

Tipo do Artigo (Pesquisa e Revisão.)

EMPREENDEDORISMO SOCIAL E IMPACTO SOCIAL: UM ESTUDO COMPARATIVO DE INICIATIVAS PARA A CAPTAÇÃO DE RECURSOS EM GOIÁS

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL IMPACT: A COMPARATIVE STUDY OF FUNDRAISING INITIATIVES IN GOIÁS

Ana Luiza Santos Silva Lourenço ¹, Mallu de Mendonça Barros^{2*}.

1: Administradora. Instituto de Pós-graduação e Graduação (IPOG)

2: Administradora. Doutora e docente Instituto de Pós-graduação e Graduação (IPOG).

* Autor correspondente: mallumendonca.adm@gmail.com

Resumo

Sabendo-se que o empreendedorismo social representa a aplicação de práticas inovadoras e sustentáveis voltadas à solução de problemas sociais, aliando impacto positivo e sustentabilidade organizacional, e considerando a importância da captação de recursos para garantir a continuidade das ações e ampliar o alcance das iniciativas, esta pesquisa tem como objetivo geral: identificar quais são as principais iniciativas de arrecadação de recursos utilizadas pelas organizações que empreendem socialmente no Brasil. Especificamente, busca-se: conceituar o que é empreendedorismo social, destacando quais são as principais áreas e finalidades de atuação dessas instituições; apresentar quais são as principais estratégias aplicadas à captação de recursos e geração de impacto social no Brasil; exemplificar quais são as organizações mais relevantes que atuam no empreendedorismo social no contexto em Goiás. A pesquisa pretende responder à questão: como as organizações que empreendem socialmente em Goiás estruturam estratégias para captação de recursos e outros apoios a fim de atingir seus objetivos e ampliar seu impacto social? Como procedimento metodológico, trata-se de uma pesquisa descritiva-exploratória com abordagem comparativa entre eventos que representam a captação de recursos acerca de empreendedorismo social em Goiás, realizada em duas fases, sendo a primeira: a revisão da literatura acerca da temática; e a segunda: a pesquisa de campo. Por fim, os resultados demonstram que o empreendedorismo social contribui para o fortalecimento de ações solidárias em Goiás e no Brasil.

Palavras-chave: empreendedorismo social; sustentabilidade organizacional; captação de recursos.

Recebido:

03/02/2026

Aceito:

22/06/2026

Publicado:

29/06/2026

1. INTRODUÇÃO

Em um cenário marcado pela desigualdade social e fragilização das relações interpessoais, o empreendedorismo social se estabelece como uma forma de superação dos desafios que afetam a população. De acordo com Marins (2018, p. 13), o empreendedorismo social é identificado como um “movimento transformador massivo amplo, cívico, ético democrático, transversal, descentralizado, inovador e exponencial”. Seu objetivo é promover transformações sociais positivas, estimulando o senso de responsabilidade, a colaboração e a criatividade coletiva.

Ademais, segundo Lencini (2013), o empreendedor social se caracteriza pela visão social, pela iniciativa e pela persistência no propósito de provocar melhores condições de vida para as pessoas com baixa renda. Neste contexto, destaca-se a importância do gerenciamento eficiente dos recursos disponíveis, a fim de garantir a sustentabilidade organizacional e potencializar a geração de impactos sociais. Ressalta-se que, para que as iniciativas alcancem seus objetivos, é necessário estabelecer estratégias para a captação de recursos, de forma a subsidiar as organizações em suas causas sociais.

Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo geral: Identificar quais são as principais iniciativas de arrecadação de recursos utilizadas pelas organizações que empreendem socialmente no Brasil. Como objetivos específicos pretende-se: conceituar o que é empreendedorismo social, destacando quais são as principais áreas e finalidades de atuação dessas instituições; apresentar quais são as principais estratégias aplicadas à captação de recursos e geração de impacto social no Brasil; exemplificar quais são as organizações mais relevantes que atuam no empreendedorismo social no contexto em Goiás.

A pesquisa pretende responder a seguinte questão: como as organizações que empreendem socialmente em Goiás estruturam estratégias para captação de recursos e outros apoios a fim de atingir seus objetivos e ampliar seu impacto social? Parte-se da hipótese de que a sociedade civil, bem como parceiros públicos e privados, reconhece a relevância das iniciativas que geram impacto social positivo e sustentável na região, o que favorece o apoio a organizações que transformam a realidade de comunidades e contribuem para a melhoria da qualidade de vida em Goiás.

Este estudo justifica-se pelo empreendedorismo social ter como propósito superar desafios socioeconômicos e ambientais por meio de ações e soluções inovadoras para transformar a realidade local. Nesse viés, as Organizações da Sociedade Civil (OSC), negócios sociais e empresas sociais atuam no apoio às populações em vulnerabilidade. Essas iniciativas podem ser financiadas por meio de doações, receitas provenientes de produtos e serviços ou de negócios sociais que distribuam e reinvestam os lucros nas causas sociais. Portanto, a aplicação de estratégias para captação de recursos, como a realização de eventos, é essencial para ampliar a conscientização, gerar valor econômico e impacto positivo.

