

ESTUDO TEÓRICO-EMPÍRICO SOBRE RELAÇÕES ENTRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL E INOVAÇÃO SOCIAL

Norma Brambilla¹;
Carlos Olavo Quandt²;
Liliane Canopf³;
Neimar Follmann⁴;
Sandra Aparecida Santos⁵

Resumo: *O objetivo deste artigo é analisar empreendimentos sociais localizados no Estado do Paraná que apresentam soluções inovadoras. Para localizar os empreendimentos foi necessário fazer uso de três bases de registro: a Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (PIPE Social), o Financiamento de Estudos de Projetos (FINEP) e a lista de contatos da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). O estudo identificou o potencial dos empreendimentos sociais estudados e percebeu uma oportunidade de expansão na atuação destes para transformação social de forma positiva. As transformações sociais geradas pelos empreendimentos estudados focam-se em promover o desenvolvimento econômico sustentável, empoderar o produtor rural, incluir a pessoa com deficiência visual na sociedade e reduzir as desigualdades sociais de crianças e adolescentes com transtornos neurológicos.*

Palavras-chave: Empreendimento Social; Inovação Social; Transformação Social.

Abstract: *The purpose of the article is to analyze social enterprises in the State of Paraná that present innovative solutions. To find the enterprises, it was necessary to use three registration bases: the Innovative Research in Small Businesses (PIPE Social), the Financing of Project Studies (FINEP) and the contact list of the Pontifical Catholic University of Paraná (PUCPR). The study identified the potential of the observed social enterprises and perceived an opportunity to expand their performance for social transformation in a positive way. The social transformations generated by the planned projects focused on promoting sustainable economic development, empowering the rural producer, including the visually impaired person in society and reducing the social inequalities of children and adolescents with psychological disorders.*

Keywords: Social Enterprise; Social Innovation; Social Transformation.

Resumen: *El objetivo de este artículo es analizar las empresas sociales ubicadas en el Estado de Paraná que presentan soluciones innovadoras. Para localizar las empresas, fue necesario utilizar tres bases de registro: la Investigación Innovadora en Pequeñas Empresas (PIPE Social), la Financiación de Estudios de Proyectos (FINEP) y la lista de contactos de la Pontifícia Universidad Católica de Paraná (PUCPR). El estudio identificó el potencial de las*

1 Professora Doutora, Curso de Administração da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Pato Branco-PR Cidade – País. ORCID: 0009-0002-0632-202X e-mail: norma@utfpr.edu.br

2 Professor Doutor, do Curso de Doutorado em Administração da Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba-PR. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7514-2765> e-mail: carlos.quandt@pucpr.br

3 Professora Doutora, do Curso de Administração e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Pato Branco-PR. ORCID: [0000-0002-1686-1783](https://orcid.org/0000-0002-1686-1783). e-mail: lilianec@utfpr.edu.br

4 Professor Doutor, Pós-doutorando do Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – Brasil. ORCID: 0000-0002-5966-347X e-mail: follmann@utfpr.edu.br

5. Professora Doutora, pelo Curso de Administração da Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUC-PR ORCID: 0009-0003-7706-3296. e-mail: sas_sandra@hotmail.com

empresas sociales estudiadas y percibió una oportunidad de ampliar su desempeño para la transformación social de manera positiva. Las transformaciones sociales generadas por los emprendimientos estudiados se enfocan en promover el desarrollo económico sostenible, empoderar al productor rural, incluir a las personas con discapacidad visual en la sociedad y reducir las desigualdades sociales de niños y adolescentes con trastornos neurológicos.

Palabras clave: Empresa social; Innovación Social; Transformación Social.

1 INTRODUÇÃO

O termo inovação social foi utilizado pela primeira vez por James Taylor (1970 citado por Moulaert, Martinelli, Gonzáles, & Swyngedouw, 2007) para se referir ao tipo de inovação que apresenta um novo jeito de se fazer coisas, com a finalidade de causar transformação, benefício social e satisfação de necessidades humanas, contrapondo-se, sobretudo, à pobreza e à criminalidade, tendo como tema central as necessidades humanas. Nesse mesmo período, também foi possível contar com a colaboração dos estudos de Gabor, que apontavam novas formas de fazer as coisas com o objetivo de atender às necessidades sociais e soluções de problemas territoriais com a participação da comunidade no processo de tomada de decisão em todos os setores da sociedade.

