

## **Inovações Sociais e sua Profundidade: Uma Análise sob a Ótica de Empreendedores Sociais**

**EDISON QUIRINO D'AMARIO**

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

**GRAZIELLA MARIA COMINI**

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

# Inovações Sociais e sua Profundidade: Uma Análise sob a Ótica de Empreendedores Sociais

## RESUMO

As inovações sociais se destacam por ser um campo ainda pouco explorado na literatura, pois pelo fato de advir das inovações tradicionais, alguns autores oferecem uma definição simplista adicionando o termo social ao caráter inovador tradicional. Entretanto, na literatura disponível, não se observam estudos que avaliem a percepção de empreendedores sociais sobre as profundidades incremental, disruptiva e institucional das inovações sociais, que foi o objetivo deste estudo. Para tanto, elaborou-se um instrumento de pesquisa quantitativo e, após as validações, aplicou-se para 264 empreendedores sociais. O método de análise de resultados contou com Análises Fatoriais Exploratória, Confirmatória e análises descritivas. Os achados indicam que a profundidade mais destacada pelos empreendedores sociais foi a disruptiva em todos os tipos de organizações. Os empreendimentos de médio porte foram os que mais apontaram a utilização de inovações sociais e, nas regiões Norte e Nordeste, os empreendedores sociais indicaram que as inovações institucionais são as que mais se destacam, pois estas buscam a reconfiguração de estruturas socioeconômicas vigentes.

**Palavras-chave:** Inovações Sociais; Disruptiva; Incremental; Institucional; Empreendedorismo Social.

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo social, entendido como atividades empreendedoras com propósito social e/ou ambiental, busca atingir seus objetivos por meio de inovações. A essas inovações dá-se o nome de inovações sociais. Esse tipo de empreendedorismo tem se apresentado como um fenômeno econômico importante que tem sido observado em uma escala global (Austin, Stevenson & Wei-Skillern, 2006).

Diferentemente do empreendedorismo tradicional que dispõe de inúmeros recursos para a mensuração de seu impacto, o empreendedorismo social normalmente é mensurado qualitativamente. Alguns estudos, como por exemplo, o de Comini (2016), tem sido conduzido com o propósito de analisar o impacto que a inovação social tem gerado nos empreendimentos sociais. Outra diferença marcante entre o empreendedorismo social e o tradicional está pautada no objetivo da organização. O empreendedorismo tradicional é dominado pelo setor privado e tem como objetivo a geração de lucro para seus proprietários ou acionistas sem deixar de considerar o interesse de seus *stakeholders* que podem afetar ou serem afetados pela atividade da organização com fins lucrativos (Mitchell, Agle & Wood, 1997).

O empreendedorismo social e a inovação social têm chamado particular atenção, desde os anos 2000, de formuladores de políticas, de acadêmicos, de *practitioners*, e do público geral. Ambos são importantes para fazer face aos desafios sociais e responderem a eles quando o setor público e o mercado não o fazem. A inovação social, por sua vez, tem sido definida como atividades e serviços inovadores que são motivadas pelo objetivo de atingir propósitos sociais (Mulgan, 2006).

Nota-se que o objetivo central dos empreendimentos sociais está pautado na criação de valor para populações que se apresentam em vulnerabilidade social em vez de proporcionar riqueza pessoal ao empreendedor (Noruzi, Westover, & Rahimi, 2010; Thake & Zadek, 1997). Essa criação de valor é caracterizada pela mudança de padrões ou pela inovação na criação de novos produtos, serviços, arranjos organizacionais ou método de produção (Defourny & Nyssens, 2008).

As inovações sociais podem ser observadas por tipos e pela profundidade de ocorrência. As profundidades observadas na literatura são inovações sociais incrementais, disruptivas e institucionais (Bruin & Stangl, 2013). Nesse sentido, o objetivo deste estudo é analisar como os empreendedores sociais brasileiros percebem as inovações sociais adotadas ou desenvolvidas por eles em termos de profundidade, uma vez que, em uma revisão sistemática da literatura, não se verificou nenhum estudo quantitativo que verificasse a profundidade de inovações sociais adotadas por empreendedores sociais.

Entender como os empreendedores sociais brasileiros percebem a profundidade das inovações sociais adotadas ou desenvolvidas por eles pode configurar uma nova lente que revela a intenção de cada empreendedor com relação ao impacto gerado pelas inovações sociais, e isso pode servir de guia para futuros empreendedores que pretendam se envolver em algum tipo de atividade, com ou sem fins lucrativos, mas que tenham desejo de proporcionar impacto social positivo por meio de inovações sociais. Adicionalmente, esse entendimento contribui para o aprofundamento de um assunto que ainda se encontra em construção.

## **2 ARCABOUÇO TEÓRICO**

### **2.1 Inovação Social**

A partir do fenômeno da inovação que já foi amplamente discutido na literatura, observa-se um desdobramento de seu entendimento e aplicação que avança no âmbito social, as chamadas inovações sociais. Nota-se um crescente interesse sobre inovação social entre os governos, fundações, pesquisadores e instituições acadêmicas em todo o mundo. No entanto, apesar desse interesse, não se observa um conceito compartilhado ou comum sobre inovação social.

Primeiramente, a associação da inovação social e do empreendedorismo social tem sido destacada em vários artigos científicos, tais como o de Leadbeater (2007), o de Dees (2001) e o de Kramer (2005), com destaque ao estudo de Dees e Anderson (2006) no qual os autores explicitamente distinguem duas escolas de empreendedorismo social: a escola da empresa social e a escola de inovação social. “...many adherents think of social entrepreneurs simply as those who organize and operate businesses that support a social objective, even if they do it only by making money to subsidize more direct, social purpose activities” (Dees & Anderson, 2006, p. 41). Esse entendimento sobre os empreendedores sociais que os autores ressaltam, indica a visão simplista que muitos estudiosos têm sobre o empreendedorismo social.

Dees, Haas & Haas (1998) também apontam para o empreendedorismo social como um campo que se relaciona fortemente com a inovação social e tem interesse focal nela. Esse campo, segundo os autores, compartilha de muitas características, principalmente quando se trata de impacto gerado. Os autores identificam um aspecto central no empreendedorismo social que também constitui a essência da inovação social: para os empreendedores sociais, a missão social é central e explícita.

Os inovadores sociais, assim como os empreendedores sociais, buscam criar mudanças sociais que sejam fundamentais para tratar as causas das questões que eles estão lidando. Fundamentalmente, Dees et al. (1998) ressaltam que o fator mais importante para definir empreendedores sociais e inovadores sociais é a adoção de uma missão social para criar valor social sustentável, ou seja um valor para a sociedade que identifica problemas, necessidades e soluções. Nesse sentido, Anderson, Curtis e Wittig (2014) sugerem quatro critérios que devem ser atendidos para ser considerada inovação social: A inovação social deve ser nova; apontar para um desafio social; ter o propósito de criar justiça e empoderamento, e ter como efeito ou resultado final a igualdade, justiça e empoderamento.

