

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ETEC PROF. ALFREDO DE BARROS SANTOS**  
**TÉCNICO EM COMÉRCIO**

**SOLUÇÃO PARA PESSOAS COM PROBLEMAS DE MOBILIDADE**  
**FÍSICA: Estudo de Caso no Município de Cunha**  
**TÍTULO EM LÍNGUA INGLESA: SOLUTION FOR PEOPLE WITH**  
**PHYSICAL MOBILITY PROBLEMS: Case Study in the Municipality of**  
**Cunha**

**Ágape Ramos da Silva<sup>1</sup>**  
**Aline Cristina Ferraz<sup>2</sup>**  
**Ana Laura Velloso Tomaz da Silva<sup>3</sup>**  
**Maria Júlia de Jesus Santos<sup>4</sup>**  
**Santhiago de Freitas Benedito<sup>5</sup>**  
**Elton Orris Marinho da Silva<sup>6</sup>**

**Resumo:** Apesar de todos os avanços da sociedade e da tecnologia contemporânea, uma questão persiste, a da Acessibilidade. Tal questão é presente em todas as cidades, porém, este artigo tem o intuito de estudar esse ponto no Município de Cunha, localizado no estado de São Paulo. O artigo foi elaborado utilizando-se de estudos, pesquisas acadêmicas e de campo, e contou com desenvolvimento de um projeto em Business Model Canvas, para analisar uma possível solução. Não apenas no âmbito de acessibilidade, o conteúdo desenvolvido para o artigo visa explorar determinados aspectos da área de estudos de comércio, desenvolvendo um embasamento teórico que tenta apresentar uma introdução para tais assuntos como administração, inovação, empreendedorismo, assim como o empreendedorismo social e o modelo Business Model Canvas, já que este é o modelo onde o projeto se encaixa. Assim, acredita-se que esse artigo, apesar de elaborado para o município de Cunha, possa servir de auxílio para outros projetos de ajuda a pessoas com dificuldades em mobilidade, expandindo assim a ideia da acessibilidade.

**Palavras-chave:** *Acessibilidade. Empreendedorismo. Canvas.*

---

<sup>1</sup> Técnico em Comércio – Etec Prof. Alfredo de Barros Santos. [agaperamos.tec@gmail.com](mailto:agaperamos.tec@gmail.com)

<sup>2</sup> Técnico em Comércio – Etec Prof. Alfredo de Barros Santos. [cristinaferrazaline@gmail.com](mailto:cristinaferrazaline@gmail.com)

<sup>3</sup> Técnico em Comércio – Etec Prof. Alfredo de Barros Santos. [anLaura.vellosotomaz@gmail.com](mailto:anLaura.vellosotomaz@gmail.com)

<sup>4</sup> Técnico em Comércio – Etec Prof. Alfredo de Barros Santos. [mariajulijesusantos981@gmail.com](mailto:mariajulijesusantos981@gmail.com)

Técnico em Comércio – Etec Prof. Alfredo de Barros Santos. [sanfett@gmail.com](mailto:sanfett@gmail.com)

<sup>5</sup> MBA Executivo. Prof. da Etec Prof. Alfredo de Barros Santos. [elton.silva126@etec.sp.gov.br](mailto:elton.silva126@etec.sp.gov.br)

**Abstract:** Despite all the advances in society and contemporary technology, an issue persists, that of Accessibility. This issue is present in all cities, however, this article aims to study this point in the Municipality of Cunha, located in the state of São Paulo. The article was prepared using studies, academic and field research, and included the development of a project in Business Model Canvas, to analyze a possible solution. Not only in terms of accessibility, the content developed for the article aims to explore certain aspects of the area of commerce studies, developing a theoretical foundation that tries to present an introduction to such subjects as administration, innovation, entrepreneurship, as well as social entrepreneurship and the Business Model Canvas model, as this is the model where the project fits. Thus, it is believed that this article, although elaborated for the municipality of Cunha, can assist other projects to help people with mobility difficulties, thus expanding the idea of accessibility.

**Keywords:** *Accessibility. Entrepreneurship. Canvas.*

## 1 INTRODUÇÃO

Este artigo aborda a aplicação do empreendedorismo social em soluções para questões de acessibilidade de cidadãos do município de Cunha com necessidades de mobilidade física.

