visualizado, a compreensão dos aspectos social e ambiental é importante dentro do campo do empreendedorismo sustentável. Essa importância reside no fato dos indivíduos atuantes nessa vertente empreendedora buscarem oportunidades que os possibilite desenvolver soluções para a crise socioambiental da sociedade contemporânea, ao mesmo tempo em que alcançam o desenvolvimento econômico (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012). Essas possibilidades ou oportunidades de atuação para os empreendedores sustentáveis irão surgir das falhas ou deficiências de mercado, as quais provocam externalidades responsáveis por problemas sociais e ambientais. E essas falhas e deficiências do mercado demandarão ser solucionadas, dentre outros modos, por novas formas de negócios sustentáveis desenvolvidos pelos empreendedores sustentáveis (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; COHEN; WINN, 2007; RAUFFLET; BRES; FILION, 2014). Essas novas formas de negócios sustentáveis são os negócios sociais ou negócios de impacto social e serão melhor trabalhados na seção seguinte.

2.2 Negócios Sociais

Os negócios sociais ou negócios de impacto social apresentam determinadas características que os diferenciam de negócios tradicionais. Eles são geridos por empreendedores responsáveis e engajados com causas sociais e ambientais e possuem seus

serviços e produtos intencionalmente pensados para suprir as necessidades da população de baixo poder aquisitivo (ARTEMISIA, [201-?]; KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014). Assim, buscam, explicitamente, causar impacto positivo na sociedade com a oferta de produtos e serviços pensados diretamente para esse impacto (ARTEMISIA, [201-?]; KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014). Além disso, apresentam também a possibilidade de ampliação da sua atuação, uma vez que podem ser desenvolvidos já pensados nas possíveis formas de replicação de seu impacto social em outras regiões e por outros empreendedores (ARTEMISIA, [201-?]; KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014). Um exemplo reconhecido mundialmente é o *Grameen Bank*, em Bangladesh, um dos países mais pobres do mundo, que foi fundado pelo economista Muhammad Yunus, em 1976. Esse empreendedor acreditava que a forma mais efetiva de ajudar as pessoas de baixa renda é incentivar o que elas já têm, ou seja, seu instinto de sobrevivência, conferindo recursos financeiros para que elas conseguissem melhorar sua condição de vida e, até mesmo, empreender (ARTEMISIA, [201-?]; YUNUS, 2010).

Ainda em termos de compreensões, é possível encontrar na literatura três correntes principais que caracterizam e compreendem esses negócios ao redor do mundo (COMINI, 2011; KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014). Primeiramente, a corrente europeia nasce e está alicerçada nos entendimentos da economia social e nomeia os negócios sociais de “empresas sociais” (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014, p. 3). Essa corrente está ligada aos princípios do cooperativismo e do associativismo e enfatiza “[...] a atuação de organizações da sociedade civil com funções públicas [...]”, a partir de uma abordagem que privilegia a participação coletiva, a transparência e a governança dessas entidades sociais, já que muitas delas são mantidas com dinheiro público (COMINI, 2011; KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014, p. 3-4). Na corrente norte-americana, os negócios sociais podem assumir diferentes formatos jurídicos, apresentando, sobretudo, o duplo objetivo de desenvolver atividades comerciais que geram lucro e que, ao mesmo tempo, atendam a determinados objetivos de impacto social (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014). Por fim, a corrente dos países em desenvolvimento nomeia esse tipo de empreendimento de “negócios inclusivos”, compreendendo que esses tipos de negócios devem ser rentáveis e lucrativos, possibilitando a mobilização de capital e talentos de forma mais intensa (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014, p. 5).

Além disso, visualiza-se que, a partir da atuação e da oferta de soluções para determinadas necessidades sociais, os negócios de impacto social promovem variados benefícios para a comunidade em que se inserem (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014; PORTOCARRERO; DELGADO, 2010). Entre os benefícios, Kiyama, Comini e D'amaro (2014) e Portocarrero e Delgado (2010) evidenciam o aumento da renda, advindo da oferta de novos postos de trabalho e da inserção da mão de obra local, que antes estava desempregada, nos novos negócios que surgem. Além disso, segundo esses autores, o aumento da renda advém da oferta de recursos para que pessoas, antes excluídas da lógica do sistema financeiro, possam empreender e, conseqüentemente, gerar mais postos de trabalho (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014; PORTOCARRERO; DELGADO, 2010). Ainda de acordo com esses autores, com o aumento da renda, outro benefício que surge é a possibilidade de acesso, dos indivíduos de baixa renda, a serviços e produtos antes inacessíveis, dentre outros fatores, devido aos seus valores de aquisição e dificuldades logísticas de oferta (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014; PORTOCARRERO; DELGADO, 2010).

Outro aspecto evidenciado por Kiyama, Comini e D'amaro (2014) e Portocarrero e Delgado (2010) reside na construção de cidadania das pessoas beneficiadas pela atuação desses negócios. Isso é constatado, uma vez que em comunidades pobres ou periféricas “[...] é comum verificar uma grande assimetria de informação, poder e influência que impedem ou dificultam o exercício do conjunto de direitos e deveres [...]” pelos moradores dessas comunidades (KIYAMA; COMINI; D'AMARO, 2014, p. 6). Assim, os negócios sociais atuam reduzindo