O estudo da inovação social tem sido destacado em várias disciplinas existentes, da sociologia a psicologia, dos estudos regionais a economia. No entanto a abordagem

pragmática sugere que ela deva ser entendida como mais do que um tópico para essas disciplinas. Ela deve ser entendida como uma práxis, um corpo de conhecimento intimamente ligado à prática (Menand, 1997).

Moulaert, MacCallum e Hiller (2013) apontam que a falta de clareza sobre o termo “inovação social” pode ser atribuída não apenas ao seu *status* analítico, mas também à sua utilização simplista como um “chavão” em uma multiplicidade de políticas praticadas associadas, como por exemplo, a racionalização do Estado e a mercantilização do bem-estar sócio cultural. Essa falta de consenso entre os especialistas em inovação social também pode ser explicado pela contemporaneidade do tema, conforme verificado por Morais-da-Silva, Takahashi e Segato (2016) em um estudo sobre meta-síntese de inovação social.

A contemporaneidade do tema pode ser verificada pela primeira publicação sobre inovação social em que Kanter (1998) aponta que a inovação social é uma forma de inovar que tem como objetivo não apenas alcançar novos mercados, mas também garantir retorno para a sociedade. Nos anos subsequentes à publicação desse estudo, poucos artigos trataram do assunto e, apenas após o ano de 2008 é possível notar um aumento considerável de publicações conforme ressaltam Phillips, Lee, Ghobadian, O’Regan e James (2015).

**2.2 Profundidade de Inovações Sociais** - As inovações envolvem mudanças, mas não são todas as formas de mudanças que podem ser qualificadas como inovação. Somente mudanças qualitativas que descontroem práticas existentes e saberes comuns em uma área particular podem ser chamadas de inovações. O caráter disruptivo das inovações significa que ele é muito diferente de melhorias contínuas que tem como objetivo aumentar a qualidade de serviços ou produtos por meio de ajustes marginais. As mudanças qualitativas podem ser pequenas e incrementais, e meramente mudar a forma e o conteúdo de produtos particulares e práticas, ou elas podem ser grandes e radicais, e transformar tanto os objetivos quanto a lógica operacional de um sistema inteiro da produção de um produto ou serviço, ou até mesmo todo um regime regulador. Entretanto, as mudanças qualitativas sempre envolvem algum grau de mudança descontínua que é precisamente a essência da inovação (Sorensen & Torfing, 2015).

Nesse sentido, as inovações também podem ser classificadas de acordo com sua magnitude e profundidade. Nicholls e Murdock (2012) asseveram que as inovações sociais ocorrem em múltiplos níveis com base em foco de atuação que podem ter caráter disruptivo, institucional e incremental.

**2.2.1 Inovações Sociais Disruptivas** - Para Bruin e Stangl (2013), a inovação social disruptiva tem como foco as mudanças sistêmicas em escala global. Ela pode envolver empreendedores que identifiquem problemas sistêmicos e que propõem soluções transformacionais. Um exemplo bastante citado de inovação social disruptiva é o caso do Grameen Bank, cujo fundador Muhammad Yunus é comumente chamado de engenheiro social por criar uma inovação social disruptiva na área de microcrédito.

Christensen (2002), em sua contribuição teórica sobre inovação social disruptiva, descreve-a como um processo pelo qual um produto ou serviço que era historicamente acessível somente para consumidores com poder aquisitivo alto, torna-se acessível para consumidores de menor poder aquisitivo. O autor aponta algumas características para inovações sociais disruptivas: pelo menos em seu estágio inicial apresentam menores margens de lucro; mercados alvo menores; e produtos ou serviços mais simples que podem até não parecer tão atraentes quanto a soluções já existentes quando comparadas aos produtos ou serviços tradicionais.

A "disrupção", de acordo com Christensen (2002), descreve um processo pelo qual uma empresa menor com menos recursos é capaz de desafiar com sucesso as empresas já estabelecidas. Especificamente, empresas já estabelecidas como operadores históricos se

concentram em melhorar seus produtos e serviços para os clientes mais exigentes (e geralmente mais rentáveis), excedem as necessidades de alguns segmentos e ignoram as necessidades dos outros. Operadores que experimentam “disrupções” começam alvejando com êxito esses segmentos negligenciados, ganhando uma posição segura, oferecendo funcionalidade, e frequentemente a um preço inferior.

Portanto, inovações disruptivas não atendem as necessidades do cliente existente através de formas tradicionais ou de produtos ou serviços atualmente disponíveis. Elas são tipicamente simples, mais convenientes e menos caras; nesse sentido elas apelam para clientes novos ou menos exigentes. As inovações disruptivas têm maior impacto nas estruturas industriais e muitas vezes dão origem às mudanças sociais no seu processo. No entanto, as mudanças sociais causadas pelas inovações disruptivas não são intencionais; elas são apenas os subprodutos da busca de uma oportunidade de negócio (Christensen, Bauman, Ruggles & Sadtler, 2006).

**2.2.2 Inovações Institucionais** - Nicholls e Murdock (2012) pontuam que inovações sociais que focam na reconfiguração de estruturas econômicas e sociais existentes, geralmente pelo reposicionamento de novas tecnologias mais direcionadas ao social em vez do econômico, devem ser consideradas como inovações sociais institucionais.

Bruin e Stangl (2013) explicam as inovações sociais institucionais por meio de três exemplos: O primeiro, o Medical Patent Pooling discute um uso do novo modelo de negócio inspirado para aproveitar o lucro impulsionado por desenvolvimentos tecnológicos para atingir escala e resolver os graves problemas sociais. No segundo exemplo, a Medicine Mondiale criou meios institucionais para efetivamente coordenar uma rede global de especialistas para desenvolver soluções médicas para tornar mais acessível os cuidados com a saúde. No terceiro, a LanzaTech Ltd. aborda as estruturas institucionais existentes em setores e países sobre a utilização e reutilização de carbono para mudar percepções dos recursos.

**2.2.3 Inovações Incrementais** - As inovações incrementais são qualquer tipo de melhoria em produtos e/ou serviços que já existiam, mas que não afetam seu uso. Elas decorrem, principalmente, das demandas do mercado e das experiências do usuário. Elas são importantes do ponto de vista da produtividade, no entanto não introduzem mudanças estruturais na economia (Tigre, 2006).

Nicholls, Simon e Gabriel (2015) acrescentam que existem inovações incrementais em produtos e serviços para atender as necessidades de forma mais eficiente e efetiva. Este é o objetivo, tanto de muitas instituições de caridade e de organizações sem fins lucrativos, quanto de algumas empresas comerciais.

Com o objetivo de sintetizar os níveis de profundidade de inovações sociais, a Figura 1 apresenta os objetivos e focos principais dos três níveis de profundidade: incremental, institucional e disruptiva.

Nível	Objetivo	Foco
Incremental	Lidar com falhas de mercado identificadas de forma mais eficaz	Produtos
Institucional	Reconfigurar estruturas e padrões de mercado existentes	Mercado
Disruptiva	Alterar estruturas cognitivas de referência para alterar sistemas e estruturas sociais	Político

**Figura 1. Níveis de inovação social - Profundidade**

Fonte: Adaptado de Nicholls e Murdock (2012)

Como este estudo trata da observação da profundidade das inovações sociais no âmbito do empreendedorismo social, o próximo tópico apresenta a literatura sobre esse tema.