No tocante à relevância acadêmica de Administração, esta pesquisa destaca a formulação de estratégias e o desenvolvimento sustentável organizacional. O empreendedorismo social proporciona uma visão crítica e inovadora sobre as demandas da população, englobando ferramentas de captação de recursos, governança, transparência, propósito institucional e a atuação de diferentes atores. Assim, o estudo reforça a importância do engajamento em prol da responsabilidade social e superação dos desafios sociais, políticos, econômicos e culturais nas organizações.

Por fim, espera-se com este estudo, demonstrar como o empreendedorismo social cumpre seu papel atuando em causas específicas e se posiciona em eventos sociais de grande repercussão, capaz de gerar impactos sociais relevantes, inclusive no Estado de Goiás.

2. MATERIAL E MÉTODOS

Esta é uma pesquisa descritiva-exploratória de eventos que representam a captação de recursos acerca da assistência social, realizada em duas fases: a) Revisão da literatura acerca da temática, com a busca em livros, revistas, notícias e artigos que respondam aos objetivos da pesquisa; b) Pesquisa com abordagem exploratória exemplificativa de eventos reais no Brasil.

Segundo Flick (2013), a revisão da literatura é essencial para evidenciar o domínio da temática, qualificar e sistematizar as informações, ideias e evidências a partir de pesquisas em literaturas existentes. Ainda, Marconi e Lakatos (2003, p. 248) afirmam que a revisão literária: “consiste em uma síntese, a mais completa possível, referente ao trabalho e aos dados pertinentes ao tema, dentro de uma sequência lógica.”

Entende-se que, conforme Prodanov e Freitas (2013) apontam, a abordagem descritiva-exploratória é um tipo de investigação mista que busca a informações sobre um acontecimento, ao registro e à interpretação de observações, sem que o pesquisador interfira nos fatos. Somado a isso, de acordo com Gil (2002), o estudo de caso é útil para investigar fenômenos complexos em seu contexto real, descrever e explicar situações, especialmente nas ciências sociais, onde o acontecimento e o contexto se misturam.

3. RESULTADOS

3.1. Empreendedorismo social: dos aspectos conceituais à caracterização

Uma vez que as comunidades enfrentam um contexto complexo de dificuldades econômicas, sociais e políticas que interferem diretamente na qualidade de vida, o empreendedorismo social surge como um movimento capaz de direcionar esforços solidários e propor soluções sustentáveis, com o propósito de combater os desafios e promover o bem comum, conforme destaca Anastacio (2018, p.31).

Isso porque o empreendedor tradicional se caracteriza como um agente econômico que administra recursos disponíveis para obter resultados, de forma neutra em relação aos aspectos morais. Segundo Marins (2018, p. 20), a relevância das considerações éticas no comportamento econômico, especialmente direcionadas a resultados sociais, capaz de amparar novos avanços significativos na sociedade permitem que o empreendedor social assuma uma visão orientada pela moral, exercendo um papel transformador cultural e promovendo o desenvolvimento sustentável nas dimensões econômicas, sociais e ambientais.

Ainda quanto a definição e conforme Oliveira (2004), o empreendedorismo social rejeita a lógica filantrópica, assistencial e da caridade, mas integra uma lógica empreendedora. Isto é, esse modelo de gestão social busca inovações para solucionar problemas que afetam a sociedade, de modo integrado e sustentável, apto a promover a inclusão social, a emancipação social e o fortalecimento da população. Em que se pese, o empreendedorismo social pode ser considerado, portanto, uma prática inovadora e um mecanismo gerador de ações que impulsionam impactos positivos e coletivos.

Em suma, os aspectos de inovação e visão social caracterizam o empreendedorismo social, garantindo-o um papel importante na economia, na interação com a sociedade civil e na influência sobre políticas públicas, tanto que esse modelo de gestão se manifesta mediante organizações que compartilham do mesmo objetivo: o desenvolvimento social sustentável e o anseio em solucionar problemas das populações.

3.2. Os *stakeholders*: identificando os atores interessados em causas sociais

De acordo com Coelho (2004), os projetos sociais afetam a realidade alterando cenários, interferindo em diversas esferas, despertando muitas vezes sentimentos como esperanças e sonhos, e dentro desse contexto, os stakeholders aparecem como linhas norteadoras das estratégias socialmente responsáveis. Em outras palavras, Orchis, Yung e Morales (2002), apresentam o conceito de stakeholders como grupos de interesse que se relacionam, afetam e são afetados pela organização e suas atividades.