A concepção de inovação social está relacionada ao conceito de empreendedorismo, podendo ser definido como uma atividade inovadora de criação de valor social, que pode ocorrer entre os setores sem fins lucrativos, de negócios ou governamental (Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006). O empreendedorismo social se distingue pelo desenvolvimento de iniciativas para efetivar inovações sociais, neste sentido os empreendedores sociais empregam a inovação para gerar valor social e mudança social intermediada por um novo empreendimento (Nandan, London, & Bent-Goodley, 2015, Schmitz & Scheuerle, 2012).

O empreendedorismo social é um dos cerne da inovação social (Cajaiba-Santana, 2014), sendo estes dois conceitos interligados, tendo a inovação como atributo requerido do empreendedorismo social (Maclean, Harvey, & Gordon, 2013). As pesquisas devem se concentrar em fazer relações entre a inovação social e o empreendedorismo social e não pesquisa-los separadamente (Shaw & De Bruin, 2013). Tanto o empreendedorismo social quanto a inovação social estão relacionados com a identificação de uma oportunidade de resolver problemas sociais (Phillips, Ghobadian, O’regan, & James, 2015). Assim sendo, o empreendedorismo social é as iniciativas para implementar inovações sociais (Nandan, et al., 2015). Deste modo, os empreendedores sociais usam a inovação para criar valor social e mudança social intermediada por um novo empreendimento (Schmitz & Scheuerle, 2012).

A inovação social contém no seu constructo novas respostas à uma situação social atual considerada insatisfatória em diferentes vertentes, que busca colaborar para a melhoria do bem-estar individual e coletivo com estratégias de cooperação entre os atores envolvidos para obterem transformações sociais duradouras e de impacto (Bignetti, 2011). A inovação, com suas características, objetivos e especificidades, tem como relevância a condição de criar mudanças no potencial econômico e social devido à sua forte atuação em descobertas ou aperfeiçoamentos no ambiente organizacional ou social, resultando assim em novos produtos, processos ou serviços (Drucker, 1999, Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OCDE], 2005).

Com base no exposto e na relação estabelecida entre os conceitos de inovação social e empreendedorismo social, este artigo busca analisar se empreendimentos sociais localizados no Estado do Paraná apresentam soluções inovadoras.

A ação de identificar inovações sociais é relevante, primeiramente porque auxilia os diversos atores de empreendimentos sociais a desenvolverem inovações sociais, fundamentadas nos preceitos teóricos norteadores do campo. Ademais, a investigação apoia novos pesquisadores que almejem adentrar e contribuir para os estudos em inovação social, porquanto com a identificação de inovações sociais será possível desenvolver novas pesquisas que possam revelar novos elementos, tais como o impacto dessas inovações para a sociedade. A inovação é a um só tempo, característica e instrumento do empreendedor social. Por isso, o tema da inovação social toma relevância quando se está trabalhando com empreendedorismo social.

2. EMPREENDEDORISMO SOCIAL

No cenário de crises e desemprego maciço que iniciou na Europa a partir de 1970, surgiram propostas de empreendimentos que absorvessem pessoas desempregadas, cuja finalidade era geração de aprendizagem e renda. Organizações da economia social foram as mais ativas em iniciativas no combate a essa realidade, sobretudo para populações desfavorecidas, com menos qualificação para o trabalho. Foram diversas as iniciativas que resultaram em programas governamentais que favoreceram parcerias do poder público com o mundo associativo, criando cooperativas para absorver mão de obra de desempregados, gerando emprego e formando para o trabalho (Rodrigues, 2004).

O processo de globalização e a crescente relação direta entre o social e o ambiental trouxeram novas reivindicações. Tanto os Estados quanto a sociedade civil passaram a perceber que, diante de tal panorama, precisariam, frente às crescentes dificuldades, posicionar-se além

da eficiência econômica e atuar por meio de instituições e outros mecanismos de solidariedade no sentido da inclusão social, do desenvolvimento social e da coesão social (Caeiro, 2008).

O empreendedorismo social está alicerçado nos mesmos fatores que fundamentam o empreendedorismo convencional, quais sejam: a) o contexto, b) as características c) e os resultados empreendedores (Martin & Osberg, 2007). Mas, o que difere entre um empreendedorismo e outro é a proposta de valor, que para o empreendedor social é promover benefício social (Bacq & Janssen, 2011, Santos, 2012, Dacin, Dacin, & Matear, 2014).

O empreendedorismo social, consiste “no processo, pelo qual cidadãos constroem ou transformam instituições para promover soluções para problemas sociais” (Bornstein & Davis, 2010, p. 12). O empreendedorismo social é uma abordagem que parece bem adequada para resolver alguns dos problemas mais prementes da sociedade moderna como pobreza, doença, analfabetismo, destruição ambiental e abuso dos direitos humanos, com o objetivo de tornar a vida melhor para muitos (Santos, 2012, Cunha, Benneworth, & Oliveira, 2013).