### **2.3 Empreendedorismo Social**

Apesar do crescente interesse acadêmico sobre o empreendedorismo social, esse campo ainda carece de um melhor entendimento conceitual do papel econômico e da lógica de suas ações (Santos, 2009). Algumas pesquisas, tipicamente definem empreendedores sociais como empreendedores com uma missão social e consideram empreendedorismo social como atividades empreendedoras com propósitos sociais (Dees, 2001). Portanto, como se pode verificar, a definição é derivada da integração desses dois conceitos – empreendedorismo e social.

No Dicionário para formação em Gestão Social, Iizuka (2014, p.57) apresenta uma definição para empreendedorismo social em que ressalta que ele “pode ser entendido pela vertente de como ele se operacionaliza”. Ou seja, o autor aponta que o empreendedorismo social difere do tradicional, pois o empreendedorismo social foca, principalmente, em aspectos coletivos no que tange sua concepção, condução e alcance de resultados.

O empreendedorismo social, comumente definido como atividade empreendedora que incorpora um propósito social, tem se tornado um importante fenômeno econômico em escala global (Mair & Marti, 2006). Alguns dos mais impressionantes empreendimentos sociais são originados de países em desenvolvimento e envolve a implantação de novos modelos de negócios que se preocupam com as necessidades humanas (Seelos & Mair, 2005), como por exemplo, a provisão de cirurgias de catarata de baixo custo para curar a deficiência visual. Entretanto, o fenômeno do empreendedorismo social também é vibrante em países desenvolvidos. Por exemplo, de acordo com uma pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor de 2005, 1,2 milhões de pessoas no Reino Unido (que representa 3,2% da população em idade para o trabalho) são empreendedores sociais (definido pela pesquisa como pessoas que estão envolvidas e executam um papel social há mais de 42 meses). Dado que o número comparável ao empreendedorismo tradicional é de 6,2%, esses dados geram o intrigante questionamento de que o empreendedorismo social pode ser quase tão importante quanto ao empreendedorismo tradicional (Harding, 2006).

Em um estudo posterior, o Global Entrepreneurship Monitor (2016, 2017) indica que 58,8% da população adulta (entre 18 e 64 anos de idade) do Reino Unido acredita que o empreendedorismo seja uma boa escolha de carreira quando se trata da criação de valor social. No mesmo estudo, 77,2% da população adulta acredita que empreendedores que criam valores sociais que são bem sucedidos desfrutam de alto reconhecimento naquele país.

Outra definição, embora simplista, oferecida pela literatura é que empreendimento social pode ser entendido como organizações que buscam soluções de negócio para problemas sociais. Esta definição foi concebida por Thompson e Doherty (2006). Os autores oferecem uma ideia simples de que os empreendedores sociais focam nos resultados sociais, como por exemplo, apoio e sensibilização para um comportamento positivo e responsável, empoderamento e atividades econômicas sustentáveis pela utilização de princípios empreendedores tradicionais.

Fischer e Comini (2012) também enfatizam que o termo “empreendedor social” tem apresentado um caráter reducionista na literatura de economia e de gestão. Para as autoras, ele identifica pessoas capazes de estabelecer negócios que seguem um padrão organizacional de empresas do setor privado.

Também Austin et al. (2006), ao fazerem uma análise comparativa entre o empreendedorismo tradicional e o empreendedorismo social, destacam que a literatura oferece definições de empreendedorismo social que vão de uma perspectiva simplista até uma mais ampliada. Na definição mais simplista apontada pelos autores, o empreendedorismo social se

refere tipicamente ao fenômeno da aplicação da expertise de negócios e das habilidades baseadas em mercado no setor sem fins lucrativos, como por exemplo, quando organizações sem fins lucrativos desenvolvem abordagens inovadoras para aumentar a renda. Em uma perspectiva mais ampliada, os autores ressaltam que o *driver* central do empreendedorismo social é a questão do problema social envolvido e como irão mobilizar recursos para a resolução daquele problema. Nesse sentido, os autores enfatizam que o empreendedorismo social não deve ser definido por uma forma legal de organização, pois ele pode ser encontrado como organizações sem fins lucrativos, como negócios com lógica de mercado ou como setores governamentais.

Observa-se, portanto, que o empreendedorismo social tornou-se um construto que tem sido muito discutido desde o início dos anos 2000. Verifica-se que a produção acadêmica sobre o tema “empreendedorismo social” é crescente, pois o número de artigos disponíveis nas bases de dados nacionais e internacionais aponta para esse crescimento, conforme estudo bibliométrico realizado por Tiskoski, Rosolen e Comini (2013) e pelo estudo bibliométrico sobre negócios sociais realizado por Romani-Dias (2016).

Esse crescimento pelo interesse sobre o empreendedorismo social, muitas vezes é evidenciado pelas histórias de sucesso em todo o mundo em diversas áreas (saúde, educação, finanças, cultura, entre outros); o conceito tornou-se cada vez mais evidente em mercados comerciais, discursos acadêmicos e elaboração de políticas (Nicholls 2006). Além de transformar os mercados existentes, o empreendedorismo social também foi fundamental na criação de novos mercados e nichos de mercado com iniciativas, tais como, o comércio justo (Nicholls, 2009) e micro finanças (Battilana & Dorado 2010). O último campo, micro finanças, regularmente tem sido citado como porta-estandarte do empreendedorismo social, especialmente desde que o prêmio Nobel da paz foi concedido ao fundador do Banco Grameen, Mohammad Yunus.

Por essas razões, estabelecer uma definição consensual sobre empreendedorismo social não configura uma tarefa fácil. A principal dificuldade é que o empreendedorismo social é um conjunto de atividades em um contexto, sujeito a análise interpretativa e de medição (Nicholls, 2009). Isto é incomum no campo do empreendedorismo, mas menos nas áreas das ciências sociais mais preocupadas com questões sociais. A literatura sobre o assunto usa termos diferentes que, à primeira vista, podem parecer vinculados de forma muito simples: "empreendedorismo social" é o processo dinâmico através do qual os tipos específicos de indivíduos que merecem o nome de "empreendedores sociais" criam e desenvolvem organizações que podem ser definidas como "empresas sociais" (Defourny & Nyssens 2008).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Como não se observou na literatura nenhum instrumento de pesquisa quantitativo que pudesse verificar a profundidade das inovações sociais utilizadas por empreendedores sociais, foi necessário desenvolver uma escala com essa finalidade. Para tanto, seguiu-se os ensinamentos de DeVellis (2012), que conta com nove passos, para desenvolver a escala, a saber: 1) o que se pretende mensurar; 2) elaboração da primeira lista de itens; 3) escolha do tipo de escala; 4) submissão dos itens para a validação por especialistas da área; 5) inclusão de itens para observar vieses metodológicos; 6) decisão de quais itens devem compor a escala; 7) avaliação do desempenho individual dos itens; 8) avaliação da manutenção, aumento ou redução do número de itens, e 9) aplicação para um número reduzido de respondentes para verificar o seu entendimento e realizar os ajustes finais antes da aplicação da escala.