A cidade de Cunha como as demais cidades brasileiras oferece desafios em relação à locomoção e a acessibilidade para a população em geral, sendo que essas barreiras atingem “de forma mais contundente as populações mais pobres e menos protegidas, cuja circulação e acessibilidade ao espaço urbano se tornam drasticamente reduzidas.” (BRASIL, 2004, p.17), sendo tal desafio ainda maior para pessoas com mobilidade limitada.

De acordo com a Lei nº13.146 de Inclusão da Pessoa com Deficiência (2015) a acessibilidade se define como condições e possibilidades de uso de espaços e serviços, públicos ou não, a pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, seja na zona urbana ou rural, utilizando-se de técnicas como desenhos universais, adaptações urbanísticas, arquitetônicas, tecnológicas, no transporte e afins, ou seja, visando quebrar barreiras e incluir todas as pessoas, de forma inclusiva e igualitária.

A acessibilidade não se trata apenas de uma responsabilidade das instituições governamentais, mas sim de todo cidadão.

Segundo dados do IBGE (2010) por volta de 3 milhões de habitantes do estado de São Paulo tem algum tipo de deficiência, constituindo em 7,29% da população do estado. Além disso, o município em si possui 3037 cidadãos entre 60 e 99 anos (IBGE, 2010), faixa etária essa que naturalmente enfrenta problemas de mobilidade e acessibilidade.

Sendo assim apresentamos um modelo de negócios baseado em Business Model Canvas que visa desenvolver uma forma de atender esse segmento, através de ferramentas tecnológicas e de comunicação, com o intuito de trazer a acessibilidade a essa fração da população, tanto da zona rural quanto urbana, além de formar um modelo sustentável para a aplicação em outros municípios.

## **2. DESENVOLVIMENTO**

Nestas seções serão apresentados conceitos trabalhados na pesquisa bibliográfica, onde considerou-se publicações nacionais dos autores e revistas mais relevantes sobre as temáticas: Administração, Inovação, Tecnologia da Informação, Marketing, Empreendedorismo, Empreendedorismo Social e ONG.

### **2.1 Administração**

A administração é enraizada nos primórdios da formação da sociedade, e também é moldada diretamente por diversas áreas do conhecimento, tanto nas áreas humanas quanto exatas. Naturalmente, ela caminha e evolui com a humanidade e a sociedade em si, se adaptando e trazendo soluções para problemas tanto antigos quanto contemporâneos.

Conforme Chiavenato:

“E no final chegaremos à conclusão de que a Administração é tudo isso: o resultado cumulativo de uma ampla variedade de abordagens, cada qual contando apenas um pequeno pedaço da história. Nenhuma abordagem está errada ou ultrapassada. Cada uma delas simplesmente mostra uma específica faceta da Administração”. (CHIAVENATO, 2009, p.2)

Por essa natureza de englobar inúmeras faces do saber, ela se divide em quatro pilares de atuação.

De acordo com ROSSÉS (2014) esses quatro pilares são: finanças, produção, marketing e recursos humanos. Mas o mercado abrange ainda mais saberes e vertentes, tanto dentro quanto fora da administração e dessas quatro áreas.

Administração “permitiu que todas as demais ciências pudessem transformar suas descobertas, invenções e inovações em produtos e serviços disponíveis para a sociedade” (CHIAVENATO, 2009, p.2), portanto ela pode ser definida como uma ferramenta para a aplicação e disseminação de novas ideias, sendo um ponto de partida e uma base sólida para o empreendedorismo e a inovação.

## 2.2 Inovação

Inovação significa novidade ou renovação. A palavra é derivada do termo latino *innovatio*.

Inovar está associado a grandes e complexas mudanças, a criar algo, introduzir novidades, renovar e recriar. A Inovação serve para desenvolver novas ideias na intenção de melhorá-las e promover melhorias em serviços. São práticas que resultam em ganho de competitividade no mercado.

Segundo o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2017, S/P) "no ambiente empresarial inovação é algo que cria valor, aumenta a competitividade e a sustentabilidade das empresas, às vezes com pequenos esforços adicionais".

Em meio a inovação, temos a Inovação Radical que é a transformação profunda e completa de um produto ou serviço. Esse movimento acontece de uma forma drástica e cria novas relações entre mercado e consumidores/usuários.

De acordo com (SEBRAE, 2009, p.16) "a inovação radical ocorre quando for introduzido no mercado um novo produto, serviço ou processo, ou quando uma empresa utiliza uma forma de organização da produção inteiramente nova".