Empreendedorismo social é o estabelecimento de iniciativas para implementar inovações sociais (Nandan, et al., 2015), apresentando-se como um campo de ação envolvendo diferentes tipos de atores, no qual os contextos socioculturais e históricos emergem como características-chave e os empreendedores sociais constroem resultados, usando a atenção e a motivação empreendedoras para resolver problemas sociais (Cunha, et al., 2013). Os empreendimentos sociais são organizações formalmente constituídas, responsabilizam-se por sua autonomia administrativo-financeira e, ainda que com algumas especificidades, inserem-se nas relações de mercado. Também exigem uma gestão cuidadosa para resguardarem-se de sua vulnerabilidade financeira e para serem suficientemente transparentes a fim de assegurar sua legitimidade junto aos públicos com os quais interagem (Comini, 2016).

Para os empreendedores sociais a riqueza é apenas um meio para alcançar um fim, enquanto que para os empreendedores empresariais a criação de riqueza é uma forma de mensurar a criação de valor. Isto porque os empreendedores empresariais estão submetidos aos ditames do mercado, “a qual, em vasta medida, determina se estão a criar valor. Se não direcionarem os recursos para usos mais economicamente produtivos, é provável que sejam afastados do mercado” (Dees, 2001, p. 3).

O fundador da Ashoka, a maior rede de empreendedores sociais do mundo, Bill Drayton, afirma que os empreendedores sociais são agentes de mudança focados em identificar e resolver problemas sociais. Um grupo de características que englobam um verdadeiro agente de mudança foram estudados e selecionados: a) uma nova ideia que resolva uma necessidade social; b) uma capacidade criativa que permita gerar uma visão atraente e criar soluções novas

aos problemas sociais; c) capacidade e qualidade empreendedora para levar a solução a um nível mais alto e buscar soluções aos desafios que podem aparecer no caminho; d) um impacto social da ideia que possa ser comprovado e que se concentre no benefício das pessoas mais afetadas (Ashoka, 2016). Assim sendo, para ser reconhecido como empreendedor social, deve-se necessariamente realizar uma mudança social positiva.

Na América latina as práticas que figuram como inovadoras estão se multiplicando no continente como cooperativas rurais e urbanas constituídas por famílias ou por grupos indígenas que trabalham solidariamente, agências de finanças e microcrédito solidários, mercados de trocas solidárias, de troca direta ou usando moeda comunitária, cooperativas de eco-consumo, ecovilas que adotam a permacultura e a autogestão solidária como bases da atividade socioeconômica, redes de comércio justo, educação cooperativa e agências e políticas públicas dedicadas à promoção da Economia Solidária (Arruda, 2004).

Frente ao avanço do fenômeno da economia social no Brasil, sua compreensão precisa ser ampliada para além de discussões alusivas ao conjunto de organizações que atuam com cooperativismo ou no terceiro setor tradicional, para incluir os negócios sociais e considerar outros mecanismos de solidariedade que irão se traduzir como ‘outras tipologias de soluções para desafios socioambientais’ que não cabem no formato institucional/organizacional (Anastacio, 2018).

Para Defourny (2001) as empresas sociais devem ser vistas como uma nova forma de empreendedorismo que pode ser caracterizada pelos seguintes fatores: novos produtos ou serviços, considera-se que são empreendimentos que criam e disseminam inovações como produtos e serviços adaptados às condições de trabalho para portadores de deficiência; novos métodos de organização e de produção à semelhança dos outros tipos de organizações do terceiro setor essas também são organizações cuja governança envolve multistakeholders; novos fatores de produção que usam recursos monetários e não monetários e contam com uma pequena parcela de trabalho voluntário; novas relações com o mercado que representam iniciativas de desenvolvimento social que podem vir a tornar-se agentes econômicos significativos na dinâmica competitiva de uma determinada indústria e novos status jurídicos que influenciam a criação de novas formas legais que encorajam o comportamento empreendedor e ao mesmo tempo facilitam a dinâmica comercial.

No que se refere ao ambiente legal, ainda não existe legislação específica para empresas sociais no Brasil ou América Latina. Deste modo, essas organizações assumem diferentes denominações jurídicas, portanto, o que determina se um negócio é ou não inclusivo não é sua forma jurídica específica, mas seu propósito social (João, 2014).