Segundo Soares (2020), os setores que envolvem estas organizações produtivas no Brasil são divididos em três: I) Primeiro Setor, representado pelo Estado; II) Segundo Setor, composto por Empresas Privadas com fins lucrativos; e III) Terceiro Setor, formado por organizações privadas sem fins lucrativos e que atuam em prol do bem comum. Além disso, existem formatos de organização que possibilitam a intersecção entre esses setores. De acordo com Anastacio (2018, p. 34), as iniciativas de impacto socioambiental têm levado ao surgimento de atores em novos formatos, conforme figura 1 abaixo:

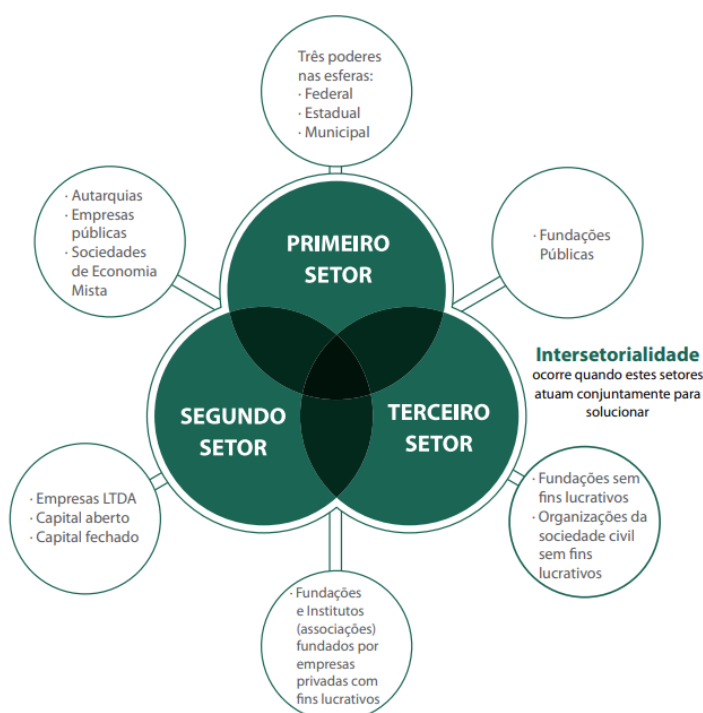


Figura 01 – Setores e tipos de organizações que atuam no contexto brasileiro

Fonte: Adaptado de Anastacio (2018, p. 34). Dados da Pesquisa (2025).

Entende-se da figura 01, que o empreendedorismo social no Brasil é resultado da interação entre os três setores da sociedade, que atuam para solucionar problemas sociais, em que o Primeiro Setor, representado pelo Estado, exerce papel regulador e financiador de políticas públicas; o Segundo Setor, composto por empresas privadas, contribui por meio de investimentos sociais, parcerias e responsabilidade corporativa; e o Terceiro Setor, formado por organizações da sociedade civil sem fins lucrativos, é o principal executor das ações sociais. Dessa intersecção, surge a intersectorialidade, que potencializa o impacto das iniciativas ao unir recursos públicos, competências empresariais e engajamento comunitário.

De acordo com Silva (2019), o empreendedorismo social comumente lida com pouca disponibilidade de recursos, sendo necessário explorar todas as opções para potencializar a captação, desde a filantropia até a operação comercial. Logo, o empreendedor não se restringe às limitações do setor, visando conseguir meios para a durabilidade e sustentação dos impactos econômicos, sociais ou ambientais produzidos.

O empreendedorismo social compreende a criação de iniciativas com fins lucrativos capazes de solucionar ou minimizar os problemas sociais e beneficiar a comunidade local e global. Trata-se de uma atitude inovadora, com motivação social que pode manifestar-se no setor privado, no terceiro setor ou em organizações híbridas. (Silva; et. al. 2019, p.23)

Dessa forma, no Terceiro Setor, em parceria com o Primeiro Setor, encontram-se as Organizações da Sociedade Civil (OSC), com características não governamentais, não mercantis, de natureza privada e sem fins lucrativos. As OSCs são entidades designadas pela Lei nº 13.019/2014, regidas pelo Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil (MROSC).

Ademais, conforme IDIS (2023), existem duas qualificações jurídicas: Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), criada pela Lei nº 9.790/1999, beneficia através de termos de parceria com o poder público; Organização Social (OS), prevista pela Lei nº 9.637/1998, em que permite que as entidades assumam funções específicas de órgãos públicos extintos em diversas áreas, em processo de Publicização.

Assim sendo, como ressaltado por Silva (2019), diante da complexidade do mercado, surge o setor 2.5 ou híbrido, resultado da intersecção do Segundo e Terceiro Setor. Nesse formato, encontram-se as empresas com fins lucrativos que integram um propósito social ou ambiental. Assim, os negócios de impacto social representam uma nova lógica empreendedora, gerando transformação social.

Em outras palavras, verifica-se a abrangência dos negócios de impacto social, ou seja, as demandas que impulsionam o surgimento de modelos híbridos, como cooperativas e negócios com missão social ou ambiental, que conciliam propósito e geração de valor econômico. Esses negócios correlacionam diante do impacto e, portanto, abrangem um espectro que vai desde as Organizações da Sociedade Civil (OSC) com geração de receita até os negócios com missão social. Essa diversidade demonstra que o empreendedorismo social não se limita à filantropia, mas busca gerar receitas para sustentar e ampliar seu impacto. Desse modo, evidencia-se que é possível alinhar geração de lucro à transformação social e ambiental.

3.3. Estratégias de captação de recursos aplicadas pelo empreendedorismo social

Um dos principais desafios do empreendedorismo social está na divergência entre a demanda social e os recursos disponíveis no mercado para esse tipo de negócio. Conforme Lencini (2013, p.115), a dificuldade em viabilizar uma oportunidade e estruturar as estratégias de ação está em garantir a sustentabilidade e a longevidade da organização que se prestam ao negócio de empreender socialmente, isso porquê o grande obstáculo é reconhecer e buscar por ferramentas de captação de recursos como forma para subsidiar e reinvestir em suas operações, possibilitando o desenvolvimento de soluções sustentáveis para a finalidade de elas detém para promover ações de qualidade de vida à sociedade em vulnerabilidade.

