

Negócios sociais e inovação: panorama das teses e dissertações no cenário nacional

RESUMO

Os negócios sociais surgem para atender as demandas emergentes da sociedade contemporânea, se diferenciam ao buscar resolver problemas sociais da sociedade e garantirem sua sustentabilidade financeira. Nesse contexto, esta pesquisa tem como objetivo, mapear as teses e dissertações sobre negócios sociais e inovação no Brasil. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, com levantamento bibliográfico por meio do instrumento de intervenção ProKnow-C. Como resultados identificou-se que o tema é pouco explorado no contexto brasileiro, pois foram recuperados apenas 23 dissertações e teses, e as variáveis com maior destaque foram: a administração, como área científica, foi a que mais se apropriou desse fenômeno social; as instituições privadas e os programas de mestrado tiveram maior destaque; além disso, houve um aumento das pesquisas no ano de 2017. Conclui-se, a partir desse portfólio bibliográfico, que a Ciência da Informação ainda não se apropriou dessa temática. No entanto, pode contribuir com os negócios sociais por meio da gestão da informação e do conhecimento ao investigar questões ligadas a informação para fins de aprendizagem, estratégicos e/ou decisórios.

PALAVRAS-CHAVE: Negócios Sociais. Inovação. Ciência da Informação. Gestão da Informação. Gestão do Conhecimento.

Jéssica Bedin
Jessicabedin06@gmail.com
Universidade Federal de Santa
Catarina (UFSC)

William Barbosa Vianna
wwilliam@hotmail.com
Universidade Federal de Santa
Catarina (UFSC)

INTRODUÇÃO

A forma de produção e organização da sociedade evoluiu de uma economia industrial para uma economia baseada na informação e no conhecimento, desencadeando dessa forma, diferentes tipos de negócios e ambientes que contribuem com o desenvolvimento econômico, social e tecnológico. Além de impactar no processo produtivo, as mudanças influenciam também no estilo de vida das pessoas e de suas comunidades (AUDY; PIQUÉ, 2016).

Nesse cenário a tecnologia da informação tem se destacando pelo impacto e abrangência que proporcionou para a sociedade, pode-se dizer que é um meio. De acordo com Gell-Mann (1998) o fascínio pela tecnologia muitas vezes faz esquecer a finalidade principal que é a informação e o ato de informar. De nada adianta ter a melhor tecnologia, quando as pessoas não reconhecem a importância da informação, não a compartilham e usam da melhor forma.

A informação e o conhecimento são elementos essenciais para a geração de inovação, que tem como princípio básico proporcionar a sociedade algo novo ou significativamente melhorado (SILVA, 2015). Assim, a inovação vem ganhando destaque por possibilitar soluções aos velhos problemas, de acordo com Schumpeter (1997), ter como princípio a ruptura, isto é, rompimento com o padrão existente até então.

Inicialmente vinculada à geração de valor econômico, a inovação teve influência da economia globalizada e da competitividade de mercado, que avançam de forma rápida (BIGNETTI; CAPPRA; THOMAS 2008). Em contrapartida a economia social enfrenta barreiras tanto nas estruturas, como nas políticas que as regem, assim evidenciam a insatisfação na eliminação dos problemas como a desigualdade social, e nas questões ligadas ao meio ambiente (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010).

A economia social, de acordo com Caeiro (2008, p. 66), é amparada pelos seguintes princípios: “a) finalidade de prestação de serviços aos membros da coletividade; b) autonomia da gestão; c) processo de decisão democrática e d) primado do trabalho e das pessoas sobre o capital e a repartição do rendimento”.

Dessa forma, para corroborar com esse cenário emprega-se o termo inovação social. Bignett (2010, p. 4), o conceitua “como uma das formas de buscar alternativas viáveis para o futuro da humanidade”. Os negócios sociais são um dos exemplos que emergiu do cenário apresentado, como um equilíbrio entre as empresas criadas visando o lucro e as organizações sem fins lucrativos que são voltadas para causas sociais (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

A partir do impacto gerado pelos negócios sociais nas comunidades, a temática passou a ser de interesse do ambiente científico também, assim, questiona-se: como os negócios sociais no contexto da inovação têm sido explorados pelas pesquisas no cenário brasileiro? Dessa forma, a presente pesquisa tem como objetivo, mapear as teses e dissertações sobre negócios sociais e inovação no Brasil. Esta pesquisa traz um recorte do portfólio bibliográfico de uma tese em andamento. Dessa forma, para explorar o cenário e gerar conhecimento optou-se inicialmente por investigar as teses e dissertações produzidas no contexto brasileiro.

Ao considerar que a informação é um recurso fundamental para a inovação e no desenvolvimento dos negócios sociais, acredita-se que o resultado desta pesquisa pode contribuir para a construção de conhecimento aos pesquisadores, revelando oportunidades de pesquisa para a área de Ciência da Informação, que tem como objeto de pesquisa a informação e principalmente para temática de gestão da informação e do conhecimento.