2.2 Inovação Social

O processo de inovação social surge a partir de demandas sociais, com maior esforço na mobilização dos atores em busca de formar e organizar redes colaborativas. Os beneficiários das soluções geralmente acompanham todas as fases do processo. Os recursos tendem a ser escassos na inovação social, com o mínimo de infraestrutura, pessoas e tecnologia. Além disso, não há grandes investimentos em divulgação, praticamente os bons resultados se divulgam por si só (Delgado, 2016).

A inovação social pode se apresentar de múltiplas formas, podendo ser na forma como estruturam os seus programas, ou na forma como angariam os recursos e financiam o seu trabalho. Do lado do financiamento, os empreendedores sociais procuram formas inovadoras para garantir que os seus empreendimentos venham a ter acesso a recursos enquanto criam valor social. Esta disposição para inovar faz parte do *modus operandi* dos empreendedores; não é apenas uma explosão isolada de criatividade, é um processo contínuo de exploração, aprendizagem e melhoria (Dees, 2001).

Buscando ampliar as definições que distinguem empreendedorismo social de inovação social, são destacados no Quadro 1 alguns autores encontrados na literatura:

Quadro 1 – Definições que distinguem empreendedorismo social de inovação social

Autores	Inovação Social	Empreendedorismo Social
Macleán <i>et al.</i> (2013)	A inovação social ocorre se existir capacidade para melhorar a qualidade e também quantidade de vida do ser humano, necessariamente, alteração do sistema.	Para esses autores as definições de inovação social e empreendedorismo social estão intensamente ligados. Inovar é parte integrante do empreendedorismo social.
Chalmers (2013)	Inovação social é definida como novas ideias que respectivamente atendem às necessidades sociais e novas relações sociais	Empreendedorismo social, acerca-se no sujeito (com necessidades) que o motiva trabalhar por mudança social.
Shaw & De Bruin (2013)	O primordial é fazer interações entre a inovação social e o empreendedorismo social.	Empreendedorismo social envolve processos, atividades e comportamentos convencionais para resolver às necessidades sociais, ambientais e também educacionais.
Cajaiba-Santana, (2014)	Inovações sociais estão diretamente relacionadas a novas práticas criadas a partir de ações grupais, orientadas com finalidade de levar mudança.	Empreendedorismo social é um ponto de vista da inovação social que valoriza o sujeito, seguindo a linha <i>schumpeteriana</i> de empreendedores heróis.
Nandan <i>et al.</i> (2015)	Inovação social abrange os novos processos, produtos e serviços que se referem as questões sociais, para melhorar a qualidade de vida humana tanto nos níveis micro e macro.	Empreendedorismo social, refere-se a iniciativas de empreendedores para praticar inovações sociais. Sujeitos empreendedores empregam a inovação para criar valor e mudança social por meio de um novo empreendimento
Cunha, <i>et al.</i> (2013)	Inovação social refere-se as alterações de práticas, por meio do desenvolvimento de ideias inovadoras, que alcancem as comunidades de aprendizagem para criar valor	Empreendedorismo social, refere-se a um campo de ação envolvendo múltiplos atores, em que as conjunturas sociais surgem como

	social e desencadear o desenvolvimento da sociedade.	principais atributos. Os sujeitos empreendedores se esforçam para resolver problemas de ordem social.
--	--	---

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Como demonstra o quadro 1, não existe uma definição única e totalmente aceita para inovação social e empreendedorismo social, visto tratarem-se de conceitos múltiplos que podem ser compreendidos sob diferentes pontos de vista. Portanto a intenção é trazer indicativos da visão de inovação social e empreendedorismo.

A inovação social busca novas respostas aos problemas sociais, identificando e fornecendo novos serviços que melhoram a qualidade de vida das pessoas e comunidades, identificando e implementando novos processos de integração do mercado de trabalho, novas competências, novos empregos e novas formas de participação, como elementos diversos que contribuem para melhorar a posição dos indivíduos no mercado de trabalho (OECD, 2010).

Inovações sociais são quaisquer iniciativas, produtos, processos ou programas que mudam rotinas básicas, recursos e fluxos de autoridade ou crenças de qualquer sistema social (Moore & Westley, 2011). Nesta perspectiva, inovação social paira na mudança de sistemas movido pelo desenvolvimento de soluções inovadoras, abrangendo comunidades de aprendizagem para criar valor social e promover o desenvolvimento da comunidade, desafiando as instituições sociais existentes por intermédio do desenvolvimento da ação colaborativa de redes mais amplas (Cunha, Benneworth, & Oliveira, 2013).