O segundo modelo de inovação é a Disruptiva, que é um processo em que uma tecnologia, produto ou serviço é transformado ou substituído por uma solução inovadora superior. Pode ser vista na modernização de processos, tais como a inclusão de novas tecnologias para se relacionar com o público como por exemplo o Uber e a Netflix. Sua principal característica é a melhora com a entrega de soluções mais atuais e mais condizentes com a realidade e a necessidade dos clientes. Como diz o CER SEBRAE (2021, S/P), "ela se dá quando uma inovação transforma e redefine drasticamente um setor, normalmente acomodado e marcado por processos rígidos, preços elevados e status".

O terceiro modelo é a Inovação Incremental, que é baseada em melhorias de um produto ou serviço que já existe no mercado. Como aponta SEBRAE (2009, p.16) "a Inovação Incremental evolui em produto, processo, serviço ou organização da produção dentro de uma empresa sem que ocorram grandes alterações na estrutura vigente", que são setores, mercados indústrias e o padrão tecnológico. Nos tempos atuais, tais tipos de inovação geralmente estão conectadas a tecnologia da informação.

## 2.3 Tecnologia da Informação

Tecnologia da Informação tem como objetivo utilizar recursos tecnológicos para facilitar o acesso, fazer pesquisas e o gerenciamento de informações.

De acordo com SciELO (2007, S/P) a TI -Tecnologia da Informação, “que é gerada e explicitada devido ao conhecimento das pessoas, tem sido, ao longo do tempo, cada vez mais intensamente empregada como instrumento para os mais diversos fins”.

Um desses instrumentos que podem ser aplicados através do TI é o Business Model Canvas, que pode ser utilizado para a criação do seu modelo de negócio, a ferramenta permite organizar as ideias para o seu negócio em uma análise mais aprofundada, “O Business Model Canvas tem sido responsável por criar uma revolução na maneira como empreendedores e empresas passaram a construir seus novos negócios.” (SEBRAE, 2021, S/P). O TI e o Canvas são instrumentos que podem ajudar em vários aspectos de uma empresa, sendo um deles o marketing, que pode ser disseminado e organizado através da tecnologia.

## 2.4 Marketing

O marketing é caracterizado por ser uma função organizacional, envolvendo a criação. Sendo ele criado para ter o objetivo de atender seus clientes de mercado.

Para ETZEL, WALKER e STANTON:

"marketing é um sistema total de atividade de negócios desenvolvidas para planejar, dar preço, promover e distribuir produtos que satisfaçam os desejos dos mercados-alvos e atingir objetivos organizacionais. (ETZEL, WALKER e STANTON, 2001, p.6)"

Tendo um grande avanço na tecnologia durante a década de 90, acabou por gerar um grande impacto nesta área, no qual se tornou uma exigência no mercado demonstrando-se preocupação com as necessidades humanas e aos seus desejos, atendendo às suas expectativas ou até mesmo superá-las.

Kotler e Armstrong (2005) definem o mix de marketing como um conjunto de ferramentas em que empresas utilizam para atingir seus objetivos em seu mercado alvo.

Segundo BARCELLOS e SCHELELA (2012, p.34) os clientes “possuem múltiplas escolhas no mercado, ao mesmo tempo em que os produtos e serviços de empresas concorrentes estão atingindo uma paridade crescente”, por tais motivos e

relevância, o marketing é algo atualmente essencial no empreendedorismo para se ter tal posição de destaque na escolha do cliente.

## **2.5 Empreendedorismo**

O conceito de empreendedorismo é a capacidade de solucionar problemas através de oportunidades geradas. Nesse caso, empreender é gerar novas ideias para negócios existentes na busca de uma sociedade economicamente e socialmente mais avançada, “ser empreendedor no mundo moderno é ser o diferencial na qual a empresa moderna necessita para sobreviver” (SENTANIN, 2005, p.9).

Segundo o SEBRAE (2021), foi realizada uma pesquisa sobre a taxa de crescimento do empreendedorismo no mundo e revelou que no Brasil houve um crescimento de 75% até o ano de 2020. Um dos principais fatores que levaram a esse crescimento foi o rápido crescimento da internet que motivou as pessoas a começarem seu pequeno negócio, com o avanço da internet a procura pela facilidade da hora da compra se tornou maior (SEBRAE, 2019). “No entanto, é preciso se atentar aos riscos já que com o aumento da economia, traz também os riscos como a alta competitividade entre as empresas” (DORNELAS, 2021, p. 2). Por conta disso, muitas escolas e universidades estão buscando promover mais incentivos para os jovens, através de projetos que promovem o pensamento empreendedor.