Em vista disso, no campo social, a busca por recursos apresenta-se como um desafio constante, uma vez que, segundo Dos Santos et. al. (2008), os recursos vão além do aspecto monetário, envolvendo também a necessidade de voluntários, bens físicos, equipamentos ou bens não duráveis (como alimentos e roupas). Nessa perspectiva, para garantir a continuidade de suas operações, as organizações buscam meios externos para captar recursos junto a parceiros e contribuintes, sendo necessário gerenciar suas atividades e elaborar estratégias para obter arrecadações.

Ou seja, quando se fala em sustentabilidade organizacional, entende-se como ações, em que os recursos compõem um pilar estratégico para o empreendedorismo social. Segundo Schmidt (2018, p. 158), são iniciativas que vão além das fontes de recursos financeiros, mas outros que são provenientes de: pessoas físicas (indivíduos) e/ou pessoas jurídicas (com finalidade lucrativa ou não e a Administração Pública), nacionais ou de origem estrangeira, além de recursos materiais e livres, obtidos por meio de estratégias criativas.

Segundo Freller (2019, p. 105), as estratégias de captação de recursos referem-se às trajetórias que uma organização precisa percorrer para identificar e atrair as fontes de recursos e investimentos sociais necessários para a execução de suas ações sociais. Ou seja, a idoneidade da empresa e que a definição do evento não é um feito isolado, mas sim um caminho planejado e deliberado.

No tocante a captação de recursos financeiros, verifica-se uma relevância adicional, considerando que os projetos sociais são elaborados e encaminhados para determinadas instituições nacionais ou internacionais provedoras de recursos financeiros. Infelizmente, muitos projetos sociais são rejeitados pelas instituições financiadoras, em razão da falta de especificação dos objetivos, impactos, atividades, resultados e beneficiários do projeto (Dos Santos, Sublaban, Neto e Giuliano, 2008).

Desse modo, para uma captação de recursos bem-sucedida, elemento vital para a saúde financeira e operacional de uma instituição, é necessário a elaboração de projetos sólidos. Andrade (2002) resalta que os projetos devem contemplar estratégias bem definidas e indicadores sociais claros, de modo a justificar, de forma transparente, o investimento e a participação dos contribuintes.

Isso significa que a instituição organizadora deve possuir domínio sobre o processo de captação de recursos, considerando a comunicação como premissa para a atração de parceiros, a mobilização da sociedade e estruturação de um planejamento estratégico eficaz. Conforme Klann e Riffel (2008, p.8), a captação de recursos requer princípios como credibilidade e confiança na organização, bem como uma causa social relevante ao projeto em desenvolvimento.

3. DISCUSSÃO

3.2.1. O Empreendedorismo Social no Brasil

A literatura reforça que a atração de parceiros e recursos compreende a reunião de uma Proposta de Valor e de Impacto Social, sendo a transparência um fator essencial para a confiabilidade e consolidação da imagem institucional. Projetos sociais bem estruturados evidenciam os efeitos das ações sobre a população, permitindo a percepção de valor pelos participantes, além da obtenção de fundos, confirmando a sinergia entre boa gestão e impacto social. Dessa forma, os projetos devem refletir em indicadores sociais, como melhoria da qualidade de vida, acesso a serviços essenciais, inclusão social, promoção do desenvolvimento comunitário, valorização da marca e o fortalecimento de suas redes de relacionamentos, como ilustrado na figura 02.

EVENTO	ORGANIZAÇÃO (ÕES)	FORMATO	OBJETIVO PRINCIPAL	FORMAS DE ARRECADAÇÃO
LEILÃO DIREITO DE VIVER	Hospital do Amor de Barretos (SP)	Leilão	Garantir a continuidade do atendimento oncológico gratuito e de excelência aos pacientes.	Leilão de gados, produtos agropecuários, prendas, veículos e itens variados.
MCDIA FELIZ	Mc Donald's	Campanha	Reverter a venda do Big Mac à projetos voltados a saúde e educação infantojuvenil, principalmente nos Institutos Ronald McDonald's e Ayrton Senna.	Comercialização de lanches (Bic Mac), camisetas, tickets e produtos promocionais.
TELETON BRASIL	Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD) e Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)	Maratona Televisiva ao vivo	Arrecadar fundos para manter os serviços da ACDD em prol de pessoas com deficiência.	Doação, parcerias, patrocínios, venda de produtos licenciados.
NATAL SEM FOME	ONG Ação da Cidadania	Campanha	Combater a fome das famílias em vulnerabilidade social durante as festividades natalinas.	Doação, apoio de empresas, artistas e influenciadores.

Figura 02 – Exemplos de Eventos de Empreendedores Sociais no Brasil [Período Referência: 2024-2025]

Fonte: Elaborado pela autora. Dados da pesquisa (2025).