### 3.1 Universo amostral

O universo amostral, de onde foi retirada a amostra conta com 1195 organizações sociais. Este mapeamento foi feito pelos pesquisadores do Projeto Brasil27 que visou fortalecer a cultura de negócios sociais e dar suporte aos já existentes. O projeto estudou casos de organizações sociais com ou sem fins lucrativos nas 27 unidades federativas do Brasil.

A partir do banco de dados gerado pelo Projeto Brasil27, no qual constam telefone e endereço eletrônico dos empreendimentos investigados, procedeu-se a busca de e-mails de cada um deles. Em 257 empreendimentos sociais não se obteve informações sobre e-mails ou telefones. Esses casos também não apresentavam mais o *site* na *internet*. Portanto, do banco de dados original do Projeto Brasil27, foram enviados e-mails para 938 empreendimentos solicitando que o gestor executivo da organização respondesse o questionário.

Como o Projeto teve seu banco de dados montado em 2013, buscaram-se junto a aceleradoras e incubadoras de negócios de impacto, novos empreendimentos que tiveram sua fundação após aquele ano. Foram encontrados 98 novos casos de empreendimentos que não constavam no banco de dados do Projeto Brasil27, e foram enviados e-mails para todos eles.

Portanto o universo amostral contou com 1036 empreendimentos sociais. Durante aproximadamente 10 dias foram enviados, em média, 100 e-mails por dia. Após o término dos envios, foram feitos *recalls*, uma vez por semana, por quatro semanas.

A coleta de dados foi feita pela plataforma Survey Monkey. Ao final da coleta de dados, que esteve *on line* por, aproximadamente, 45 dias, se obteve 264 organizações que responderam a pesquisa, o que representa 25,48% do universo amostral. De acordo com Hair et al. (2005), para cada variável da escala é necessário ter 5 (cinco) respondentes válidos. Nesse sentido, como a escala era composta por 39 variáveis, seriam necessários, de acordo com Hair et al. (2005), 195 respondentes válidos para proceder às análises estatísticas para a validação psicométrica da escala.

### 3.2 Métodos de análise dos dados

Utilizou-se a análise multivariada de dados que compreende a um conjunto de técnicas que analisam múltiplas variáveis em um único relacionamento ou conjunto de relações de forma simultânea (Hair, Black, Babin & Anderson, 2011). Para tanto, neste estudo se faz uso de técnicas de análise multivariada, sendo elas: Análise Fatorial Exploratória (AFE) e Análise Fatorial Confirmatória (AFC).

A AFE é uma técnica de interdependência e de cunho exploratório. O uso da AFE neste estudo tem o objetivo de refinar as variáveis presentes no estudo e verificar a estrutura de relações entre elas por meio de construtos e dimensões. De acordo com a definição de Fávero, Belfiore, Silva e Chan (2009), a AFE possibilita o estudo de inter-relações entre um grande número de variáveis, a fim de condensar a informação contida em cada grupo de variáveis, sem que haja perda considerável de informação.

A AFC é utilizada neste estudo com o objetivo de validar empiricamente um modelo fatorial, de cunho confirmatório. A AFC estende a AFE por ser uma técnica que adota índices de qualidade de ajustamento e de validação empírica a um modelo fatorial. Dessa forma, aproveitando o refinamento da AFE, a AFC confirma a estrutura fatorial encontrada.

### 3.3 Tratamento de dados

Para tratar os dados, primeiramente eles foram exportados da ferramenta *google docs form* para um formato editável do Microsoft Excel 2016. Em seguida, os dados foram importados para o IBM SPSS v. 022. O tratamento de dados para variáveis comportamentais consiste na limpeza dos dados referente às observações com muitos dados faltantes (*missing values*) e a presença de valores extremos (*outliers*).

Para tanto, foi utilizada a ferramenta do SPSS chamada de *Missing Value Analysis* (MVA), que contabiliza os dados faltantes, além de fazer a contagem dos valores extremos, baseado na análise dos quartis 1 e 3. Os números de casos considerados extremos seguem o cálculo baseado no quartil 1 (Q1) e quartil 3 (Q3) e no intervalo interquartil (IQR). Assim, *outliers* para baixo são calculados por  $Q1 - 1,5 * IQR$ , e obviamente, *outliers* para cima são calculados por  $Q3 + 1,5 * IQR$ .

### **3.4. Plano de análise dos dados**

Como o objetivo geral deste estudo é investigar o entendimento de empreendedores sociais com relação à profundidade das inovações sociais que seus empreendimentos geram, para tanto, desenvolveu-se uma escala com esse propósito que foi validada seguindo todos os procedimentos de validação (de conteúdo e psicométrica) propostos por Tilden et al. (2003) e DeVellis (2012).

Os dados, após a importação para o SPSS v. 022, e tratamento passam para a fase de análise. As análises realizadas envolvem estatística descritiva e técnicas de análise multivariada, que são incluídas na estatística inferencial.

O próximo item apresenta a análise de resultados contendo todas as etapas da validação de conteúdo, as análises descritivas que têm a função de identificar os respondentes, os cruzamentos de dados que se julgaram relevantes, e a validação psicométrica.

## **4 ANÁLISE DE RESULTADOS**

### **4.1 Análise inferencial**

Neste tópico relatam-se os procedimentos utilizados, os resultados das análises fatoriais exploratória e confirmatória, análise descritiva e profundidades de inovações sociais verificadas. Convém ressaltar que o instrumento de pesquisa desenvolvido, além de analisar as profundidades das inovações sociais, analisa também os tipos de inovações sociais de produto, processo, marketing e organizacional. Entretanto este estudo analisa apenas as profundidades incremental, disruptiva e institucional das inovações sociais.

#### **4.1.1 Análise fatorial exploratória (AFE)**

A AFE, por ser uma técnica exploratória e de interdependência, é comumente utilizada para encontrar uma estrutura ótima de fatores, sendo cada fator ou construto formado por um grupo de variáveis observáveis ou manifestas que estão correlacionadas entre si. No entanto, com o uso conjunto da AFE e técnicas confirmatórias, a AFE cumpre o objetivo tão somente de redução e seleção de variáveis que atendem aos pressupostos da técnica (Maroco, 2014). Fávero et al. (2009) elucidam este objetivo ao afirmarem que a AFE pode possibilitar o estudo de eventuais inter-relações entre um grande número de variáveis, a fim e condensar a informação contida em cada grupo.

A redução é baseada na análise da matriz de correlações, que busca uma combinação entre simplicidade e poder de explicação do fenômeno, através do agrupamento em dimensões e da variância total respectivamente. Para realizar este processo, são avaliados pressupostos que permitem selecionar as variáveis que melhor se ajustam a uma dimensão. Hair et al. (2011) e Fávero et al. (2009) sugerem o uso de quatro pressupostos: anti-imagem, comunalidade, carga fatorial e *cross-load*. Caso uma variável não atenda aos 4 pressupostos, a variável é excluída da análise e não irá fazer parte das próximas etapas, ou seja, das técnicas confirmatórias.