Como diz ROSA:

Evidenciou-se que o processo de empreendedorismo não só se faz como conteúdo pedagógico, mas sim como uma ação da escola, professor e comunidade para possibilitar novas formas de aprendizado serem aplicadas em instituições de ensino técnico e superior colocando o aluno não somente como protagonista do meio, mas interagindo com o mesmo desenvolvendo assim o potencial ao qual o mercado espera. (ROSA et al., 2020, p. 556).

Existem vários tipos de empreendedorismo como o empreendedorismo digital, empreendedorismo cooperado, empreendedorismo franqueado, mas podemos dar um foco especial para o empreendedorismo social.

### **2.5.1 Empreendedorismo Social**

A grande diferença entre o Empreendedorismo e o Empreendedorismo Social é que esse não visa o lucro, mas a solução dos problemas sociais bem como a pobreza, a exclusão social e o desenvolvimento sustentável (QUINTÃO, 2004).

Sendo assim o foco está no valor social, ou seja na criação de um produto ou serviço que vai ajudar e trazer mais visibilidade ao negócio e a causa (PARENTE, 2011).

O empreendedorismo social busca auxiliar a sociedade em seus problemas sociais que muitas vezes são deixados de lado.

“De uma forma geral, a incapacidade e a desadequação das instituições governamentais em solucionar novos problemas sociais, visível nos diferentes tipos de políticas sociais setoriais (ou na ausência delas) e particularmente nas restrições orçamentais, têm fomentado iniciativas da sociedade civil na procura de práticas alternativas que respondam às necessidades sociais não atendidas nem pelo Estado, nem pelo mercado.” (PARENTE, 2011).

Conforme SEBRAE (2022), o empreendedorismo social vem gerando melhores resultados nas áreas da saúde, educação e meio ambiente, pois por meio dele é possível gerar capital social, inclusão e emancipação para todos, trazendo melhorias na sociedade e impactando positivamente não somente o Brasil, como o mundo todo. Geralmente ele está mais associado com as ONGs.

## 2.6 ONG

ONG é uma sigla para Organizações Não Governamentais, isto é, não existe vínculo com o Governo, são Instituições privadas e seu serviço é público, sua ideologia tende a ser objetiva e clara.

O termo ONG foi citado pela primeira vez nos documentos da ONU - Organização das Nações Unidas em 1945, no pós-guerra, onde muitos países foram devastados e necessitavam de auxílio, conseqüentemente começou a “Campanha” para o levantamento de doações.

Conforme o art. 71 da Carta das Nações Unidas, de 26 de junho de 1945:

Artº. 71 O Conselho Económico e Social poderá entrar em entendimentos convenientes para a consulta com organizações não governamentais que se ocupem de assuntos no âmbito da sua própria competência. Tais entendimentos poderão ser feitos com organizações internacionais, quando for o caso, com organizações nacionais, depois de efetuadas consultas com o membro das Nações Unidas interessado no caso. (ONU, 1945, s/p)

Como toda instituição ou empresa existem leis para seu funcionamento licenciado, devem ser seguidas conforme prevista.

Segundo o art. 11 da Lei nº 9.790 de 23 de março de 1999:

Art. 11. A execução do objeto do Termo de Parceria será acompanhada e fiscalizada por órgão do Poder Público da área de atuação correspondente à atividade fomentada, e pelos Conselhos

de Políticas Públicas das áreas correspondentes de atuação existentes, em cada nível de governo.

A elaboração de um projeto social resume-se em fases:

- A primeira é o planejamento, visando todas as possibilidades como: Decidir metas, planejar soluções de falhas, saber sobre recursos necessários, analisar o mercado e ter equipe competente.
- Já a segunda é estratégica, pois separa as ideias do planejamento em bases deixando-as organizadas para que seja eficiente a ação. Também existem falhas comuns a se evitar, são elas: Objetivo indefinido; execução não planejada e não se atentar a detalhes da análise do projeto.