essas assimetrias, cortando intermediários nos negócios, oferecendo vias para que as pessoas acessem o mercado formal, bem como “[...] disponibilizando de forma amigável informações importantes para o exercício dos direitos das pessoas [...]” (KIYAMA; COMINI; D’AMARO, 2014, p. 6; PORTOCARRERO; DELGADO, 2010). Kiyama, Comini e D’amaro (2014) e Portocarrero e Delgado (2010), por fim, evidenciam o desenvolvimento de capital social como benefício promovido pela atuação dos negócios sociais. Esse capital surge a partir da inclusão dos indivíduos na criação de iniciativas econômicas que contribuam com o fortalecimento das relações entre pessoas que formam determinados grupos em uma comunidade (KIYAMA; COMINI; D’AMARO, 2014; PORTOCARRERO; DELGADO, 2010).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Iniciando a classificação da pesquisa, quanto ao método, ela apresentou uma abordagem qualitativa. Justifica-se essa classificação, uma vez que se objetivou compreender como as ações cotidianas da EDISCA – Escola de Desenvolvimento e Integração Social para Criança e Adolescente se aproximam de práticas econômicas, sociais e ambientais originadas do conceito de sustentabilidade. Nesse sentido, buscou-se compreender em profundidade determinados fenômenos sociais e organizacionais, buscando entender suas singularidades e não sua generalização, como ocorre em estudos quantitativos (BERTERO, 2013; MORGAN; SMIRCICH, 1980).

Quanto ao tipo, essa pesquisa classificou-se como descritiva. Justifica-se essa classificação, uma vez que a pesquisa descritiva privilegia a especificação de fenômenos sociais ou populações específicas, buscando conhecer as comunidades ou os indivíduos envolvidos nesse fenômeno específico, bem como seus traços característicos, seus problemas e outras informações relevantes. Esse conhecimento advém da observação, registro, análise, reflexão, interpretação e evidenciação dos aspectos apreendidos no fenômeno em si e nos indivíduos envolvidos nele (GIL, 2010; TRIVIÑOS, 2008). Para a presente pesquisa, fundamenta-se sua definição como descritiva, uma vez que se objetivou observar, registrar, conhecer, analisar, interpretar e evidenciar um fenômeno organizacional atual e específico, que são os negócios de impacto social e as ações cotidianas desses empreendimentos que evidenciam sua aproximação com a sustentabilidade.

Para a coleta de dados, realizou-se entrevistas com os gestores e profissionais em cargos de liderança da EDISCA. Essas entrevistas foram formatadas em um roteiro semiestruturado (FRASER; GONDIM, 2004; GIL, 2010; GASKELL, 2002; MARCONI; LAKATOS, 2011; OPDENAKKER, 2006; TRIVIÑOS, 2008) de perguntas. O objetivo com a realização dessas entrevistas foi compreender, a partir da visão desses gestores, como o negócio social pesquisado se aproxima de práticas de sustentabilidade em suas ações cotidianas. Para isso, foram entrevistados 07 (sete) representantes da EDISCA, sendo 05 (cinco) profissionais internos (os quais ocupam cargos na Diretoria e em outras funções de liderança do negócio social) e 02 (dois) representantes dos Conselhos que, embora sejam formados por membros externos à EDISCA, compõem a sua estrutura organizacional. Em relação aos conselheiros, entrevistou-se 01 (um) representante do Conselho Fiscal (conselho que, dentre outras funções, aprova as contas do negócio social) e 01 (um) representante do Conselho Consultivo (conselho que, dentre outras funções, acompanha e orienta as estratégias, ações e programas desenvolvidos e executados na instituição).

Sobre o roteiro de entrevista, destaca-se, inicialmente, que suas perguntas componentes representam adaptações de práticas econômicas, sociais e ambientais originadas do conceito de sustentabilidade. Essas práticas sustentáveis (tratadas, no presente artigo, como categorias de análise) estão presentes tanto em trabalhos acadêmicos, quanto em instrumentos mercadológicos, os quais visam evidenciar como essas práticas estão presentes nas ações de variados tipos de negócios. No Quadro 1 estão evidenciadas as categorias de análise (práticas

sustentáveis), as fontes de origem das quais foram adaptadas essas categorias e as perguntas do roteiro de entrevista geradas a partir de cada categoria.

Quadro 1 – Práticas sustentáveis (categorias de análise), fontes das adaptações dessas categorias e perguntas do roteiro de entrevista

PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS (CATEGORIAS DE ANÁLISE)		ADAPTADAS DE:	PERGUNTAS DO ROTEIRO DE ENTREVISTA
SOCIAL	Impacto/Benefícios do negócio social para a sociedade ou comunidade onde se insere (Proposta de Valor)	Artemisia ([201-?]); Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis ([201-?]); Kiyama, Comini e D'amaro (2014); Nascimento (2012);	Na sua visão, quais são os impactos/benefícios da EDISCA para as comunidades onde se insere/oferta seus serviços?
ECONÔMICA	Estratégias/Ações desenvolvidas para promover a sustentabilidade (financeira) do negócio e geração de lucro (para o negócio)	Amaral (2003); Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis ([201-?]); Rezende (2012);	Quais são as estratégias/ações executadas pela EDISCA para promover sua sustentabilidade financeira? Ou seja, como vocês buscam gerar lucro/renda para o negócio?
AMBIENTAL	Meio ambiente – estímulo à educação e conscientização ambiental e estímulo ao consumo sustentável de recursos (materiais; água; energia) de forma que os ecossistemas possam garantir sua capacidade de se regenerar	Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis ([201-?]); Nascimento (2012); Rezende (2012);	Como é a relação da EDISCA com o meio ambiente? Existe algum estímulo da organização para a educação e conscientização ambiental? Além disso, há algum estímulo, tanto nos jovens quanto nas comunidades, para o consumo sustentável de recursos naturais (materiais; água; energia)? Como ocorre esse estímulo?

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2021).