A anti-imagem é o mesmo que correlações parciais após a análise fatorial e consiste numa medida que explica o grau em que os fatores explicam um ao outro nos resultados. A medida é avaliada para cada item e deve ser maior do que 0,5. A comunalidade consiste na porção de variância que uma variável compartilha com todas as outras variáveis incluídas no

modelo fatorial, e é o fator mais importante para a seleção de variáveis, já que aquelas variáveis que não atingem o ponto de corte, taxado em 0,5, são sumariamente excluídas da análise. Quando uma variável não atinge 0,5 na comunalidade, significa que a porção de variância compartilhada pela variável é menor do que ao acaso (Hair et al., 2011).

A carga fatorial é definida como a correlação entre as variáveis que compõem a dimensão e a própria dimensão. A carga fatorial deve ser no mínimo de 0,4. O *cross-load* utiliza a medida das cargas fatoriais, consistindo na incidência de cargas fatoriais altas em duas ou mais dimensões. Uma variável deve ter carga fatorial alta em apenas uma dimensão.

A AFE foi utilizada nesta pesquisa em etapas sequenciadas, iniciando pela matriz de correlações entre as variáveis testadas. Nesta etapa, a matriz é preparada, pois são os dados de entrada para os cálculos das dimensões.

Uma análise fatorial é composta de etapas sequenciadas, e apesar de existir facilidade na compreensão da técnica, ela demonstra ser trabalhosa e longa. Em seguida é escolhido um método de extração das dimensões. É comumente utilizada a Análise de Componentes Principais - ACP. De acordo com a literatura (Maroco, 2014; Hair et al., 2011), é iniciada a análise pela ACP, com soluções melhor interpretáveis, e por último é gerado um modelo fatorial pelo método de Máxima Verossimilhança – ML, já que este método de extração gera um índice de qualidade de ajustamento e é mais robusto do que a ACP. Dessa forma, é equilibrado o rigor estatístico e a parcimônia.

Outra decisão a ser tomada é em relação ao método de rotação das dimensões. A rotação ortogonal, obedecendo a um ângulo de 90° em um plano em “n” dimensões oferece melhor interpretabilidade, e diminui a incidência de *cross-load*. Neste método, as correlações entre as dimensões são arbitradas em 0 (zero). É sugerido pela literatura (Maroco, 2014), seguir as etapas de análise com a rotação ortogonal, e por fim, verificar a solução fatorial encontrada pela variação oblíqua, que admite as correlações entre as dimensões. Caso haja similaridade entre ambas as análises, evidencia-se que as correlações entre os fatores não interfere significativamente no modelo fatorial.

Após essas decisões serem tomadas, os cálculos dos pressupostos são realizados, e a cada rodada de análise, os pressupostos são avaliados de acordo com seus valores de referência e regras de decisão.

Na análise global do modelo, foram utilizados o índice de Bartlett e o KMO (Keiser Meyer Olkin), consistindo na presença de correlações entre as variáveis e adequação da amostra a complexidade do modelo respectivamente. Os valores encontrados foram satisfatórios. No teste de Bartlett, a significância foi abaixo de 0,05, resultando em 0,000, indicando que as correlações entre as variáveis não são nulas. No teste KMO, o valor encontrado foi 0,902, indicando ótimo equilíbrio entre o número de variáveis e o tamanho da amostra conforme ressaltam Hair et al. (2011).

A pesquisa busca validar um modelo teórico. Ao término da AFE, como uma etapa exploratória, a análise fatorial confirmatória (AFC) é conduzida com o objetivo de validação do modelo empírico.

#### **4.1.2 Análise fatorial confirmatória**

A primeira etapa consiste na verificação das premissas ou pressupostos da AFC, com fins de decisão do uso ou não da técnica multivariada. Em seguida, o modelo é testado, para em seguida serem feitos os testes de validação fatorial, convergente e discriminante.

Os dados foram importados para o software AMOS v. 20, sendo esta uma extensão do SPSS. O AMOS compreende as ferramentas de desenho do modelo teórico e de análise de modelos estruturais e de AFC.

#### 4.1.2.1 Pressupostos da análise fatorial confirmatória

Os pressupostos avaliados no uso da AFC por covariâncias segue as recomendações expressas por Hair et al. (2011) e Maroco (2014). Os pressupostos devem ser atendidos para evitar erros de mensuração do tipo 1 e tipo 2. Maroco (2014, p. 57) afirma que “a violação dos pressupostos associados à SEM (*structural equation modeling*) pode provocar resultados enviesados em termos das estatísticas de ajustamento do modelo e da significância dos parâmetros”.

O pressuposto básico e primeiro é avaliar a linearidade do modelo, o modelo deve ser linear para a execução de uma técnica linear, como a AFC. Quando importado para o AMOS, o *software* confirma a linearidade do modelo, calculando os parâmetros a serem estimados. Outro pressuposto é a confirmação de relação entre variáveis, e a AFE como uma etapa exploratória, confirma tal pressuposto.

Outro construto referente ao desenho do modelo é a indicação de pelo menos três variáveis manifestas para cada construto; a literatura indica excluir o construto quando este é formado por apenas 1 ou 2 indicadores (Hair et al. 2011; Maroco, 2014). O construto “identificação da ocorrência de inovação social”, proposto com as variáveis de 1 a 4, teve 2 baixas, ao terem as variáveis 3 e 4 excluídas na AFE por violar 1 ou mais pressupostos. Dessa forma, este construto, com apenas 2 variáveis manifestas foi excluído da AFC por violar este pressuposto.

Outro pressuposto, sendo este atendido ainda na concepção do instrumento de pesquisa, é o de usar uma escala com medida forte, ou seja, uma escala métrica com 5 pontos ou mais.

Um dos pressupostos se refere à alta correlação entre as variáveis manifestas. Uma forma de evitar a multicolinearidade é realizando o teste VIF (*Variance Inflation Factor*). O teste foi realizado em etapa anterior no SPSS e foi confirmada a baixa influência de multicolinearidade, ainda que a mesma esteja presente.

Um último pressuposto, verificado no AMOS após a importação, é a detecção de normalidade multivariada nas variáveis manifestas. Este teste é realizado através das medidas de terceira e quarta ordem, sendo elas respectivamente a assimetria (*sk*) e a curtose (*ku*). Tendo valores de referências entre -3 e 3, fica garantida a não violação do pressuposto de normalidade multivariada. Os resultados de assimetria e curtose para as variáveis manifestas foram avaliados e nenhuma variável violou os valores de referência.

Sendo assim, os pressupostos para o uso da AFC foram avaliados e todas as variáveis não violaram tais pressupostos. A análise então foi conduzida gerando as estimativas de parâmetros. Assim como na AFE, variáveis podem ser excluídas mediante os resultados encontrados na AFC, consistindo em uma análise também por quantas etapas forem necessárias até se obter um modelo com variáveis que tenham medidas adequadas ao modelo fatorial.