As Associações funcionam através de doações que recebem, e as mesmas são repassadas como serviço Social/Econômico, podemos citar como um exemplo de associações sociais o Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), que ajudam famílias carentes no âmbito cultural/social. Todavia, as ONGs não giram em torno disso, existem várias causas em luta, como a de Agressão à mulher, proteção aos animais, meio ambiente e UNICEF - (Fundo das Nações Unidas para a infância).

“O desenvolvimento de uma solidariedade entre os próprios humanos é igualmente uma resposta perene contra as desigualdades que os divide. Contudo, se o anúncio de uma resposta pode ser fácil, sua implantação é uma tarefa particularmente árdua.”(FRANÇA, 2020, p 13-14).

Reforçando, o objetivo de uma ONG é ajudar pessoas, melhorando a estrutura dessa ponte do cidadão com seus direitos sociais, em muitas vezes por questões da falta do Estado, tendo em pauta a luta da acessibilidade e solidariedade no sistema atual.

### **3 METODOLOGIA**

O presente artigo foi desenvolvido através de uma pesquisa descritiva de caráter exploratório, com o apoio de pesquisa quantitativa e qualitativa.

Conforme Zikmund e Babin (2011, p. 51) “a pesquisa exploratória é conduzida para esclarecer situações ambíguas ou descobrir ideia de que possam ser possíveis oportunidades de negócio”.

Em conjunto foi elaborada uma pesquisa de campo exploratória, com o objetivo de observar, registrar, analisar e correlacionar os fatos para determinar condicionantes e situações presentes durante o estudo.

Segundo Yin (2015) sua meta é projetar bons estudos, apresentar e analisar os dados corretamente.



#### 4 Estudo de Caso

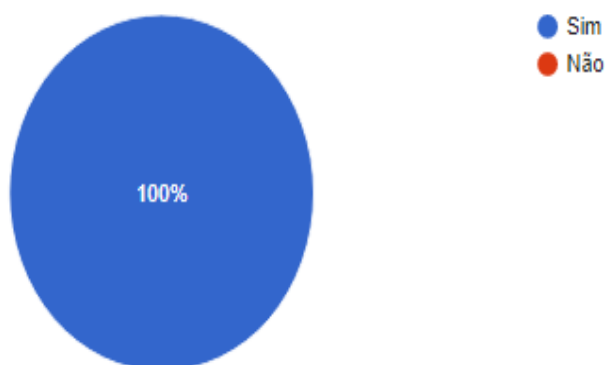
Localizada no Vale do Paraíba, entre as serras do Quebra-Cangalha, Bocaina e da Serra do Mar na fronteira do estado de São Paulo com o estado do Rio de Janeiro, Cunha é uma cidade turística conhecida pelo seu “Mar de Morros”, sendo o 11º maior município do estado de São Paulo. Conforme dados da Prefeitura Municipal de Cunha (2022), a cidade conta com 21.866 habitantes, sendo 12.167 zona urbana e 9.699 zona rural.

A Acessibilidade em si já é prevista e garantida por leis, sendo um exemplo a Lei nº10.048, que garante a pessoas com deficiência, idosos acima dos 60 anos, gestantes, lactantes, pessoas com criança de colo e obesos determinados benefícios e prioridades em serviços e atendimentos, mas tal previsão e garantia se torna limitada frente a determinadas ocasiões e necessidades de tais pessoas.

Visando analisar e propor um possível auxílio a tal situação e público no município de Cunha, foi realizada pesquisa através da plataforma Google Forms onde conforme Gráfico 1, 100% dos entrevistados utilizariam de um serviço de voluntários para ajudar em tarefas diárias que envolvem sair de casa.

**Gráfico 1** - 1ª pergunta na enquete sobre acessibilidade feita pelo Google Forms

1. Como alguém que tem dificuldade física de locomoção na cidade de Cunha, você gostaria de um serviço voluntário que te levasse ou fizesse por você suas tarefas do cotidiano que envolvem sair de casa?

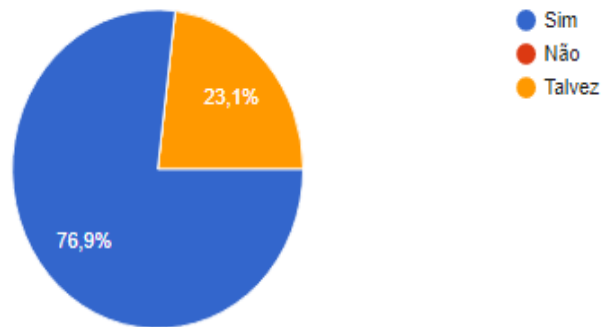


**Fonte:** Do próprio autor (2022).

Segunda a mesma entrevista, 76,9% se voluntariaram para prestar tal serviço, conforme Gráfico 2.