As inovações sociais consistem nas novas práticas criadas a partir de ações coletivas, intencionais e orientadas por um propósito e destinadas a levar mudança social. Ou seja, é um processo iniciado pelos atores sociais para responder as necessidades dos cidadãos ou também para transformar um quadro ou propor novas orientações culturais melhorando com isso a qualidade e as condições de vida da comunidade. Portanto, é um processo essencial para a evolução da sociedade e da busca de alternativas sustentáveis para o bem-estar coletivo (Agostini, Vieira, & Tondolo, 2017, Cajaiba-Santana, 2014). Na área social, inovação compreende a aplicação de conhecimento com a participação de atores envolvidos no atendimento de necessidades sociais ou na geração de soluções para grupos sociais, comunidades ou sociedade em geral (Moulaert, et al., 2007).

Para Fairbairn (2017, p. 428) “é imprescindível que a inovação social melhore tanto a qualidade quanto a quantidade de vida, além disso, que produza uma educação de qualidade, e até mesmo que vislumbre melhoras na qualidade do meio ambiente”. Segundo este autor, “quando estes fatores se conectam, completam um modelo de inovação social satisfatoriamente

esclarecedor para sua identificação, e provocam uma mudança na sociedade” (Fairbairn, 2017, p. 428).

A Investigação teórica buscou verificar conceitos e abordagens de empreendedorismo social e de inovação social sob diversas perspectivas, que por sua vez contribuíram para a construção da abordagem empírica que analisou se empreendimentos sociais localizados no Estado do Paraná apresentam soluções inovadoras.

3 MÉTODO

A pesquisa caracteriza-se como descritiva qualitativa amparada em estudo empírico. Iniciou-se por uma pesquisa bibliográfica que contemplou artigos, teses, dissertações e livros sobre o tema do estudo.

Para localizar os empreendimentos sociais no estado do Paraná fez-se uso de três bases de registro de empreendimentos sociais: a Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas - PIPE Social, o Financiamento de Estudos de Projetos - FINEP e a lista de contatos da pesquisadora social professora Mari Regina Anastácio da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), identificando-se 68 empreendimentos.

Foram enviados questionários aos 68 empreendimentos identificados, contendo 10 questões sobre suas características em relação a: a) natureza jurídica do empreendimento, b) tempo de atuação, c) objetivos de desenvolvimento sustentável [ODS], d) finalidade, e) fontes de recurso f) localização g) produtos e/ou serviços ofertados; h) pessoas que participam do empreendimento i) público dos produtos ou serviços produzidos e; j) parceiros.

O questionário de pesquisa foi depositado na plataforma Qualtrics e enviado aos gestores por e-mail nos meses de julho e agosto de 2020, obtendo retorno de 22 empreendimentos até o dia 02 de dezembro de 2020. Verificou-se que a natureza e o tipo dos empreendimentos pesquisados são diversos. A maioria (15) está localizada em Curitiba, os demais distribuídos um em cada município sendo: Campo Mourão, Guaraqueçaba, Londrina, Maringá, Paranaguá, Pontal do Paraná e São José dos Pinhais.

A partir do retorno dos formulários de pesquisa, fez-se a aplicação de uma escala Likert classificando os empreendimentos em graus fraco, moderado e forte em inovação social. Os parâmetros utilizados para caracterizar o grau de inovação foram: inovação em produto e/ou serviço, novas práticas, novos processos e marketing. Quatro empreendimentos se destacaram com grau forte de inovação social porque não obtiveram respostas negativas nos questionamentos realizados, são eles: Because, Cooltivando, See Color e Neuro Saber.

A Because é um empreendimento de natureza Ltda., localizada em Curitiba, atua há seis anos no mercado, tendo como público alvo organizações da sociedade civil. A empresa, está direcionada a causas sociais e ambientais, voltada para organizações que almejam transformar o mundo em um lugar melhor. Por meio de serviços de comunicação e marketing despertam o potencial de mobilização social de organizações de todo o Brasil. Mantenedora do “Nossa Causa”, uma organização da sociedade civil que difunde conhecimentos e desenvolve projetos de impacto por acreditar que pessoas tem o poder de tornar a sociedade um lugar muito melhor de se viver. O empreendimento gera comunicação de impacto, geração de valor e construção de marca, adequando meio e mensagem. A Be Cause tem por finalidade principal levar a consciência de que é possível conquistar crescimento de mercado por meio de engajamento com causas e impactos socioambientais positivos.