Para análise de dados, foi realizada uma análise de conteúdo (CAMPOS, 2004; SILVA; GOBBI; SIMÃO, 2005) com as informações coletadas nas entrevistas. Para a realização da análise de conteúdo, como primeira ação, definiu-se, previamente, ou seja, de forma “apriorística” (CAMPOS, 2004, p. 614), as categorias de análise, as quais originaram-se de práticas econômicas, sociais e ambientais advindas da teoria de sustentabilidade. As práticas (econômicas, sociais e ambientais) de sustentabilidade, utilizadas como categorias de análise na pesquisa, bem como os autores que as evidenciaram estão expostos no Quadro 1. Após a determinação das categorias de análise e, conseqüentemente, formulação das perguntas do roteiro de entrevista, executou-se as entrevistas com os gestores da EDISCA.

Como segunda fase da análise de conteúdo, transcreveu-se as entrevistas realizadas com os gestores desse negócio social. Com o material transcrito em mãos (*corpus* das entrevistas), seguiu-se para o terceiro momento da análise de conteúdo, o qual compreendeu a realização de “leituras flutuantes” (CAMPOS, 2004, p. 613) do material transcrito. Com a execução dessa fase, foi possível apreender, em uma visão global, as principais ideias e significados presentes no *corpus* das entrevistas, bem como visualizar possíveis caminhos de execução para a próxima

fase. Na quarta e última fase da análise de conteúdo, executou-se o processo de categorização (CAMPOS, 2004; SILVA; GOBBI; SIMÃO, 2005) do conteúdo transcrito das entrevistas. Esse processo compreendeu a alocação de recortes das falas dos entrevistados (podendo, esses recortes, serem sentenças, frases específicas ou parágrafos inteiros) nas categorias levantadas previamente (CAMPOS, 2004; SILVA; GOBBI; SIMÃO, 2005). A categorização, portanto, foi o alicerce central da escrita da seção de Resultados e Discussões.

Ressalta-se que a ação de analisar os dados foi alicerçada em cruzamentos e correspondências entre as informações advindas das entrevistas com os entendimentos presentes na literatura trabalhada no referencial teórico. Desse modo, foi possível estabelecer conexão da teoria desenvolvida ao longo da presente pesquisa com os entendimentos acerca da EDISCA, evidenciando a compreensão de como esse negócio social se aproxima de práticas sustentáveis em suas ações cotidianas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Descrição do campo empírico

Atuante na área social há 26 anos (desde 1991), a Escola de Desenvolvimento e Integração Social para Criança e Adolescente (EDISCA) centrou e ainda centra seu olhar nas pessoas – especificamente crianças, adolescentes e seus familiares – que vivem nas comunidades mais pobres e periféricas da cidade de Fortaleza, Ceará. Especialmente com o olhar e com a atuação voltados para o desenvolvimento humano das crianças e adolescentes que moram nessas regiões de risco, a EDISCA busca como razão de ser, como missão Promover o desenvolvimento humano por meio da educação, da arte e de práticas que contemplem o bem, o belo e o justo. Nesse sentido, o atendimento da EDISCA compreende ações de formação dos educandos (crianças e adolescentes atendidos) nas áreas artística, pedagógica e social (EDISCA, 2015).

Assim, na busca de promover o desenvolvimento humano de crianças e jovens por meio da educação, da arte e de práticas que contemplem o bem, o belo e o justo, a EDISCA, ao longo de 26 anos de história, desenvolveu uma atuação alicerçada em uma prática social e pedagógica tão sólida, multifacetada e contemporânea que a fez ganhar respaldo e destaque local, nacional e internacional. Esse fato comprova-se com as diferentes premiações e honrarias que a escola ganhou ao longo dos anos, dentre as quais destacam-se: Ordem do Mérito Cultural, concedido pela Presidência da República do Brasil (2012, Nacional); Prêmio ODM (Objetivos do Milênio) Brasil, concedido pela Presidência da República do Brasil (2012, Nacional); Prêmio Brasil Social, na categoria arte e cultura (2010, Nacional); Prêmio Banco do Brasil de Tecnologias Sociais, com o Projeto A Vida é Feminina (2009, Nacional), Prêmio Banco do Brasil de Tecnologias Sociais, com o Programa de Fortalecimento do Ensino Formal (2001, Nacional); Prêmio UNESCO “Juventude e Cidadania” (1999, Internacional), dentre outros (EDISCA, 2015).

4.2 Análise dos Dados

4.2.1 Impacto/Benefícios do negócio social para a sociedade ou comunidade onde se insere

Em relação à categoria de “Impacto/Benefícios do negócio social para a sociedade ou comunidade onde se insere”, foi possível compreender, a partir das entrevistas, que os impactos da atuação da EDISCA na comunidade iniciam-se nos educandos residentes nessas regiões periféricas. Essas transformações dizem respeito a mudança de mentalidade das crianças e dos jovens atendidos na EDISCA acerca de outras possibilidades que esses educandos podem trilhar, possibilidades que são diferentes dos caminhos trilhados pelos seus pais e diferentes daquilo que é exposto diariamente para eles como, por exemplo, violência, criminalidade, tráfico de drogas, pobreza absoluta, dentre outras mazelas sociais. Esses entendimentos podem ser visualizados nos trechos de fala a seguir:

Os impactos e benefícios que a EDISCA provoca nas comunidades onde ela insere e oferta seus serviços tem haver a mostrar para todas as crianças que lá moram que sim, existe alternativa, existem outros mundos, outras possibilidades que não é somente o que [...] conseguem infelizmente ver no bairro dela: a droga, a falta de serviços de educação, de saúde, a violência, etc. Então, você meio que ilumina esses lugares quando essas crianças voltam para suas casas e contam suas estórias [...]. (Entrevistado 04)