## Gráfico 2 - 2ª pergunta na enquete sobre acessibilidade feita pelo Google Forms

2. Se tal serviço existisse, você pagaria gorjeta ao voluntário, ou faria uma doação para a instituição que oferecerá o serviço?



Fonte: Do próprio autor (2022).

## 5 SOLUÇÃO

A pesquisa apresenta uma ideia de modelo de negócio referente a organização que utiliza de voluntários e transportes (automóveis) para ajudar idosos e deficientes físicos a se locomover e resolver, fisicamente ou através de terceiros, suas necessidades do cotidiano que envolvam sair de casa, como compras, pagamento de contas, questões de saúde, documentos, etc.

Seguindo todos esses conceitos de ajuda, apoio e igualdade, as Declarações Institucionais do negócio visam abranger e expandir toda a ideia de acessibilidade e inclusão, tendo a Missão clara e direta para a ideia do negócio, a Visão com o projeto de expansão da visibilidade, e da ação em si de Acessibilidade, e os Valores totalmente alinhados a tais ideais.

- **Missão:** Trazer a acessibilidade aos necessitados e visibilidade a causa.
- **Visão:** Espalhar tais conceitos para a sociedade, Estado e regiões em geral.
- **Valores:** Ética, respeito, educação, integridade, inclusão, moralidade, apoio, humanização.

A logomarca conforme Figura 1 representa o conceito da acessibilidade, com o foco nas pessoas que possuem mais dificuldades de locomoção, representadas na figura do cadeirante, enquanto o “homem” representa todos que se candidatarem como voluntários da ONG. Será uma organização com prestação de serviço comunitário.

**Figura 1 - Logotipo ONG “Amigos da Acessibilidade”**



**Fonte:** Do próprio autor (2022).

Para realizar o planejamento do modelo de negócio, foi utilizado o modelo Business Model Canvas, conforme a Figura 2.

**Figura 2 - Business Model Canvas - ONG “Amigos da Acessibilidade”**



**Fonte:** Do próprio autor (2022).

Conforme a Figura 2, a proposta de valor tem como objetivo prestar auxílio para trazer acessibilidade e visibilidade à causa, o segmento baseia-se na dificuldade da locomoção dos idosos e deficientes físicos na cidade de Cunha, com isso, será utilizado como recurso chave o voluntariado, além de patrocínios e doações.

**Quadro 1:** Projeção SWOT - ONG “Amigos da Acessibilidade”

<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mão de obra voluntária</li> <li>• Visar valores sociais</li> <li>• Ideia inovadora, sem similares no mercado</li> <li>• Público alvo geralmente esquecido, porém capaz.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificuldade em adquirir voluntários</li> <li>• Problemas de confiança com beneficiários e familiares dos mesmos</li> <li>• Capital inicial</li> <li>• Falta de local para sede.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilidade de se tornar um serviço capitalizado/monetizado</li> <li>• Possibilidade de se tornar franquia</li> <li>• Auxílio governamental ou de iniciativas internas</li> <li>• Marketing direcionado a cidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de adesão tanto voluntária quanto beneficiados</li> <li>• Mudanças na política</li> <li>• Concorrência diretas e indiretas</li> <li>• Falta de apoio populacional e monetário.</li> </ul>

**Fonte:** Do próprio autor (2022)

A projeção SWOT é separada em tópicos: Forças; Fraquezas; Oportunidades e Ameaças. As Forças do projeto tem como destaque os valores sociais e a ideia inovadora, sem similares no mercado, além da mão de obra voluntária que pode ajudar a reduzir custos; As Fraquezas tem os problemas com a confiança dos beneficiários e familiares e a dificuldade em adquirir tal mão de obra voluntária, além dos problemas naturais de qualquer iniciativa, como capital inicial e local para sede; Nas Oportunidades a possibilidade de se transformar em um serviço monetizado, aliado a possibilidade de franquias, um Marketing positivo para cidade e o auxílio governamental. E por fim, as Ameaças são a falta de adesão e de apoio ao projeto, além de mudanças políticas (impossibilitando assim o auxílio governamental, e possivelmente dificultando doações e ajudas da população).