A Cooltivando é um empreendimento de natureza MEI/EIRELI, localizado em Curitiba, atua no mercado há dois anos. Foca no desenvolvimento social, econômico e cultural local, prestadora de serviços às prefeituras que almejam fomentar o desenvolvimento econômico de pequenas e médias agroindústrias familiares por meio da legalização e inovação tecnológica digital de produtos de origem animal. Seu alvo principal é o empoderamento do produtor rural e preservação do meio ambiente. A Cooltivando trabalha com a gestão pública e comunidades rurais familiares, facilitando a democratização do conhecimento e garantindo o atendimento das demandas. Os técnicos fazem acompanhamento constante das propriedades e produções, além da qualidade de vida das famílias produtoras. Os parceiros do empreendimento são universidades públicas e privadas, órgãos públicos, cooperativas e associações.

A See Color é um empreendimento de natureza ME, localizado em Curitiba, atua no mercado há dois anos e promove vida independente e inclusão social de pessoas com deficiência visual. O projeto nasceu no programa de pós-graduação em Engenharia Mecânica da Universidade Federal do Paraná pela Dra. Sandra Regina Marchi, que criou o See Color, um método de toque que oferece aos deficientes visuais a possibilidade de “entenderem” as cores. Sendo considerado um método fácil, inclusivo e universal (See Color, 2020). Assim como o braille, neste método o “alto relevo” é utilizado para a leitura das cores, constituído de “um ponto” sempre na posição central e “duas linhas, uma linha em diversas angulações”, como ponteiros de relógio, que formam a variação das 105 cores que compõem a linguagem e a “outra linha estática na horizontal abaixo”. Ler esses símbolos permite a este público a possibilidade de “entender” as cores e ter uma melhor compreensão do mundo ao seu redor (See Color, 2020). Trata-se de um método que promove vida independente e inclusão social de pessoas com

deficiência visual. Os produtos que a empresa oferece são código de cores tátil e materiais pedagógicos inclusivos, sendo as universidades públicas seus principais parceiros.

A Neuro Saber é um empreendimento de natureza Ltda., localizado em Londrina-PR, atua no mercado a aproximadamente seis anos. A empresa reúne especialistas para gerar conteúdo sobre comportamento e neurodesenvolvimento da infância e adolescência, buscando capacitar pais, professores e profissionais para desenvolver e otimizar o potencial de cada criança. Para isso compartilham conhecimento fundamentado teoricamente sobre aprendizagem, desenvolvimento e comportamento da infância e da adolescência, tendo como diferencial a linguagem simples e, sobretudo, a aplicabilidade prática. O empreendimento oferece cursos de alfabetização e consciência fonológica; autismo; psicomotricidade; outros transtornos como TDAH, TOD e DI; materiais e e-books. O público da Neuro Saber são pais, professores e profissionais de saúde.

4 ESTUDO EMPIRÍCO

A pesquisa de campo abrangeu os quatro empreendimentos sociais apresentados na seção anterior: a) Because: Comunicação e Marketing; b) Cooltivando; c) See Color - Linguagem Tátil das Cores e; d) Neuro Saber.

4.1 EMPREENDIMENTO SOCIAL E INOVAÇÃO SOCIAL

Nos quatro empreendimentos estudados, conforme apresentado no Quadro 2, foram encontrados novas ideias, atividades e serviços inovadores que foram desenvolvidos com o objetivo de satisfazer necessidades sociais.

Quadro 2 – Empreendimentos sociais e transformação social

Empreendimento	Inovação social	Transformação social
Because: Comunicação e Marketing	Tecnologia digital e sustentabilidade	Promover desenvolvimento econômico sustentável
Cooltivando	Tecnologia digital de gestão de dados	Empoderamento do produtor rural e preservação do meio ambiente
See Color - Linguagem Tátil das Cores	Tecnologia assistiva	Inclusão social da pessoa com deficiência visual
Neuro Saber	Tecnologia educacional compartilhada.	Redução das desigualdades sociais de crianças e adolescentes com transtornos neurológicos

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

É possível observar que os empreendimentos pesquisados se distinguiram pelo desenvolvimento de iniciativas para efetivar inovações sociais lembrando que o

empreendedorismo social é um dos pilares da inovação social (Cajaiba-Santana, 2014), ambos os conceitos mostraram-se conectados, tendo a inovação como característica requerida do empreendedorismo social (Maclean, Harvey, Gordon, 2013). Deste modo, recomenda-se que as futuras pesquisas relacionem a inovação social e o empreendedorismo social (Shaw & De Bruin, 2013). Nesta perspectiva, o empreendedorismo social e a inovação social mostraram-se em busca de identificar oportunidades de resolver problemas sociais (Phillips, Ghobadian, O'regan, James, 2015). Neste viés o empreendedorismo social consistiu em iniciativas para implementar inovações sociais (Scheuerle, 2012, Nandan, et al., 2015).