Eu acho que o maior impacto tem haver nessa perspectiva mesmo, de futuro, sabe? Eu acho que você não precisa seguir a profissão dos pais, uma profissão que remunera pouco, que é pouco valorizada; essa estória, vou fazer uma faculdade; você também usufruir da cidade, dos espaços que a cidade oferece (cultural, artístico). Então, isso tudo influencia pra você querer mais [...]. (Entrevistado 05)

Nesse sentido, foi possível compreender, a partir das falas dos entrevistados, que a atuação da EDISCA, pautada no desenvolvimento de suas atividades artísticas, pedagógicas e sociais com seus educandos, proporciona a esses estudantes inspiração para que visualizem novas perspectivas, bem como outros caminhos que podem ser seguidos para que seja possível transformar sua realidade. Essas compreensões podem ser evidenciadas no trecho da fala do Entrevistados 07, exposta a seguir:

[...] Eu acho, sinceramente, que por mais intangível que seja isso, [...] a maior contribuição que a EDISCA dá às comunidades é a inspiração [...]. É aquele povo poder ver materializado algumas quebras de paradigma, nunca antes imaginada. Isso tem uma força, uma potência de influir, de inspirar outros jovens, outros atores [...], e fazer com que ele pense da seguinte forma: ‘Se essa Maria, que é vizinha da minha casa, conseguiu fazer isso, eu também tenha toda a condição de fazer a mesma coisa’. [...] E esse provavelmente vai ser o maior legado que essa instituição vai deixar, não só pras comunidades [...], mas pra comunidade [fortalezense] como um todo [...].

Por fim, outro aspecto de destaque compreendido a partir das análises das entrevistas, reside no fato de que os impactos da atuação da EDISCA na comunidade irão advir das transformações realizadas, primeiramente, nos educandos. Nesse sentido, as crianças e os jovens atendidos pela EDISCA, tanto ao longo de sua permanência no negócio social, quanto após seu desligamento, transformam-se em agentes de mobilização e de inspiração dentro das comunidades. Assim, com a sua trajetória como educando da EDISCA, eles conseguem estimular outros jovens tanto a adentrar na instituição, quanto a buscar novas perspectivas que transformem a realidade da própria comunidade, sendo esse aspecto uma forma de agir diretamente para a melhoria da autoestima de sua própria comunidade. Essas compreensões podem ser visualizadas nos trechos de fala a seguir:

A EDISCA é uma referência de trabalho social, as meninas e os meninos também são uma referência, porque à medida que eles começam a mudar a vida deles, no sentido de rumo mesmo pra vida deles, eles funcionam como agente mobilizador. Aquela coisa assim de olhar e dizer: ‘ah, é possível?’; ‘ai pode?’; ‘se fulano foi, conseguiu, quem sabe’. [...] É que eles possam mostrar na comunidade que existem outras possibilidades mesmo, que é possível, é difícil, mas pode ser trilhado um caminho diferente. E isso tem impacto sim, tem impacto na autoestima da comunidade, [...] de ter alunos da EDISCA, de ter a EDISCA como parceira [...]. (Entrevistado 01)

Além do mais, elas [crianças atendidas pela EDISCA] têm um papel fundamental na sua família e na sua comunidade, naquele momento. Na sua família, levando outras alternativas, esperanças, compartilhando com os pais (que também nunca tiveram oportunidades) outros caminhos e incentivando a sua própria comunidade a se organizar, a pensar suas vidas, a pensar as políticas públicas, porque elas mudam seu

olhar e sua perspectiva. E aí essa mudança que nasce dentro de uma pessoa, ela se reverbera pela família e depois pela comunidade. (Entrevistado 04)

Nesse sentido, as compreensões evidenciadas anteriormente acerca dos impactos positivos advindos da atuação da EDISCA vão ao encontro daquilo que Artemisia ([201-?]), Kiyama, Comini e D'amaro (2014) e Portocarrero e Delgado (2010) evidenciam acerca da atuação de negócios sociais. Para esses autores, os negócios sociais, como a EDISCA, são empreendimentos que ofertam soluções (produtos e serviços) pensados para suprir as necessidades da população de baixo poder aquisitivo e causar impacto positivo na sociedade ou em comunidades específicas em que atuam. Dentre os benefícios evidenciados por Kiyama, Comini e D'amaro (2014) e Portocarrero e Delgado (2010) acerca da atuação dos negócios sociais e que se aproximam dos impactos e benefícios advindos da atuação da EDISCA, pode-se mencionar a possibilidade do acesso de pessoas de baixa renda a serviços antes inacessíveis (pelos seus valores de aquisição ou dificuldades logísticas), bem como o desenvolvimento de capital social, que ocorre, segundo esses autores, com a inclusão de indivíduos, anteriormente excluídos, em novas iniciativas que contribuem para o fortalecimento das relações entre pessoas que formam variados grupos dentro de comunidades. Além disso, a atuação da EDISCA, ao promover impactos e benefícios, também se aproxima do que Boszczowski e Teixeira (2012), Cohen e Winn (2007) e Motomura ([201-?]) evidenciam acerca dos empreendimentos sustentáveis. Para esses autores, esses empreendimentos, assim como a EDISCA, apresentam uma atuação que busca tanto o crescimento econômico, quanto o bem-estar de determinada comunidade ou sociedade.