O projeto tem como objetivo resolver esse problema ou barreira para os beneficiados, trazendo a inovação na área voluntária, contando com um canal de acesso público, via WhatsApp, redes sociais e telefone fixo, os voluntários irão até a residência informada para ajudar na necessidade do beneficiário, como por exemplo o pagamento de uma conta ou até comprar algo urgente. O cadastro no serviço é gratuito e logo após esse processo já poderá ser atendido.

A proposta foi inscrita na Escola de Inovadores do INOVA (A Assessoria de Inovação Tecnológica do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza), “que visa fornecer ferramental básico de Empreendedorismo e Inovação disponibilizando um ambiente criativo e digital para que os participantes se capacitem e desenvolvam seus modelos de negócios” (CPS, 2022, S/P).

## 6 CONCLUSÃO

O projeto visa ganhar espaço e confiança, transformando as dificuldades em ações possíveis para a realidade dos beneficiados, sendo com apoio direto, pessoal e emocional, não apenas alavancando o município, mas incentivando outras cidades e regiões a utilizarem o mesmo método.

Tendo em vista os resultados das pesquisas de campo e das análises de negócios, o projeto tem viabilidade, podendo até ser monetizado, e dessa forma, conseguindo contornar possíveis dificuldades iniciais vistas nas análises com as ferramentas de gestão e estratégia.

Como uma reflexão final, para se fazer a diferença, seja em Acessibilidade ou em qualquer outra questão social ou de empreendedorismo, basta apenas se ter a iniciativa e dar o primeiro passo.

## 7 REFERÊNCIAS

BARCELLOS, Schuster - **Marketing e Vendas** - Curitiba, PR: Rede e-Tec Brasil, 2012.

BRASIL, **Art. 11 da Lei 9790/99** Disponível em: [BRASIL, \*\*Lei nº10.048, de 08 de Novembro de 2000, Da prioridade de atendimento às pessoas, e da outras providências que especifica.\*\* Disponível em: \[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\\_03/leis/l10048.htm\]\(https://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/leis/l10048.htm\). Acesso em : 09/11/2022.](https://www.jusbrasil.com.br/topicos/11707106/artigo-11-da-lei-n-9790-de-23-de-marc-o-de-1999#:~:text=Lei%20n%C2%BA%209.790%20de%2023%20de%20Mar%C3%A7o%20de,o%20Termo%20de%20Parceria%2C%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAsncias. Acesso em: 20/09/22.</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

BRASIL, **Lei nº13.146, de 6 de julho de 2015. Dispõe sobre a inclusão da Pessoa com Deficiência.** link :[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm). Acesso em: 06/09/2022.

BRASIL, **Ministério da Cidade. Secretária Nacional de Transporte e Mobilidade Urbana. Brasil Acessível Caderno 03. Brasília, 2004.** Disponível em <https://antigo.mdr.gov.br/images/stories/ArquivosSEMOB/Biblioteca/BrasilAcessivelCaderno03.pdf>. Acesso em: 27/09/2022.

CARLOTA, Quintão, **Empreendedorismo Social e Oportunidades de Construção do Próprio Emprego,** 2004. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/54371/2/ISWP42004000122480.pdf>. Acesso em: 18/10/2022.