O modelo inicial é formado por 7 construtos e 29 variáveis manifestas. O modelo foi desenhado no AMOS e foi utilizado o método de máxima verossimilhança (ML), o mesmo método utilizado na última etapa da AFE. Foram avaliadas as comunalidades e as cargas fatoriais, seguindo recomendações de Maroco (2014), para atribuir valores de referência, que definem para a comunalidade = 0,5 ou mais e carga fatorial = 0,6 ou mais. A violação dos valores de referência são aceitas, mediante decisão do pesquisador em busca da parcimônia. Também foram avaliados os índices de modificação, que identificam possíveis similaridades entre erros das variáveis. Uma medida corretiva é incluir uma correlação entre os erros.

Na primeira rodada, os índices de qualidade de ajustamento do modelo foram:  $\chi^2(356) = 1106,440$   $\chi^2/df = 3,108$ ; CFI = 0,813; TLI = 0,787; NFI = 0,750, MECVI = 4,885 e RMSEA = 0,090  $pclose = 0,000$ . O índice  $\chi^2/df$  é o quociente do teste qui-quadrado sobre os graus de liberdade. De acordo com Maroco (2014), deve ser menor do que 5, indicando bom ajuste, mesmo sem nenhum aprimoramento do modelo fatorial. Os índices CFI, TLI e NFI

obtidos ficaram próximos de 0,8, indicando bom ajuste, assim como o RMSEA, ficando entre 0,05 e 0,1, indicando ótimo ajuste. O MECVI obtido indica que o modelo é complexo, mesmo não tendo um valor de referência; essa medida indica, ao longo das alterações, o quanto o modelo foi simplificado.

Em relação as cargas fatoriais, a maioria se aproximou ou ultrapassou 0,7. As comunalidades obtidas foram próximas de 0,5 ou acima. Porém, há variáveis que não chegam próximas as medidas mínimas de carga fatorial e comunalidade, como é o caso da variável 27 do construto Tipo Produto, obtendo comunalidade 0,17 e carga fatorial de 0,41. Em relação aos índices de modificação, foi definido arbitrariamente um limite de 30, sendo um índice que também não apresenta na literatura valores de referência. O limite definido depende da complexidade do modelo, buscando equilibrar simplicidade e completude. Foram encontrados altos índices de modificação entre os erros das variáveis 24 e 27, com I.M de 44, sendo este o maior I.M encontrado entre os erros das variáveis. Outro I.M acima de 30 foi entre as variáveis 10 e 17, com I.M = 36. Foi decidido em um primeiro momento, correlacionar os erros das variáveis com alto I.M e excluir a variável 27.

Após essas modificações, o modelo apresentou uma notável melhora, com o aumento das cargas fatoriais e comunalidades das variáveis, além da melhoria dos índices de qualidade de ajustamento, como segue:  $\chi^2 (328) = 904,401$   $\chi^2/df = 2,757$ ; CFI = 0,850; TLI = 0,827; NFI= 0,786, MECVI=4,105 e RMSEA = 0,082  $pclose = 0,000$ . Ainda que o modelo tenha melhorado, a variável 11 do construto Profundidade Disruptiva apresentou baixa comunalidade = 0,33. Assim, a variável foi retirada do modelo para novo teste.

Após a exclusão da variável o modelo apresentou nova melhora, porém mais tímida do que a anterior. As medidas de ajuste global nessa rodada foram de:  $\chi^2 (302) = 822,975$   $\chi^2/df = 2,725$ ; CFI = 0,859; TLI = 0,837; NFI= 0,797, MECVI=3,776 e RMSEA = 0,081  $pclose = 0,000$ . Observando as cargas fatoriais, ainda persistem variáveis que não atingem o mínimo do valor de referência para tal parâmetro. No construto Tipo Organizacional, a variável 38 apresenta carga fatorial de 0,57 e comunalidade de 0,32, sendo então excluída da análise.

O modelo foi testado novamente em busca do melhor ajuste global e ainda encontrou uma leve melhora, porém com valores dos índices globais muito próximos aos encontrados anteriormente. No entanto, no construto Tipo Processo, a variável 24 apresentou baixa comunalidade = 0,22. Como este construto apresenta apenas 3 variáveis manifestas. Ao decidir excluir a variável 24, o construto inteiro deve ser excluído, por violar o pressuposto de ter três variáveis manifestas em cada construto. Após a retirada do construto, o modelo foi testado novamente e foi verificado se houve melhora significativa nos índices de ajustamento globais.

Com seis construtos, o modelo apresentou menor complexidade, conforme visto na melhora do índice MECVI. Os outros índices globais também apresentaram medidas adequadas, sendo elas:  $\chi^2 (214) = 611,387$   $\chi^2/df = 2,857$ ; CFI = 0,870; TLI = 0,846; NFI= 0,815, MECVI=2,843 e RMSEA = 0,084  $pclose = 0,000$ .

Após todas as rodadas descritas, o modelo fatorial apresentou variáveis que se aproximam ou passam dos valores mínimos de comunalidade e carga fatorial exigidos. Assim, o modelo fatorial final é formado por 23 variáveis manifestas, tendo sido excluídas as variáveis 27, 11, 38, 23, 24 e 25. As variáveis 1 e 2 foram excluídas antes mesmo do processo de análise da AFC, por violar o pressuposto de ter no mínimo três variáveis manifestas por construto.

O *Standard Error* (S.E) é erro estimado; reflete a precisão com que cada parâmetro foi estimado. S.Es muito altos ou muito pequenos refletem um modelo pobre, pois dificultam a determinação dos parâmetros. O modelo fatorial gerado apresenta S.Es baixos, indicando ser uma estimação com alto nível de acurácia.

O C.R é ratio crítico, consistindo na razão entre as estimativas dos parâmetros pelos erros. Este teste segue a distribuição normal, a um nível de confiança a 99% bicaudal. Os símbolos \*\*\* indicam que o p-valor do C.R foi bem próximo de 0, e consequentemente rejeita a hipótese nula, evidenciando que as estimativas são diferentes de 0.

Com o modelo final obtido, passa-se para a etapa de validação do modelo teórico. Maroco (2014) e Hair et al. (2011) sugerem verificar primeiramente a validade fatorial, dada pelo cumprimento da carga fatorial mínima exigida. A variável 15 é a única que não cumpre o mínimo exigido de 0,6, obtendo 0,583. No entanto, valores próximos ao mínimo são aceitos, se o modelo obtiver bom ajuste mesmo com tal variável.

Os outros tipos de validade são a convergente e a discriminante. A validade convergente é obtida atingindo valores mínimos dos índices Confiabilidade Composta (CR) e da variância Extraída Média (AVE). Para obter a validade convergente, o CR deve ser maior que 0,7 e a AVE maior que 0,5. A validade discriminante é obtida comparando o quadrado das correlações entre os construtos com a AVE; tais quadrados devem ser menor do que da AVE do construto correspondente.