Nesse contexto, depreende-se da figura 3, exemplos práticos dos projetos de sucesso em âmbito nacional, que diversas organizações utilizam a atividade-meio como uma forma para levantar fundos, operacionalizando os projetos de empreendedorismo social. Entre os exemplos notórios, destacam-se os projetos “Leilão Direito de Viver”, “Mc Dia Feliz”, “Teleton Brasil e o “Natal sem Fome”.

De acordo com Schmidt (2018, p. 161), o sucesso desses eventos está ligado ao cumprimento de um papel estratégico ao aproximar o público da causa, promovendo engajamento social, voluntariado e participação ativa, e, por conseguinte, da possibilidade da geração de receitas. Entre os exemplos, destacam-se a venda de convites, patrocínios e obtenção de demais recursos, que contribuem significativamente para uma rede positiva de impactos e visibilidade no processo de parceria ganha-ganha, conforme figura 5 a seguir:



Figura 03 – Estimativa de Parcerias e Benefícios Gerados Pelo Impacto Social

Fonte: Elaborado pelas autoras. Dados da Pesquisa (2025).

Constata-se da figura 03, que as iniciativas destacadas são exemplos expressivos de captação de recursos voltadas ao empreendedorismo social no Brasil, combinando mobilização nacional, engajamento comunitário e transparência na aplicação dos fundos.

Além disso, para Dos Santos, Sublaban, Neto e Giuliano (2008), os indicadores para projetos sociais devem estar voltados para os resultados a serem avaliados. Dessa forma, necessita que se estructure o projeto de acordo com um planejamento baseado nos interesses contribuidores, montado segundo o marco lógico – o que pode ser confirmado pelos dados, em que o Teleton Brasil promove inclusão e reabilitação de pessoas com deficiência, garantindo continuidade aos serviços da AACD; o McDia Feliz destinou recursos à saúde e educação de jovens, apoiando programas de combate ao câncer infantojuvenil; o Leilão Direito de Viver, organizado pelo Hospital de Amor, assegurou sustentabilidade financeira e atendimento oncológico gratuito; e o Natal Sem Fome contribuiu para o combate à insegurança alimentar.

Por fim, essas iniciativas de empreender socialmente reforçam que essas ações fortalecem a solidariedade, a responsabilidade social e a sustentabilidade organizacional, gerando melhorias na qualidade de vida da população. Entretanto, é necessário que haja clareza a cada projeto social diante da proposta de valor válida para todos os envolvidos, e do compartilhamento dos resultados de impacto social como essenciais para assegurar a idoneidade junto a financiadores, parceiros e à comunidade beneficiada.

3.2.2. O Empreendedorismo Social em Goiás: exemplos de iniciativas marcantes para captar recursos financeiros e criar impacto social local

Em Goiás, uma das instituições que realiza empreendedorismo social é a Organização das Voluntárias de Goiás (OVG). Trata-se de uma Organização Social (OS) do Terceiro Setor, que cumpre um papel estratégico na promoção de eventos solidários para captação de recursos e que beneficia aproximadamente mais de 6,7 milhões de pessoas em todo o estado.

Assim sendo, os fundos arrecadados são destinados ao financiamento de programas socioassistenciais, beneficiando a população, e dentre as principais iniciativas estão projetos de segurança alimentar, de apoio à educação e de proteção social. Além disso, promove campanhas solidárias, como os Projetos Goianos denominados de “Natal do Bem” e o “Aquecendo Vidas”, que mobilizam a sociedade em ações coletivas.

Somado a isso, o Goiás Social, Programa do Governo do Estado de Goiás, criado em 2021, reforça iniciativas que se somem aos objetivos de combater a vulnerabilidade social e promover inclusão de famílias em situação de pobreza. A iniciativa integra ações intersetoriais nas áreas de assistência social, saúde, educação e empregabilidade em todos os 246 municípios goianos por meio de projetos e ações que buscam garantir direitos, dignidade e oportunidade de emancipação social sustentável.

Dessa maneira, destacam-se entre as iniciativas do Governo de Goiás, por meio do Goiás Social e em colaboração com a OVG, o evento junino Arraiá do Bem. Vale ressaltar que o nome “Arraiá do Bem” é utilizado para designar duas edições distintas realizadas anualmente, o que, por vezes, pode gerar confusão em sua identificação. Os eventos têm como propósito estratégico a captação de recursos que são destinados ao fomento de ações sociais voltadas à melhoria da qualidade de vida no estado.

Os eventos Arraiá do Bem são realizados em parceria da sociedade civil e empresas privadas, sendo caracterizado como uma “festa solidária” (OVG, 2025), cujas doações, patrocínios e renda obtida proveniente da venda dos ingressos são revertidas para a sustentabilidade de projetos sociais estaduais.

A primeira edição ocorre nos Jardins do Palácio das Esmeraldas, residência oficial do Governador de Goiás, e tem caráter institucional. Esse momento conta com a presença do Governador e da Primeira-Dama, líder do Goiás Social e presidente de honra da OVG. O evento tem como propósito a captação de recursos financeiros a serem destinados às ações sociais voltadas à melhoria da qualidade de vida no estado. No ano de 2024, obteve a contribuição de mais de 40 patrocinadores e arrecadou mais de 1 milhão de reais com a venda dos ingressos. Os recursos foram destinados aos programas socioassistenciais do Goiás Social e da OVG. Além da participação de autoridades políticas, conta com a participação de filantropos, influenciadores e representantes de diversos setores produtivos (PORTAL GOIÁS, 2024).