4.2.2 Estratégias/Ações desenvolvidas para promover a sustentabilidade (financeira) do negócio e geração de receita e lucro (para o negócio)

Na presente categoria buscou-se evidenciar análises acerca das estratégias desenvolvidas pela EDISCA para garantir sua sustentabilidade financeira, ou seja, quais são as ações realizadas por esse negócio social para gerar receita e lucro capazes de garantir seu funcionamento. Ao analisar as entrevistas, foi possível compreender que a EDISCA apresenta uma estratégia diversificada de ações que buscam captar recursos para esse negócio e, assim, garantir sua sustentabilidade financeira. Inicialmente, foi possível compreender, a partir das falas dos entrevistados, que uma estratégia tradicionalmente desenvolvida pela EDISCA, para captar recursos financeiros, é a elaboração de projetos para a participação em editais de apoio e de incentivo à cultura e à educação, sejam esses editais advindos de órgãos e entidades públicas, quanto de empresas privadas e de entidades da sociedade civil. Ainda no âmbito de apoio governamental, a EDISCA também se vale, para captar recursos financeiros, dos apoios proporcionados pelas leis de incentivo fiscal na área cultural. Dentre elas, destacam-se a Lei Rouanet, em nível Federal (Brasil), e a Lei do Mecenato, em nível Estadual (Ceará). Essas compreensões podem ser visualizadas nos trechos de fala a seguir:

[...] Tradicionalmente, a gente se utilizou muito dos editais, das leis de incentivo fiscal, editais de instituição pública e privada, se utiliza também as leis de incentivo na área cultural ([...] Lei Rouanet, Mecenato estadual), envia projetos através dos editais, tanto pra órgãos públicos quanto privados. O tempo todo a gente tá fazendo essas prospecções aqui [...]. (Entrevistado 01)

[...] tem a estória que a gente chama de prospecção. A gente vai atrás de editais públicos. Públicos, que eu digo, não necessariamente de governo. Público porque é tornado público (tipo Oi Futuro, tipo Petrobrás), esses editais que são lançados pra uma diversidade de pessoas concorrentes. A gente manda projeto e concorre. Alguns a gente passa, alguns a gente não passa [...]. [...] A gente tenta efetivar [...] parceria com [...] o setor público, que chama o primeiro setor (que são os governos dos três níveis, federal, municipal e estadual). [...] O governo ainda se separa: tem as

subvenções sociais (que elas são feitas, normalmente, com secretarias de ação social, do trabalho e desenvolvimento social e isso varia) e, também, através de edital, concurso público, enfim, tudo muito transparente. [...] Na sociedade civil, a gente participa tanto de editais públicos, que é aí que vem os projetos que a gente já aprovou com a UNESCO [...], a gente já teve projeto com a UNICEF, a gente tem projeto com a Fundação Beto Studart que é local. [...] São fundações que são sociedade civil organizada [...]. (Entrevistado 06)

Ainda na análise das entrevistas, compreendeu-se que outra fonte de receitas de recursos financeiros para a EDISCA é a elaboração e a venda de espetáculos de ballet. A partir das falas dos entrevistados, compreendeu-se que essa é a fonte mais antiga de captação de recursos pelo negócio social estudado. Esses espetáculos de ballet são elaborados e vendidos para variadas empresas, bem como são apresentados em momentos diversos na própria sede da EDISCA. Para as empresas, é cobrado um valor específico de cachê a ser pago pelo espetáculo, e nos momentos de apresentação na sede da EDISCA, há a cobrança de determinado valor de ingresso para que se possa assistir a algum espetáculo específico. Essas compreensões podem ser visualizadas nos trechos de fala a seguir:

[...] O nosso principal produto que a gente já faz desde sempre são os ballets [...]. Tanto a gente vende ballet pra eventos fora, como a gente produz nossos eventos. [...] Os nossos eventos ele é contabilizado como bilheteria. E a venda dos ballets pra eventos é cachê. [...] Então, a nossa maior fonte histórica é nosso produto artístico [...]. (Entrevistado 06)

Nesse sentido, os esforços empreendidos pela EDISCA, enquanto negócio social, para captar e gerar recursos financeiros capazes de auxiliar na manutenção da sua sustentabilidade financeira e, conseqüentemente, perenizar sua atuação em um mercado cada vez mais competitivo, vão ao encontro do que Boszczowski e Teixeira (2012) e Kiyama Comini e D'amaro (2014) evidenciam acerca da atuação dos empreendimentos sustentáveis e dos negócios sociais na busca pela geração de riqueza. Para esses autores, os negócios sociais (uma tipologia de empreendimentos sustentáveis), ao mesmo tempo que agem na busca por ofertar bens e serviços que auxiliem na resolução de problemas sociais e ambientais da sociedade, buscam, também, executar ações que garantam rendimentos financeiros e, conseqüentemente, garantam sua manutenção financeira e seu desenvolvimento econômico (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; KIYAMA COMINI E D'AMARO, 2014).

Além dos autores mencionados anteriormente, a atuação da EDISCA na busca de desenvolver variadas ações (em diferentes momentos dentro e fora de sua sede), no intuito de captar recursos financeiros e gerar receitas para manutenção de suas atividades, também é respaldada nos entendimentos de Amaral (2003) e Rezende (2012). Para esses autores, a busca por fontes de receitas encontra respaldo em indicadores de sustentabilidade financeira, os quais evidenciam que essas ações, como as realizadas pela EDISCA, devem ser executadas por diferentes tipos de organizações, a fim de que elas possam apresentar uma aproximação com o conceito de sustentabilidade empresarial e, conseqüentemente, possam perenizar sua atuação no mercado (AMARAL, 2003; REZENDE, 2012).