O empreendedorismo social que se discutiu neste estudo foi caracterizado pela intervenção social por meio da criação de meios alternativos de produção econômica associados à participação social e democrática (Fischer, 2011, Filéti, 2019). No que se refere ao ambiente legal, confirmou-se que ainda não há legislação específica para empresas sociais no Brasil ou América Latina. Deste modo, essas organizações assumem diferentes denominações jurídicas, ratificando-se que o que determina se um negócio é ou não inclusivo não é sua forma jurídica específica, mas seu propósito social (João, 2014).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo analisou empiricamente o potencial de quatro empreendimentos sociais localizados no Estado do Paraná, percebendo-se uma oportunidade de expansão na atuação destes para transformação social de forma positiva. As transformações sociais geradas pelos empreendimentos estudados focam-se em: promover o desenvolvimento econômico sustentável, empoderar o produtor rural, incluir a pessoa com deficiência visual na sociedade e reduzir as desigualdades sociais de crianças e adolescentes com transtornos neurológicos.

Os empreendimentos pesquisados apresentaram soluções inovadoras, uma vez que a tecnologia digital está fomentando a sustentabilidade (Because Comunicação e Marketing), bem como o empoderamento do produtor rural (Coolticando), já a tecnologia assistiva (See Color - Linguagem Tátil das Cores), voltou-se para inclusão social da pessoa com deficiência visual e a tecnologia compartilhada (Neuro Saber) contribuiu para redução das desigualdades sociais de crianças e adolescentes com transtornos neurológicos.

Os empreendedores sociais usam a inovação para criar valor social e transformação social intermediada por um novo empreendimento, nesta perspectiva existe forte associação entre empreendedorismo social e inovação social, visto que nas empresas analisadas os empreendedores sociais empregam a inovação para gerar valor social e mudança social

intermediada por um novo empreendimento (Nandan, London, Bent-Goodley, 2015, Schmitz & Scheuerle, 2012).

O empreendedorismo social que se discutiu neste estudo distingue-se pela intervenção social, por meio da criação de meios alternativos de produção econômica, associados à participação social e democrática.

REFERÊNCIAS

- Agostini, M. R., Vieira, L. M., Tondolo, R. Da R. P. & Tondolo, V. A. G. (2017). An Overview On Social Innovation Research: Guiding Future Studies. *Brazilian Business Review*, 14(4), 385-402. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/bbr/a/nxcgrwy5rwnlxkhn3cxkktk/?format=pdf&lang=en>
- Arruda, M. (2004). Economia solidária e o renascimento de uma sociedade humana matrística. In. *IV Fórum Social Mundial. Mumbai-Índia. Anais...Mumbai*. Recuperado de https://base.socioeco.org/docs/doc-7390_pt.pdf.
- Ashoka. *Defining characteristics of a leading social entrepreneur*. (2016). Recuperado de <https://www.ashoka.org/sites/ashoka/files/Criteria%20and%20selection%20guide.pdf>.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>.
- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: a review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(5) 373-403. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985626.2011.577242>.
- Bignetti, L. P. (2011). As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, 47(1), 3-14. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/275993083_As_inovacoes_sociais_uma_incursao_por_ideias_tendencias_e_focos_de_pesquisa.
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: what everyone needs to know*. New York: Oxford University Press.
- Caeiro, J. M. C. (2008). Economia social: conceitos, fundamentos e tipologia. *Revista Katálysis*, 11(1), 1-12. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/rk/a/zyqs6pmysspqbs3mkxtlz8r/abstract/?lang=pt>.
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward: a conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82(1), 42-51. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.05.008>.
- Chalmers, D. (2013). Social innovation: An exploration of the barriers faced by innovating organizations in the social economy. *Local Economy*, 28(1), 17-34. Recuperado de [doi:10.1177/0269094212463677](https://doi.org/10.1177/0269094212463677).
- Comini, G. M. (2016). *Negócios sociais e inovação social: Um retrato de experiências brasileiras*. (Tese de doutorado). Universidade de São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de

https://teses.usp.br/teses/disponiveis/livredocencia/12/tde-15122016-143942/publico//Tese_livre_docencia_final_Graziella_Comini.pdf.

