

**Organizando-se para Gerar Valor Social e Econômico: uma Discussão sobre a Intersecção entre as Organizações que Investem em Inovação Social e as Empresas Sociais**

**MALCON SANTOS GONALVES**  
FACULDADE FUCAPE (FUCAPE)

**MARCIA JULIANA D'ANGELO**  
FACULDADE FUCAPE (FUCAPE)

### **Organizando-se para Gerar Valor Social e Econômico: uma Discussão sobre a Intersecção entre as Organizações que Investem em Inovação Social e as Empresas Sociais**

#### **Introdução**

As contribuições das organizações com fins lucrativos para o desenvolvimento social ganham cada vez mais valor (Pérez & Del Bosque, 2012), de forma que a evolução do seu papel na promoção de valores éticos e do bem-estar da comunidade coloca o estudo das relações entre empresas e sociedade no centro das discussões da academia. Com destaque para as investigações que tentam estabelecer ligações positivas entre o papel social e os resultados econômicos das organizações (Khan, 2013), avaliadas em função do desempenho de seu papel na mitigação dos problemas sociais. Tal situação passa a ser percebida

#### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Este estudo identifica e discute a dinâmica de organização e moldagem da inovação social, que abrange as empresas que investem em inovação social e as empresas sociais. O problema é: Como as empresas que investem em inovação social se organizam e moldam a dinâmica entre inovação e transformação sociais? Para responder essa questão, o levantamento tem como objetivo identificar e compreender os elementos interseccionais entre os processos, formas e impactos deflagrados por uma instituição financeira brasileira que investe em inovação social.

#### **Fundamentação Teórica**

A partir da Figura 1, discute o que há em comum entre as organizações que investem em inovação social e as empresas sociais: os atores sociais, os processos de inovação social, as formas de materialização da inovação social e os impactos - econômicos, ambientais, sociais - na sociedade e na organização.

#### **Metodologia**

É uma pesquisa qualitativa interpretativa para compreender um fenômeno organizacional real, a estratégia negocial de desenvolvimento regional sustentável do Banco do Brasil, à luz da lente teórica da inovação social. Os dados foram coletados de fontes secundárias internas e externas junto ao Banco e à sua Fundação e analisados por meio de 40 categorias - processos (24); formas (quatro); impactos (12), agrupadas em sete metacategorias: estratégia, processos inter e intraorganizacionais, produtos, serviços e experiências reais, formas replicáveis, impactos na sociedade e no BB (Flores, 1994),

#### **Análise dos Resultados**

São discutidos seis elementos interseccionais entre processos, formas e impactos, a saber: uma estratégia para impulsionar o desenvolvimento sustentável local e os negócios da organização que investe na inovação social; a articulação, mobilização e interação entre os diversos atores sociais por meio de uma orquestração; os critérios e visões norteadores da implementação da estratégia; a certificação das tecnologias sociais; indicadores; uma metodologia de avaliação da qualidade e efetividade das tecnologias sociais e os mecanismos de gestão do desempenho dos gestores, como o Indicador de Sustentabilidade

#### **Conclusão**

Este estudo contribui com a literatura de inovação social com uma investigação empírica sobre um entendimento mais holístico do modus operandi das organizações com fins lucrativos que adotam e integram a inovação social em suas estratégias e operações (Herrera, 2015). Também colaboramos para oferecer uma discussão em um país de economia emergente, que publica pouco sobre inovação social na literatura internacional, indo além de países europeus, conforme observado por Ogola (2012). Contribuímos com reflexões para que gestores possam discutir e iniciar um projeto de inovação social, oferecendo o

#### **Referências Bibliográficas**

Altuna, N., Contri, A. M., Dell'Era, C., Frattini, F., & Maccarrone, P. (2015). Managing social innovation in for-profit organizations: the case of Intesa Sanpaolo. *European Journal of Innovation*

Management, 18(2), 258-280. Herrera, M. E. B. (2015). Creating competitive advantage by institutionalizing corporate social innovation. *Journal of Business Research*, 68(7), 1468-1474. Fundação Banco do Brasil (2017). *Tecnologia Social*. Disponível em: <http://tecnologiasocial.fbb.org.br/tecnologiasocial/o-que-e/tecnologia-social/o-que-e-tecnologia-social.htm>. Acesso em abr 2016.