4.2.3 Meio ambiente

Na presente categoria de análise sobre “Meio ambiente” buscou-se compreender os seguintes aspectos: 1) se na EDISCA há o estímulo à educação e conscientização ambiental; 2) se no negócio social estudado existe o estímulo ao consumo sustentável de recursos naturais (como, por exemplo, materiais, água e energia), tanto para os educandos, quanto para as comunidades periféricas atendidas pela EDISCA. A partir das análises das entrevistas, foi possível compreender que a EDISCA trabalha, entre os seus educandos, temáticas relativas ao

estímulo a educação e conscientização ambiental, bem como temáticas que abordam o estímulo ao consumo sustentável de recursos materiais. Essas temáticas ambientais são trabalhadas de forma transversal, com as crianças e com os jovens atendidos, nos momentos de realização dos grupos socioeducativos, bem como nas aulas de apoio ao ensino formal (aulas complementares de português e matemática). Além disso, a questão ambiental ou temáticas ambientais (como, por exemplo, reciclagem, seca, dentre outras) também são trabalhadas nos espetáculos de ballet da escola. Já ocorreram espetáculos (como, por exemplo, o ballet Jangurussu), cujos figurinos foram todos desenvolvidos a partir de materiais reciclados. Essas compreensões, acerca das temáticas ambientais a serem trabalhadas com os educandos (como assuntos transversais) e em alguns ballets da EDISCA, podem ser visualizadas nos trechos de fala a seguir:

Quando eu falo em educação ambiental, é visto com os meninos [educandos da EDISCA] consumo de água, a questão do lixo (como é que pode ser visto, como pode ser controlado, tratado, usado), o consumo mesmo de uma forma geral, os produtos que a gente consome, que tão mais relacionados a sustentabilidade ou não, a questão das embalagens, tudo isso é tratado aí, nas temáticas da saúde. [...] É nesse sentido dos grupos de educação das crianças, que é a conscientização do uso de lixo, de conservação, de preservação do ambiente. [...] Acho que a proposta é essa, de educação mesmo. (Entrevistado 01)

Eu acho que isso sempre teve um pouco presente com a gente. Não sei se pela limitação financeira (eu acho que isso também trás você a dar mais valor a tudo). O [ballet] Jangurussu, por exemplo, que foi um espetáculo muito antigo, [...] foi feito todo com material reciclado, todo com roupa [figurino] reciclada, [...] numa época que esse conceito nem tava em voga. Hoje tá muito mais presente. (Entrevistado 02)

Por outro lado, também a partir das análises das entrevistas, foi possível compreender que a EDISCA ainda não trabalha temáticas ambientais que tratam do estímulo ao consumo sustentável de recursos naturais (como, por exemplo, materiais, água e energia), diretamente, nas comunidades periféricas que atende. Ainda não são desenvolvidas ações estruturadas e que promovam impacto positivo diretamente nas localidades de origem dos educandos atendidos pela escola. Essa falta de um estímulo direto nas comunidades para a consciência ambiental e para o consumo sustentável dos recursos naturais é uma lacuna já percebida na pedagogia da EDISCA e que, pela fala dos entrevistados, deveria ser melhor trabalhada pelo negócio social. Essas compreensões podem ser visualizadas nos trechos de fala a seguir:

O consumo sustentável dos recursos naturais [...] nas [...] comunidades: nesse ponto eu acho deveria sim haver mais estímulo, de tornar eles [os educandos] um pouco líderes ambientais ou multiplicadores ambientais dessas práticas nas suas famílias, comunidades, etc. [...] É uma questão que poderia ser melhor aproveitada, diante de todos esses desafios das mudanças climáticas e outros, eu acho que a EDISCA tem um papel e precisa avançar ainda nessa área, tem muita coisa ainda que poderia ser feita, a partir do que ela faz, sem precisar ser uma caixinha isolada, mas algo que ela pode fazer dentro do próprio processo e ampliar a educação e a conscientização ambiental. (Entrevistado 04)

Não [...]. E isso eu sinto falta. Eu acho que é uma lacuna na nossa pedagogia, porque isso, de fato, não é contemplado. Já tentei fazer algumas iniciativas muito pálidas e infrutíferas [...]. [...] O fato é que eu não trabalho mesmo [...], não abordo em nada a questão do meio ambiente, assim, dessa forma, com eles [educandos da EDISCA], tentando fazer uma coisa muito concreta de requalificação do espaço que eles vivem [...]. (Entrevistado 07)

Nesse sentido, ao mesmo tempo que a atuação da EDISCA, ao buscar trabalhar temáticas ambientais com os seus educandos, aproxima-se dos entendimentos defendidos por Nascimento

(2012) e Rezende (2012), quando esse negócio social não desenvolve ações semelhantes diretamente nas comunidades, acaba por afastar-se das compreensões desses dois teóricos. Essa dualidade ocorre, uma vez que para esses autores, organizações que busquem aproximação com princípios de sustentabilidade, precisam estimular um modo de consumo consciente dos recursos naturais em seus diferentes públicos de interesse, de modo que esses recursos (e os ecossistemas em si) possam se regenerar, além de executar variados tipos de ações que busquem evidenciar a necessidade de reduzir ou controlar a poluição da água, do solo, bem como que busquem expor a necessidade de controlar ou reduzir o consumo de energia, além de estimular a prática da reciclagem (NASCIMENTO, 2012; REZENDE, 2012). Além disso, a atuação da EDISCA, voltada para trabalhar questões ambientais com seus educados relativas ao estímulo a educação e conscientização ambiental e ao estímulo ao consumo sustentável de recursos, encontra respaldo nos entendimentos expostos nos Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis (INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, [201-?]). Nesse conjunto de indicadores, as organizações que buscam ou estimulam a busca pelo uso sustentável de recursos como, por exemplo, água e energia, bem como estimulam a educação e a conscientização ambiental, aproximam sua atuação dos princípios da sustentabilidade empresarial (INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, [201-?]).