- CER SEBRAE, **Inovação Disruptiva: veja o que é e como adotar no ensino**, 2021. Disponível em: <https://cer.sebrae.com.br/blog/inovacao-disruptiva/>. Acesso em: 08/11/2022.
- CHIAVENATO, Idalberto, **Administração geral e pública** - Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2008.
- CUNHA, **Prefeitura Municipal de Cunha**, 2022. Disponível em: <https://www.cunha.sp.gov.br/a-cidade/>. Acesso em: 20/09/22.
- CPS - **Sobre a InovaCPS**, 2022. Disponível em: <https://inova.cps.sp.gov.br/>. Acesso em: 23/11/2022.
- CRISTINA, Parente. **Empreendedorismo Social: Contributos teóricos para a sua definição**, 2011. Disponível em <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/61185/2/cparenteempreendedorismo000151867.pdf>. Acesso em: 09/11/2022.
- ESMERALDO, Jorge Ney - **Gestão de Projetos** – Ouro Preto, MG: Rede e-Tec Brasil, 2012.
- FRANÇA FILHO, G. C; EYNAUD, P. - **Solidariedade e organizações: pensar uma outra organização** - Salvador, BH: EDUFBA; Ateliê de Humanidades, 2020.
- GOV.BR, **Acessar o Centro de Referência da Assistência Social**, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/acessar-o-cras-centro-de-referencia-da-assistencia-social>. Acesso em: 04/10/2022.
- IBGE, **Indicadores da Cidade de Cunha**, 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/cunha/panorama>. Acesso em: 13/09/2022.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing. 9. ed.**. São Paulo, SP: Prentice Hall, 2005.
- ONU, **art.71 da Carta das Nações Unidas, de 26 de Junho de 1945**. Disponível: <https://brasil.un.org/sites/default/files/2022-05/Carta-ONU.pdf>. Acesso em: 20/09/2022.
- RIBEIRO, Juliane Silva, **Marketing Público**. Cuiabá, MT: Rede e-Tec Brasil, 2015.
- ROSA, Adriano et al, **Teorias e práticas relacionadas ao empreendedorismo e inovação no cps: projetos dessa natureza que envolvem pessoas, instituições de ensino e empresas em um levantamento teórico - prático** - Guarujá, SP: Científica Digital, 2020.
- ROSSÉS, Gustavo Fontinelli, **Introdução à Administração**, Santa Maria, RS: Rede e-Tec Brasil, 2014.
- SCIELO BRASIL, **O papel da informação na gestão do conhecimento**, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/FzcdzsLpNJ43cXj5RcRWg5v/?lang=pt>. Acesso em: 18/10/2022.
- SEBRAE, **Business Model Canvas: Como construir seu modelo de negócios**, 2022. Disponível em: <https://digital.sebraers.com.br/blog/business-model-canvas-como-construir-seu-modelo-de-negocio/>. Acesso em: 08/11/2022.
- SEBRAE, **Crescem o número de brasileiros que querem ter um negócio próprio** 2021. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/cresce-o-numero-de-brasileiros-que-querem-ter-um-negocio-proprio,d2301c51e4a5c710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em 27/09/2022.

SEBRAE, **Crie novos modelos de negócios com o Sebrae Canvas**, 2021. Disponível em: <https://sebraecanvas.com/#/?checkedSAS=true>. Acesso em: 18/10/2022.

SEBRAE, **Empreendedorismo Social: Entregando valor às comunidades**, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismo-social-entregando-valor-as-comunidades,4ac6e97383ad1810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 09/11/2022.

SEBRAE, **Guia rápido para começar a vender pela internet**, 2022 Disponível em: [https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/vender-pela-internet/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_content=vender-mais&utm\\_campaign=assincrono&gclid=Cj0KCQiAmaibBhCAARIsAKUlaKRDRipcngc77qjL5uYoKd4lhM94Co6zhyGd\\_3bo0ioCts4M1PvYSgaAn56EALw\\_wcB](https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/vender-pela-internet/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=vender-mais&utm_campaign=assincrono&gclid=Cj0KCQiAmaibBhCAARIsAKUlaKRDRipcngc77qjL5uYoKd4lhM94Co6zhyGd_3bo0ioCts4M1PvYSgaAn56EALw_wcB). Acesso em: 08/11/2022.

SEBRAE, **Inovação e Tecnologia**. 2017. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/se/sebraeaz/inovacao-e-tecnologia,5e4f4e29f2bd5410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 27/09/2022.

SEBRAE, **O que são Inovação radical e Inovação incremental**, 2009. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/se/sebraeaz/inovacao-e-tecnologia,5e4f4e29f2bd5410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 04/10/2022.

SENTANIN, Luis, **Revista Científica Eletrônica de Administração 9**, 2005. Disponível em: [http://faef.revista.inf.br/imagens\\_arquivos/arquivos\\_destaque/CvfACUcZOtmMWBx\\_2013-4-26-12-25-36.pdf](http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf). Acesso em: 04/10/2022.

YIN, Robert K. - **Estudo de Caso - 5.Ed.: Planejamento e Métodos**. Porto Alegre, RS: Bookmark Editora, 2015.

ZIKMUND, William G.; BABIN, Barry J. - **Princípios da Pesquisa de Marketing**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2011.