A segunda edição do Arraiá do Bem é realizada por intermédio do Goiás Social e do Governo de Goiás, no Estádio Serra Dourada, com formato popular e acesso gratuito, mediante a entrega de 1 kg de alimento não perecível. Nesse momento, o foco é arrecadar alimentos para serem distribuídos à população em situação de vulnerabilidade social. A proposta desta edição é promover a inclusão social e o acesso cultural à população. Em 2025, a festa reuniu mais de 100 mil pessoas e contou com a realização de apresentações musicais de artistas reconhecidos pelo público participante (PORTAL GOIÁS, 2024).

CARACTERÍSTICAS		
Local de realização	Palácio das Esmeraldas	Estádio Serra Dourada
Organizador(es)	Goiás Social & OVG	Goiás Social
Caráter Principal	Institucional	Popular
Arrecadação	Financeira	Alimentícia
Objetivo primário	Obter renda para a sustentabilidade de projetos sociais estaduais	Fortalecer a solidariedade enquanto promove acesso a cultura e lazer
Público	Público institucional e pagante (Voltado à arrecadação)	Público geral com entrada solidária (Foco na inclusão social)

Figura 04 – Arraiá do Bem - Eventos de Empreendedorismo Social em Goiás

Fonte: Elaborado pelas autoras. Dados da Pesquisa (2025).

Depreende-se da figura 04 que, apesar das diferenças estruturais e de público, ambas as edições compartilham o mesmo propósito social, fortalecendo a cultura da solidariedade e o empreendedorismo social no estado de Goiás. Ambas as festas são estratégias do empreendedorismo social, considerando que mobilizam grandes volumes de doações e promove o engajamento coletivo na causa social. Ainda, destaca-se a relevância dos eventos quanto a responsabilidade social e o fortalecimento de políticas inclusivas.

Um outro exemplo emblemático em Goiás, refere-se ao evento “Risoto Solidário”. O empreendedor social, organizador deste evento, trata-se do Hospital do Câncer Araújo Jorge (HAJ), que é uma entidade vinculada à Associação Brasileira de Instituições Filantrópicas de Combate ao Câncer (ABIFICC) e está entre os cinco hospitais que mais realizam cirurgias oncológicas pelo Sistema Único de Saúde (SUS) no país. A organização realiza anualmente mais de 1 milhão de procedimentos, oferecendo atendimento individualizado, acolhimento psicológico, assistência domiciliar e acompanhamento multidisciplinar. Além disso, o hospital se destaca pela orientação social aos pacientes, pela transparência nas informações e pela adoção de novas tecnologias no tratamento oncológico (HAJ, s.d.).



Figura 05 – Risoto Solidário em Goiânia: empreendendo socialmente em um hospital de Combate ao Câncer [Ano Referência: 2025]

Fonte: Elaborado pelas autoras. Dados da Pesquisa (2025).

4. CONCLUSÕES

Este estudo buscou compreender como o empreendedorismo social atua de forma estratégica para captar recursos e promover ações sociais. A partir da revisão bibliográfica e da síntese da pesquisa de eventos nacionais e goianos, foi possível reconhecer a sinergia entre o empreendedorismo social, a geração de impactos e a sustentabilidade organizacional das iniciativas sociais, atendendo-se ao objetivo proposto de como se dá as principais iniciativas de arrecadação de recursos utilizadas pelas organizações que empreendem socialmente no Brasil, ou seja, mediante o incentivo fiscal e de legislações específicas que estimulam este tipo de iniciativa no mercado reunindo stakeholders, ou seja, interesses sociais, institucionais, seja do primeiro, segundo ou do terceiro setor.

Constatou-se o empreendedorismo social como um movimento transformador e inovador, capaz de integrar os 3 setores produtivos do Brasil para a realização de ações que promovem o bem-estar coletivo. Os eventos analisados, como o Teleton Brasil, o McDia Feliz, o Leilão Direito de Viver, o Natal Sem Fome, o Arraiá do Bem e o Risoto Solidário, demonstram como acontece a união de propósitos econômicos e sociais, evidenciando esse formato estratégico como um meio eficaz para arrecadar recursos, fortalecer vínculos e ampliar a visibilidade das causas.

Em Goiás, verificou-se que a parceria entre o Governo do Estado, organizações sociais e a sociedade civil fortalecem as práticas do empreender social na região, destacando atores como a Organização das Voluntárias de Goiás (OVG) e do Hospital de Câncer Araújo Jorge (HAJ). Essas iniciativas apontam como os fatores financeiros, estratégicos, comunicativos e de mobilização social são responsáveis para o sucesso e expansão das operações.

Dessa forma, o estudo confirma a hipótese inicial: as organizações que empreendem socialmente estruturam estratégias consistentes de captação de recursos para atingir seus objetivos, e a sociedade civil, junto a parceiros institucionais, reconhecem essas práticas e apoiam as iniciativas de impacto social, isto é, que a captação é uma ferramenta indispensável para a sustentabilidade organizacional - do funcionamento institucional ao atendimento da finalidade de cada um desses empreendedores - bem como, para o atendimento do incentivo da responsabilidade social propostos em leis locais ou nacionais, seja, portanto, em Goiás e no país.