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa buscou compreender como as ações cotidianas da Escola de Desenvolvimento e Integração Social para Criança e Adolescente (EDISCA) se aproximam de práticas econômicas, sociais e ambientais originadas do conceito de sustentabilidade. Ressalta-se que, em momento algum, objetivou-se avaliar ou julgar se a EDISCA é ou não um negócio sustentável. Assim, as conclusões alcançadas ao longo dessa pesquisa e expostas nesta seção, buscam, somente, evidenciar como essa escola, enquanto negócio social, se aproxima ou não de determinada prática sustentável, seja ela econômica, social ou ambiental.

Após analisar os resultados para cada categoria, ou seja, após analisar como a EDISCA se aproxima de práticas sustentáveis (representadas por cada categoria), foi possível compreender que as práticas mais incorporadas e desenvolvidas por essa escola, em seu cotidiano, são: “Impacto/Benefícios do negócio social para a sociedade ou comunidade onde se insere” e “Estratégias/Ações desenvolvidas para promover a sustentabilidade (financeira) do negócio e geração de receita e lucro (para o negócio)”. Por outro lado, foi possível compreender que a EDISCA não apresenta ações mais estruturadas em relação as práticas sustentáveis que dizem respeito ao “Meio ambiente”.

Nesse sentido, concluiu-se que a natureza da aproximação da EDISCA em relação a determinadas práticas sustentáveis ocorre, em seu cotidiano, quando esse negócio social: promove impactos/benefícios para a sociedade ou comunidade onde se insere e desenvolve estratégias/ações para gerar receita e, assim, promover sua sustentabilidade financeira. Por outro lado, a prática sustentável com a qual a EDISCA não possui aproximação maior diz respeito a esse negócio social, em seu cotidiano, não desenvolver ações relativas à educação e à conscientização ambiental diretamente nas comunidades periféricas que atende.

Nesse sentido, ao longo da análise de dados e consequente exposição dos resultados foi possível alcançar o objetivo geral da presente pesquisa, o qual buscava compreender como as ações cotidianas da Escola de Desenvolvimento e Integração Social para Criança e Adolescente (EDISCA) se aproximam de práticas econômicas, sociais e ambientais originadas do conceito de sustentabilidade. Entretanto, mesmo com o alcance do objetivo traçado, as conclusões em relação aos resultados têm um alcance limitado. Afirma-se isso, uma vez que a presente pesquisa se limitou a entrevistar somente os gestores, não estendendo as entrevistas aos educandos atendidos pela EDISCA e seus familiares. Também, não foi possível observar,

diretamente, as comunidades atendidas pela EDISCA, ou seja, não foi possível observar as comunidades *in loco*, no intuito de compreender, sobretudo, as consequências das ações desenvolvidas pela EDISCA nas próprias comunidades. Além disso, não foi possível conhecer os ex-educandos da EDISCA que estão promovendo ações e participando de projetos que estão contribuindo, de forma direta, com o desenvolvimento de variadas comunidades periféricas de Fortaleza, Ceará.

Nesse sentido, sugere-se para pesquisas futuras: buscar compreender como outros negócios sociais, bem como outras entidades com atuação na área social aproximam-se de práticas econômicas, sociais e ambientais originadas do conceito de sustentabilidade, no intuito de elaborar um cenário comparativo entre diferentes organizações; buscar entrevistar, bem como observar o cotidiano dos beneficiados de determinada organização social estudada, a fim de visualizar, no dia-a-dia desses beneficiados, as contribuições advindas das ações executadas pela entidade social estudada; procurar associações ou representantes comunitários das regiões ou comunidades atendidas por determinada organização social, no intuito de verificar, na visão desses representantes, quais são os impactos e benefícios percebidos sobre a atuação de determinada organização social na (s) comunidade (s) que atende.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, S. P. **ESTABELECIMENTO DE INDICADORES E MODELO DE RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL, SOCIAL E ECONÔMICA: UMA PROPOSTA PARA A INDÚSTRIA DE PETRÓLEO BRASILEIRA**. 2003. 250 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-graduação em Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.
- AHMED, A.; MACQUAID, R. W. Entrepreneurship, management, and sustainable development. **World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development**, v. 1, n. 1, p. 6-30, 2005.
- ARTEMISIA. **Negócios de Impacto Social**. [201-?]. Disponível em: <<http://artemisia.org.br/conteudo/negocios/nosso-conceito.aspx>>. Acesso em: 3 out. 2015.
- _____. **Quem somos**. [201-?]. Disponível em: <<http://artemisia.org.br/conteudo/artemisia/quem-somos.aspx>>. Acesso em: 3 out. 2015.
- BANERJEE, S. B. Embedding sustainability across the organization: a critical perspective. **Academy of Management Learning & Education**. v. 10, n. 4, p. 384-396, 2011.
- BERTERO, O. A área qualitativa em Ciências Sociais e Estudos Organizacionais. In: BORGES, C. et al. Empreendedorismo sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 1, p. 77-100, 2013.
- BOSZCZOWSKI, A. K.; TEIXEIRA, R. M. O Empreendedorismo Sustentável e o Processo Empreendedor: Em Busca de Oportunidades de Novos Negócios como Solução para Problemas Sociais e Ambientais. **Revista Economia & Gestão**, Belo Horizonte, v. 12, n. 29, p.141-168, maio/ago. 2012.
- BRANDON, P. S. Sustainability in management and organization: the key issues? **Building Research & Information**. v. 27, n. 6, p. 390-396, 1999.
- CAMPOS, C. J. G. Método de análise de conteúdo: ferramenta para análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem**. Brasília, Distrito Federal, v. 57, n. 5, p. 611-614, set./out. 2004.
- COHEN, B.; WINN, M. I. Market Imperfections, Opportunity and Sustainable Entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 22, n. 1, p. 29-49, 2007.
- COMINI, G. **Mapa de Soluções Inovadoras – Tendências de empreendedores na construção de negócios sociais e inclusivos**. Instituto Walmart em parceria com Ashoka, junho de 2011.