Fica evidenciado, pelos resultados, que a validade convergente é atendida, já que a AVE para cada construto é maior ou igual que 0,5 e a CR é maior que 0,7 em todos os construtos. A validade discriminante sob o critério de Fornell e Larcker (1981) também é atendida, já que cada AVE é maior do que as correlações entre os construtos ao quadrado. Dessa forma, o modelo foi validado, evidenciando sua consistência e reprodutibilidade.

Após a realização de todos os procedimentos para a validação psicométrica da escala, apresentam-se os resultados.

#### **4.2 Análise Descritiva**

As análises evidenciaram que os tipos de empreendimentos sociais mais encontrados na amostra foram as associações; a maioria dos fundadores são do sexo masculino, embora uma significativa representatividade do sexo feminino (40,91%) tenha sido verificada; a maioria dos empreendimentos sociais investigados atendem, principalmente a beneficiários, usuários ou clientes de uma comunidade ou cidade; no entanto há significativas representatividades no atendimento das demais localidades.

Com relação ao tamanho das organizações pesquisadas, a maioria é de micro organizações, seguida de pequenas e médias. Verificou-se pequena representatividade de grandes organizações.

Os anos 2000 foram os que apresentaram mais elevado número de criação de novos empreendimentos sociais, embora eles existam na amostra desde 1896.

Com relação ao estado brasileiro que apresenta mais elevado número de empreendimentos sociais, o estado de São Paulo lidera com aproximadamente 40% dos empreendimentos sociais, seguido do Rio de Janeiro e de Minas Gerais. Os demais estados apresentam menor representatividade de empreendimentos sociais, no entanto, todos os Estados brasileiros estão representados na amostra com ao menos um empreendimento.

#### **4.3 Profundidades de inovações sociais verificadas**

Com relação à percepção dos respondentes quanto à profundidade das inovações sociais geradas pelos seus empreendimentos sociais, a que mais se destacou, em todos os tipos de empreendimentos sociais, foi a disruptiva. Este achado indica que essas organizações buscam identificar problemas sistêmicos e elaborar soluções transformacionais conforme ressaltado por Bruin e Stangl (2013). O achado também indica que esses empreendimentos tornaram produtos e/ou serviços acessíveis a consumidores que historicamente não tinham acesso a eles, de acordo com os ensinamentos de Christensen (2002). Adicionalmente, de acordo com os achados e corroborando com o entendimento de Christensen (2002), os

empreendimentos menores, que fazem parte da maioria da amostra com menos recursos, são capazes de desafiar empreendimentos maiores.

Quando analisados os tipos de profundidade de inovações sociais com o tamanho dos empreendimentos, com a região onde eles estão estabelecidos e com a abrangência de atendimento, verifica-se que as inovações disruptivas lideram nas percepções dos respondentes, com exceção as empresas de grande porte que apontaram baixo grau de concordância com as profundidades das inovações sociais. Este fato corrobora com o entendimento de Christensen (2002), pois como se trata de organização de grande porte, a profundidade da inovação social é pouco enaltecida, pois esta não precisa, com menos recursos, desafiar empresas maiores.

Não obstante, as inovações de profundidade incremental também apresentaram significativas relevâncias. Esta profundidade de inovação, conforme apontado por Freeman (1987) é aquela que ocorre continuamente em qualquer empreendimento, ou seja, é o resultado de melhorias sugeridas pelos envolvidos no empreendimento e apresenta um caráter criativo. Embora as inovações sociais de profundidade institucional tenham sido as que apresentaram incidência ligeiramente menor, ela foi observada em todos os casos analisados, à exceção das empresas de grande porte. Esse tipo de profundidade de inovação social, conforme ressaltado por Nichools e Murdock (2012), foca na reconfiguração de estruturas econômicas e sociais existentes. Nesse sentido, as cooperativas, associações e fundações buscam essa reconfiguração gerando oportunidades aqueles que foram historicamente excluídos da sociedade ou subatendidos pelo Estado ou por organizações tradicionais.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com relação à profundidade das inovações sociais entendidas pelos empreendedores sociais, as disruptivas foram as que tiveram maior ênfase em todos os tipos de organizações pesquisadas: associações, fundações, cooperativas e empresas. Este achado indica que os empreendedores sociais acreditam que os produtos ou serviços que suas organizações fornecem sejam soluções transformadoras que mudam sistematicamente o acesso a produtos ou serviços, que outrora somente eram acessíveis às pessoas mais favorecidas socioeconomicamente. Estes empreendedores acreditam que suas organizações desafiam empresas já estabelecidas promovendo mudanças sistêmicas no consumo de produtos ou serviços.

As empresas de médio porte foram as que apresentaram mais inovações sociais de todas as profundidades. Contrariamente, o pior desempenho, com relação ao tamanho da organização e as inovações sociais percebidas, foi atribuído às grandes empresas. Esse achado pode indicar que empresas de grande porte, por estarem já fortemente estabelecidas em seus ramos de atividade, deem menor importância às inovações sociais, pois já conquistaram seus clientes.

Com relação às regiões onde as organizações pesquisadas se localizam, os empreendedores do Norte e Nordeste entendem que as inovações institucionais são as que mais se destacam, pois focam principalmente na reconfiguração de estruturas socioeconômicas vigentes. Este achado corrobora com os dados do IBGE (2017) que indica estas duas regiões como as que mais têm problemas sociais.

No que se refere à abrangência de atendimento, as organizações que atendem a uma região e a um determinado país atribuem maior percepção às inovações sociais disruptivas.

Percebe-se, por estas análises, que as inovações sociais disruptivas lideram a percepção de empreendedores sociais, seja com relação ao tamanho ou tipo de organização. Este achado pode indicar que estes empreendedores, em sua autoanálise, tendam a entender que suas inovações sociais transformem as vidas das pessoas. Esta percepção pode indicar que existe um desejo, por parte destes empreendedores sociais, de causarem impacto social

significativo na vida das pessoas. Entretanto, caberiam novas pesquisas, por outra lente, como por exemplo, dos beneficiários dessas organizações, para ratificar essa percepção.

Por fim, este estudo teve como objetivo verificar como os empreendedores sociais percebem as inovações sociais que seus empreendimentos geram em termos de profundidade. Entender como esses empreendedores sociais percebem a profundidade das inovações sociais geradas por eles pode configurar uma contribuição à teoria de empreendedorismo social e de inovação social, que ainda se encontra em construção na literatura, fato que demanda mais estudos.

Como limitações, dentro da complexidade dos vários tipos de empreendimentos sociais, apontam-se a dificuldade de seu acesso e a baixa representatividade de empreendimentos sociais em alguns Estados brasileiros.. Portanto, como sugestão de novas pesquisas a partir desta, sugere-se pesquisas que busquem o entendimento dos beneficiários dos empreendimentos sociais e a partir desse resultado, compará-lo com o entendimento dos empreendedores sociais.