Por fim, para estudos futuros, a recomendação é aprofundar em estudos sobre quais foram os indicadores mais atingidos por essas organizações e fazer um comparativo das métricas de impactos sociais a longo prazo gerados por essas ações, bem como reconhecer o resultado da análise dos incentivos fiscais e seu potencial como mecanismo de fomento para o empreendedorismo social e quais ferramentas digitais geram maior engajamento para a promoção da eficiência e do alcance das campanhas dessas estratégias do empreendedorismo social que já são consolidadas no

mercado nacional e reconhecer esse ecossistema sustentável, inclusivo e gerador de impactos positivos para a própria sociedade

REFERÊNCIAS

- Anastacio, M.R; Cruz Filho, P.R.A; Marins, J. (Org.). Empreendedorismo Social e Inovação no Contexto Brasileiro. Curitiba: Pucpress Editora Universitária Champagnat, 2018. Disponível em: <https://ice.org.br/wp-content/uploads/2023/09/empreendedorismo-social-e-inovacao-social-no-contexto-brasileiro.pdf>. Acesso em: 02 set. 2025.
- Andrade, M.G.V. *Organizações do Terceiro Setor: Estratégias para captação de recursos junto às empresas privadas*. (Dissertação, Universidade Federal de Santa Catarina). Repositório Institucional. Florianópolis, 2002. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/82588/186659.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 22 set. 2025.
- Arquivos Direito de Viver (2025). *Hospital de Amor*. Disponível em: <https://hospitaldeamor.com.br/site/tag/direito-de-viver/>. Acesso em 05 out. 2025.
- Associação De Combate Ao Câncer Em Goiás (ACCG). *2ª edição do Risoto Solidário é marcada por gestos de esperança e transformação*. (2025). Disponível em: <https://accg.org.br/eventos/2a-edicao-do-risoto-solidario-e-marcada-por-gestos-de-esperanca-e-transformacao/>. Acesso em: 13 out. 2025.
- Associação De Combate Ao Câncer Em Goiás (ACCG). *Hospital de Câncer Araújo Jorge*. (2025). Disponível em: <https://accg.org.br/institucional/hospital-de-cancer-araujo-jorge/>. Acesso em: 13 out. 2025.
- Associação De Combate Ao Câncer Em Goiás (ACCG). *Risoto Solidário*. (2025). Disponível em: <https://accg.org.br/accg/risoto-solidario-2025/>. Acesso em: 13 out. 2025.
- Bessant, John; TIDD, J. *Inovação e empreendedorismo*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.
- Campanha AACD Teleton 2024 bate meta, viabiliza mais de 282mil atendimentos e continua legado solidário de Silvio Santos Associação de Assistência à Criança Deficiente. (AACD). 2024. Disponível em: <https://aacd.org.br/noticias/campanha-aacd-teleton-2024-bate-meta>. Acesso em: 03 out. 2025.
- Coelho, M.Q. *Indicadores de performance para projetos sociais: a perspectiva dos stakeholders*. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/ra/article/view/1819> Acesso: 24.Out.25
- Dos Santos, N.C; Sublaban, C.S Yamamoto; N., M.S; Giuliani, A.C. *Captação de recursos financeiros em organizações sem fins lucrativos: a utilização de indicadores de gestão para os doadores e beneficiários dos projetos sociais*. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rege/article/download/36623/39344/43160>. Acesso em: 24 out. 2025.
- Drucker, P.F. *Introdução à Administração*. (2010). São Paulo: Cengage.
- Flick, U. *Introdução à Metodologia de Pesquisa: um guia para iniciantes*. (2013). Porto Alegre: Penso
- Força Tarefa De Finanças Sociais. *Carta de princípios para negócios de impacto no Brasil*. (2025). Disponível em: https://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Carta_Principios.pdf. Acesso em: 08 out. 2025.
- Freller, M.. Fontes. *Gestão de organizações da sociedade civil*. (2019). Disponível em: https://www.pucsp.br/sites/default/files/download/posgraduacao/programas/gestao-de-organizacoes-da-sociedade-civil-book_1p.pdf#page=101. Acesso em: 24 set. 2025.
- Gil, A.C. *Como Elaborar Projetos de Pesquisas*. (2002). São Paulo: Atlas, 4. ed.
- Goiás (Estado). *Arraiá do Bem celebra a solidariedade do povo goiano*. (2025). Goiás Governo do Estado. Disponível em: <https://goias.gov.br/arraia-do-bem-celebra-a-solidariedade-do-povo-goiano/>. Acesso em: 13 out. 2025.
- Goiás (Estado). *Arraiá do Bem leva mais de 100mil pessoas ao Estádio Serra Dourada*. (2025). Goiás Governo do Estado, 2025. Disponível em: <https://goias.gov.br/retomada/arraia-do-bem-leva-mais-de-100-mil-pessoas-ao-estadio-serra-dourada/#:~:text=Arrai%C3%A1%20do%20Bem%20leva%20mais%20de%20100%20mil%20pessoas%20a%20Est%C3%A1dio%20Serra%20Dourada,-Publicado%20em%202011&text=O%20governador%20Ronaldo%20Caiado%20e,Est%C3%A1dio%20Serra%20Dourada%2C%20em%20Goi%C3%A2nia>. Acesso em 13 out. 2025.