DELGADO, N.; CRUZ, L.; PEDROZO, E.; SILVA, T. Empreendedorismo orientado a sustentabilidade: as inovações do caso Volkmann. **Cadernos EBAPE. BR.** v. 6, n. 3. set. 2008.

DINIZ, E M.; BERMAN, C. Economia verde e sustentabilidade. **Estudos Avançados.** v. 74, n. 26, p. 323-329, 2012.

EDISCA. **Relatório Anual de Atividades 2016.** 2017. Disponível em: <https://issuu.com/alxsantos4/docs/relatorio_anual_2016>. Acesso em: 15 jun. 2017.

_____. **Áreas de Atuação.** 2015. Disponível em: <<http://edisca.org.br/site/areas-de-atuacao/>>. Acesso em: 3 out. 2016.

_____. **Home.** 2015. Disponível em: <<http://edisca.org.br/site/>>. Acesso em: 3 out. 2016.

_____. **Sobre Nós.** 2015. Disponível em: <<http://edisca.org.br/site/sobre-nos/>>. Acesso em: 3 out. 2016.

FRASER, M.; GONDIM, S. M. Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. In: **Paidéia**, v. 14, n. 28, p. 139-152, 2004.

FREITAS, R. K. V. De; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo sustentável e a identificação de oportunidades: história oral e empreendedores de negócios sustentáveis. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 8, n. 1, p. 122-141, 2014.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: Um Manual Prático.** Petrópolis: Editora Vozes, 2002, p. 64-89.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 200 p.

GIMENEZ, F. A. P. **EMPREENDEDORISMO: BIBLIOGRAFIA DE ARTIGOS PUBLICADOS EM PERIÓDICOS BRASILEIROS.** Curitiba: Fernando Antonio Prado Gimenez, 2017. 319 p.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Iniciativas.** [201-?]. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/category/iniciativas/#.VqjbqPkrLIU>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

_____. **Estratégias e Temas.** [201-?]. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/category/temas/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

_____. **Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis.** [201-?]. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/conteudo/indicadores/#.WYUZaYjyvIU>>. Acesso em: 30 jul. 2017.

KIYAMA, R. S.; COMINI, G. M.; D`AMARIO, E. Q. Criação de Negócios Sociais no Brasil: Um Estudo Exploratório. In: ENANPAD - ENCONTRO DA ANPAD, 38., 2014, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2014. p. 1 - 16. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnANPAD_ESO1074.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2016.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 225 p.

MORGAN, G.; SMIRCICH, L. The case for qualitative research. **The Academy of Management Review**, v. 5, n. 4, p. 491-500, 1980.

MOTOMURA, O. **Empreendedorismo Sustentável.** [São Paulo]: AMANA-KEY, [201-?]. p. 1-2. Disponível em: <http://www.oscarmotomura.com.br/PDF/Empreendedorismo_sustentavel.pdf>. Acesso em: 8 fev. 2016.

NASCIMENTO, E. P. do. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 26, n. 74, p.51-64, jan-abr. 2012. Quadrimestral.

OPDENAKKER, R. Advantages and disadvantages of four interview techniques in qualitative research. **FQS – Forum: Qualitative Social Research**, v. 7, n. 4, Art. 11, sep., 2006.

PIMENTEL, T. A. B.; OLIVEIRA, L. G. L. Empreendedorismo sustentável: estudo multicaso da implementação da sustentabilidade em empresas incubadas. **Revista Gestão em Análise**, v. 4, n. 1, p. 25-42, 2015.

PORTOCARRERO, F., DELGADO, Á. Negocios Inclusivos y generación de valor social. Em: SEKN, ed. **Negocios Inclusivos: Iniciativa de mercado com los pobres de Iberoamérica**. Washington, DC: IADB, 2010. p. 301-326.

RAUFFLET, E.; BRES, L.; FILION, L. J. Desenvolvimento sustentável e empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, Curitiba, v. 3, n. 1, p.3-32, set./dez. 2014. Quadrimestral. Disponível em: <<http://www.regepe.org.br/index.php/regepe/article/view/119/64>>. Acesso em: 01 nov. 2016.

REZENDE, J. F. D. de. **SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS ASSOCIADAS À REDEPETRO-RN**. 2012. 254 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2012.

ROSOLEN, T.; TISCOSKI, G. P.; COMINI, G. M. Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: Um Estudo Bibliométrico da Publicação Nacional e Internacional. **Rigs: Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, Salvador, v. 3, n. 1, p.85-105, jan./abr. 2014.

SILVA, C. R.; GOBBI, B. C.; SIMÃO, A. A. O USO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO COMO UMA FERRAMENTA PARA A PESQUISA QUALITATIVA: DESCRIÇÃO E APLICAÇÃO DO MÉTODO. **Revista Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 7, n. 1, p.70-81, jan/mar. 2005. Trimestral.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 1. ed. 17 reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

YUNUS, M. **Um mundo sem pobreza, a empresa social e o futuro do capitalismo**. 1ª ed. 3ª impressão. São Paulo: Ática, 2010.