## 6 REFERÊNCIAS

- Anderson, T.; Curtis, A.; Wittig, C. (2014) *Definition and theory in social innovation* (MA thesis), Krems, Danube University Krems.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship theory and practice*,30, 1-22.
- Battilana, J., & Dorado, S. (2010), “Building sustainable hybrid organizations: the case of commercial microfinance organizations”, *Academy of Management Journal*, 53:6, 1419-1440.
- Bruin, A.; Stangl, L. (2013) The “Social Innovation Continuum” in Auckland Council. *Social Innovation in Auckland*, pp. 10-13. Online at: <http://emes.net/content/uploads/publications/de Bruin Stangl ECSP-LG13-68.pdf>.
- Christensen, C. M. (2002). *How Growth Makes “Good” Management Easy*. BSSE Course Note. Harvard Business School, Cambridge, MA.
- Christensen, C. M., Bauman, H., Ruggles, R., Sadtler, T. M. (2006). *Disruptive innovation for social change*. Harvard Business Review. Dezembro, 2006.
- Christensen, C. M.; MacDonald, R.; Altman, E. J.; Palmer, J. E. (2018). Disruptive Innovation: An Intellectual History and Directions for Future Research. *Journal of Management Studies*. 55:7 November 2018.
- Comini, G. M. (2016). *Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras*. Tese para obtenção do Título de Livre-Docente em Administração. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Dees, J. G. (2001). The Meaning of "Social Entrepreneurship". Online at: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf).
- Dees, G. J., Haas, M., & Haas, P. (1998). The Meaning of “Social Entrepreneurship”. *Working Paper*, The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. In R. Mosher-Williams (Ed.), *Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*. ARNOVA Occasional Paper Series, 1(3), 39-66.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2008), “Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments”, *EMES Working Paper*, 08:01.
- DeVellis, R. F. (2012). *Scale development: Theory and applications* (3e). Los Angeles: Sage.
- Fávero, L. P.; Belfiore, P.; Silva, F. L.; Chan, B. L. (2009). *Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Fischer, R. M., & Comini G. (2012). Sustainable Development: From Responsibility to Entrepreneurship. *Revista de Administração da USP*, São Paulo, v.47, n.3, p.363-369, jul./ago./set.

- development. *Res Nurs Health*, 20(3):269-274.
- Hair Jr, Babin, B., Money, A. H., & Samouel, P. (2005). *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2011). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Harding, R. (2006). *Social Entrepreneurship Monitor*. London: Global Entrepreneurship Monitor.
- Iizuka, E. S., Walchhutter, S., Romani-Dias, M., Barbosa, A. (2014). *Empreendedorismo social e negócios sociais: Revisão crítica e agenda de pesquisa*. XVII Semead.
- Kanter, R. M. (1998). From spare change to real change. The social sector as beta site for business innovation. *Harvard Business Review*, 77(3), 122-32.
- Kramer, M. (2005). *Measuring social innovation: Evaluation in the Field of Social Entrepreneurship*. Palo Alto, California: Skoll Foundation/Foundation Strategy Group.
- Leadbeater, C. (2007). *Social enterprise and social innovation: Strategies for the next ten years*. Cabinet Office of the Third Sector. Recuperado em 6 agosto, 2016, de [http://www.peopleproject.eu/wiki/PEOPLEWIKIS/socialentrepreneurship/mainSpace/files/Social enterprise and social innovation.pdf](http://www.peopleproject.eu/wiki/PEOPLEWIKIS/socialentrepreneurship/mainSpace/files/Social%20enterprise%20and%20social%20innovation.pdf).
- Mair, J., Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*, 41: 36-44.
- Morais-da-Silva, R. L. M., Takahashi, A. R. W., Segatto, A. P. (2016). Scaling up social innovation: a meta-synthesis. *RAM – Revista de Administração da Mackenzie*. V. 17, n. 6, p. 134-163.
- Maroco, J. (2014). *Análise estatística com o SPSS Statistics*. 6 ed. Lisboa: Edições Sílabo.
- Menand, L. (1997). The return of pragmatism, *American Heritage*.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*. V. 22, n. 4, p. 853-886.
- Moulaert, F.; MacCallum, D.; Hiller, J. (2013). Social innovation: intuition, precept, concept, theory and practice. In F. Moulaert, D. MacCallum, A. Mehmood & A. Hamdouch (Eds.), *The International Handbook on Social Innovation: Collective Action, Social Learning and*
- Mulgan, G. (2006). The Process of Social Innovation, *Innovations: Technology, governance, globalization*, v.1, n.2, p. 145-162.
- Nicholls, A. (2006), “Introduction”, in A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: Oxford University Press, 1-35.
- Nicholls, A., (2009). *We do good things, don't we?: Blended value accounting in social entrepreneurship*. *Acc. Organ. Soc.* 34, 755–769.
- Nicholls, A; Murdock, A. (2012). *Social Innovation: Blurring Boundaries to Reconfigure Markets*. London: Palgrave Macmillan.
- Nicholls, A., Simon, J., & Gabriel, M. (2015). Dimensions of social innovation. In: *New frontiers in social innovation research*. New York: Palgrave Macmillan.
- Noruzi, M. R.; Westover, J. H.; Rahimi, G. R. (2010). An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era. *Asia Social Science*. Vol. 6, n. 6.
- Oslo Manual (1997). *Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. Online at: <http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>.
- Phillips, W., Lee, H., Ghobadian, A., O'Regan, N., & James, P. (2015). Social innovation and social entrepreneurship, a systematic review. *Group & Organization Management*, 40(3), 428-461.
- Romani-Dias, M. (2016). *Negócios sociais: Estudo bibliométrico e análise sistemática da literatura nacional e internacional*. (Dissertação de mestrado, Centro universitário FEI).
- Santos, F. M. (2009). *A positive theory of social entrepreneurship*. Fontainebleau, France.

- Schumpeter, J. A. (1912). *The Theory of Economic Development*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Seelos, C.; Mair, J. (2005). Social Entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48: 241-246.
- Sharra, R., & Nyssens, M. (2006). *Social Innovation: an Interdisciplinary and Critical Review of the Concept*. Université Catholique de Louvain, 1–15. Recuperado em 26 junho, 2016, de [http://nobelprize.org/nobel\\_prizes/peace/laureates/2006/index.html](http://nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2006/index.html).
- Sorensen, E., Torfing, J. (2015). Enhancing public innovation through collaboration, leadership and new public governance. In: *New frontiers in social innovation research*. New York: Palgrave Macmillan.
- Thake, S., & Zadek, S. (1997). *Practical people, noble causes: How to support community-based social entrepreneurs*. London: New Economics Foundation.
- Tigre, P. B. (2006). *Gestao da Inovacao: A economia da tecnologia no Brasil*. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus.
- Tilden V. P., & Nelson C. A., May B. A. (1990). **Use of qualitative methods to enhance content validity**. *Nurs Res*; 39(3):172-175.
- Tiskoski, G. P.; Rosolen, T.; Comini, G. M. (2013). *Empreendedorismo social e negócios sociais: Um estudo bibliométrico da produção nacional e internacional*. XXXVII Encontro da Anpad.
- Thompson, J., & Doherty, B. (2006). The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories. *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 361–375.