- Cunha, J., & Benneworth, P. (2013). Universities' contributions to social innovation: towards a theoretical framework. *EURA Conference*, Enschede, The Netherlands. Recuperado de https://ris.utwente.nl/ws/files/82352183/cunha_benneworth_conference_paper_full_paper_v1.pdf.
- Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2014). Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 1-22. Recuperado de https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5642816/mod_resource/content/1/a12-social%20entrepreneurship.pdf.
- Dees, G. J. (2001). *O significado de empreendedorismo social*. Recuperado de <http://www.uc.pt/feuc/ceces/ficheiros/dees>.
- Defourny, J. (2001). *The Emergence of Social Enterprise*. Londres: Routledge Studies of Voluntary and Non-profit Organizations, p. 1-28.
- Delgado, A. A. S. (2016). *Framework para Caracterizar la Innovación Social sobre sus Processos*. (Tese de Doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil. Recuperado de <http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2016/08/Alexandra-Santos-Delgado-1.pdf>.
- Drucker, P. (1999). *Desafios gerenciais para o século XXI*. São Paulo: Pioneira.
- Drucker, P. F. (2010). *Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios*. 12. ed. São Paulo: Cengage Learning.
- Fairbairn, B. (2017). Raiffeisen as Social Innovator. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 88(3), 425-448. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/apce.12157>.
- Filéti, G. de S. (2019). *Iniciativas de ação social de cooperativas à luz da inovação social*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil. Recuperado de <http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2019/05/Giovana-de-Souza-Fileti.pdf>.
- Fischer, R. M. (2011). Empreendedorismo social: apontamentos para um debate. In: Ruth Cardoso (Org.). *Políticas Sociais: ideias e práticas*. São Paulo: moderna.
- João, I. S. (2014). *Modelo de gestão da inovação social para empresas sociais*. (Tese de Doutorado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Ribeirão Preto SP, Brasil. Recuperado de https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/96/96132/tde-16122014-163807/publico/IraciSJoao_Corrigida.pdf.
- Maclea, M., Harvey, C., & Gordon, J. (2013). Social innovation, social entrepreneurship and the practice of contemporary entrepreneurial philanthropy. *International Small Business Journal*, 3(7), 747-763. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0266242612443376>.
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. Stanford: *Stanford social innovation review*, 5(2), 1-13. Recuperado de http://web.mit.edu/sloan2/dese/readings/week01/Martin_Osberg_SocialEntrepreneurship.pdf.

- Moore, M. L., & Westley, F. (2011). Surmountable chasms: Networks and social innovation for resilient systems. *Ecology and Society*, 16(1) [online]. Recuperado de <http://www.ecologyandsociety.org/vol16/iss1/art5/>.
- Moulaert, F., Martinelli, F., Gonzáles, S., & Swyngedouw, E. (2007). Introduction: social innovation and governance in European cities. *European Urban and Regional Studies*, 14(3), 195-209. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0969776407077737>.
- Nandan, M., London, M., & Bent-Goodley, T. (2015). Social workers as social change agents: Social innovation, social intrapreneurship, and social entrepreneurship. Human Service Organizations Management. *Leadership and Governance*, 39(1), 38-56. Recuperado de <https://digitalcommons.kennesaw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4780&context=facpubs>.
- Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (2005). *Manual de Oslo: Orientações para a coleta e interpretação de dados de inovação*. 3. ed. Recuperado de http://www.finep.gov.br/images/a-finep/biblioteca/manual_de_oslo.pdf.
- Phillips, W., Lee, H., Ghobadian, A., O'regan, N., & James, P. (2015). Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. *Group and Organization Management*, 40, (3), 428-461. Recuperado de <https://uwe-repository.worktribe.com/output/833808>.
- Rodrigues, A. L. (2004). *Modelos de gestão e inovação social em organizações sem fins lucrativos: um estudo comparativo de casos no Brasil e no Québec*. (Tese de Doutorado). Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/2544>.
- Santos, F. M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335-351. Recuperado de <https://sites.insead.edu/facultyresearch/research/doc.cfm?did=41727>.
- Sartori, V. (2017). *InHab-Read – IHR: Metodologia de leitura de entorno para habitats de inovação*. (Tese de doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil. Recuperado de <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/180897>.
- Schmitz, B., & Scheuerle, T. (2012). Founding or transforming? Social intrapreneurship in three German Christian-based NPOs. *ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives* 1(1), 13-36. Recuperado de http://www.acrn-journals.eu/resources/JoE012012/Schmitz_Intrapreneurship.pdf.
- Schumpeter, J. A. (1997). *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Nova Cultural.
- Shaw, E., & De Bruin, A. (2013). Reconsidering capitalism: The promise of social innovation and social entrepreneurship? *International Small Business Journal*, 31(7). Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/270723783_Reconsidering_Capitalism_The_Promise_of_Social_Innovation_and_Social_Entrepreneurship.
- Taylor, J. B. (1970). Introducing Social Innovation. *The Journal Of Applied Behavioral Science*, 6(1), 69-77. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002188637000600104>.