- Goiás (Estado). *Arraiá do Bem reúne mais de 17 mil pessoas em prol dos mais vulneráveis*. Goiás Governo do Estado, 2024. Disponível em: <https://goias.gov.br/arraia-do-bem-reune-mais-de-17-mil-pessoas-em-prol-dos-mais-vulneraveis/>. Acesso em: 13 out. 2025.
- Goiás (Estado). *Goiás Social — Desenvolvimento Social*. Governo do Estado de Goiás, 2025. Disponível em: <https://goias.gov.br/social/programagoiassocial/>. Acesso em: 13 out. 2025.
- Lencini, C.A.D.S. *A Implementação de Inovação Social por Organizações Participantes da Matriz de Empreendedorismo Social*. 2013. Disponível em: <https://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/4249/Carlos%20Artur%20dos%20Santos%20Lencini.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 02 set. 2025.
- Limeira, T. M. *Empreendedorismo social no Brasil: Estado da arte e desafios*. Inovação em cidadania empresarial, 2015. Disponível em: https://www.ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Empreendedorismo_Social_no_Brasil_ICE_FGV.pdf. Acesso em: 16 set. 2025.
- Marconi, M.A, Lakatos, E.A. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- McDia Feliz. McDonald's Brasil. Disponível em: <https://www.mcdonalds.com.br/mcdiafeliz/sobreacausa>. Acesso em 05 out. 2025.
- McDia Feliz 2024: *Solidariedade, educação e influência social*. Instituto Ayrton Senna. (2024). Disponível em: <https://institutoayrtonsenna.org.br/mcdia-feliz-2024-solidariedade-educacao/>. Acesso em 05 out. 2025.
- McDia Feliz já transformou vida de 11 milhões de pessoas. Folha do ABC. (2025). São Bernardo do Campo. Disponível em: <https://folhadoabc.com.br/mcdia-feliz-ja-transformou-vida-de-11-milhoes-de-pessoas/>. Acesso em 05 out. 2025.
- Missão, Visão e Valores. OVG - Organização das Voluntárias de Goiás. (2025). Disponível em: https://www.ovg.org.br/site/?page_id=24142. Acesso em: 22 set.
- Natal sem fome 2024. *Ação da Cidadania*. (2025). Disponível em: <https://www.natalsemfome.org.br/>. Acesso em 05 out. 2025.
- Núcleo De Dados. *Relatório de atendimentos do Hospital de Amor* (2024). Hospital de Amor. Barretos, 14 fev. 2025. Disponível em: <https://irha.hospitaldeamor.com.br/wp-content/uploads/2025/04/Relatorio-de-atendimento-GERAL-do-Hospital-de-Amor-em-2024.pdf>. Acesso em: 05 out. 2025.
- Oliveira, E.M. *Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios—notas introdutórias*. *Revista da FAE*, v. 7, n. 2, 2004.
- OSCs, OSCIP e OS: o que são e como se diferenciam? IDIS – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, (2023). Disponível em: <https://www.idis.org.br/oscs-oscip-e-os-o-que-sao-e-como-se-diferenciam/>. Acesso: 17 set. 2025.
- Ovg (Organização das Voluntárias de Goiás). Caiado e Gracinha celebram a solidariedade na 5ª edição do Arraiá do Bem. OVG, [nd]. Disponível em: <https://www.ovg.org.br/site/?p=26194>. Acesso: 13 out. 2025.
- Prodanov, C.C; Freitas, E.C. *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho* (2013). Feevale. Acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo:
- Ação da Cidadania. (2024). *Gamboa*. Disponível em: <https://uploads.strikinglycdn.com/files/06eaa6e9-b619-4432-b565-8a197e2f55a4/Relatorio%202024-web-compressed.pdf>. Acesso: 05 out. 2025.
- Riffel, C.M.; Klann, D.A. *O papel da comunicação para a captação de recursos nas ONGs—reflexões a partir de uma de pesquisa de campo*. 2001. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2008/resumos/R10-0581-1.pdf>. Acesso: 23 set. 2025.
- Silva, R.S.; Lessa, Bruno S.; Ferreira, A. G. *Empreendedorismo social*. (2019). Porto Alegre: SAGAH, E-book. p.25. ISBN 9788533500204. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788533500204/>. Acesso: 08 out. 2025.
- SOARES, J.C. *Quem são e quais as diferenças entre Primeiro Setor, Segundo Setor e Terceiro Setor*. (2020). Jusbrasil. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/quem-sao-e-quais-as-diferencas-entre-primeiro-setor-segundo-setor-e-terceiro-setor/817459081>. Acesso em: 16 set. 2025.
- Teleton. *Associação de Assistência à Criança Deficiente AACD*. 2025. São Paulo, s.d. Disponível em: <https://aacd.org.br/doe/teleton>. Acesso: 03 out. 2025.