A partir da gestão da informação e do conhecimento, Choo (2003, p. 27-29) considera que as empresas utilizam informação para potencializar o crescimento e na capacidade de adaptação. Assim as empresas usam a informação: 1) “para dar sentido às mudanças do ambiente externo”; 2) de forma estratégica “a organização cria, organiza e processa a informação de modo a gerar novos conhecimentos por meio do aprendizado”; e 3) de forma estratégica para “buscar e avaliar as informações de modo a tomar decisões”.

Somada a essas atividades internas, ações integradas com diferentes agentes facilitam um fluxo de informações eficiente que contribui com as demandas de inovação exigidas pelo mercado. Dessa forma, a gestão da informação e do conhecimento podem se revelar uma alternativa viável para as organizações sobreviverem e evoluírem a partir da inovação (SILVA, 2015).

Por meio do entendimento da forma como a sociedade se constitui e vem se desenvolvendo, os negócios sociais podem ter acesso a vantagens competitivas e garantir seu lugar no mercado, a partir do uso estratégico da informação.

Além dessa seção introdutória, o artigo está organizado da seguinte forma: na seção 2 apresenta-se a base conceitual sobre negócios sociais; a seção 3 os caminhos metodológicos percorridos para alcançar o objetivo proposto; na seção 4 os resultados e análises da pesquisa e na seção 5 as considerações finais com as lacunas de pesquisa identificadas, e por fim as referências utilizadas.

NEGÓCIOS SOCIAIS

Os negócios sociais surgem como um equilíbrio entre as empresas criadas visando o lucro e as organizações sem fins lucrativos que são voltadas para causas sociais. Dessa forma, as pessoas que trabalham com essa modalidade de negócio têm potencial para atuar como agentes de mudança para os problemas da sociedade e ao mesmo tempo, possuem habilidades para garantir a sustentabilidade financeira do negócio (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

O surgimento dos negócios de impacto, segundo Barki (2015) tem sido uma resposta aos problemas provocados pelo capitalismo, e pode ser considerada uma filosofia, uma nova forma de pensar e influenciar os negócios. A pobreza, de acordo com Sem (1999) não se trata da baixa renda ou da falta de bens materiais, mas da privatização de necessidades básicas nas diversas esferas da vida.

Dessa maneira, o interesse pela expansão dos negócios sociais é impulsionado pelo fato de que o ser humano, por natureza tem o desejo de melhorar a qualidade de vida do próximo. Além disso, por terem objetivos sociais, as empresas não se envolvem em competição, procuram aprender uns com os outros para melhorar suas atividades de maneira mais rápida (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

Os negócios sociais podem ser impulsionados por empreendedores individuais, organizações ou pelos movimentos sociais (BIGNETTI, 2011). Ressalta-se que esses atores são peculiares para o segmento da inovação social dentro dos ecossistemas de inovação, tendo características específicas influenciadas pelas demandas locais de cada região.

O empreendedor social, termo usado para caracterizar o indivíduo que busca soluções inovadoras para os problemas sociais mais relevantes na sociedade (ASHOKA, 2010). Pode-se dizer que atua como um agente de mudança no setor social (DEES, 2001), e seu grande diferencial se comparado ao empreendedor clássico, refere-se à apropriação ou criação de valor, que refletem no propósito de seus empreendimentos, financeiros ou sociais (SANTOS, 2009).

Embora das iniciativas individuais gerarem boa parte das inovações sociais, as organizações e instituições existentes ou criadas para atender as necessidades sociais também são mecanismos que podem gerar inovação social (BIGNETTI, 2011). No entanto o uso do “social” remete ao foco central que é a autonomia do empregado, a valorização do ser humano (CHANLAT, 2000).

A inovação social realizada por organizações pode abranger: 1) mudanças internas, relacionadas à divisão do trabalho, as alterações nas estruturas de poder ou na melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores, e 2) relacionadas ao ambiente, com objetivo de atender as necessidades de um grupo ou comunidade (CLOUTIER, 2003; BIGNETTI, 2011).

De acordo com Bignetti (2011), se as organizações sociais são formalizadas e estruturadas para alcançar fins específicos, regidas por regras do sistema vigente, os movimentos sociais se caracterizam como empreendimentos coletivos que emergem da falta de atuação do estado. Os movimentos sociais produzem inovações a partir de soluções para as demandas, além de inovações radicais que geram mudanças estruturais e culturais intensas que refletem na sociedade.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para alcançar o objetivo, propõe-se uma pesquisa exploratória e descritiva. Exploratória, pois gera conhecimento aos pesquisadores sobre a temática, a partir do momento que proporciona maior familiaridade com o problema. E descritiva, pois descreve as características de determinada população ou fenômeno, no caso do portfólio bibliográfico (PB) (GIL, 2002). Assim, a temática a ser explorada e descrita refere-se aos negócios sociais relacionados à inovação.

No que tange aos procedimentos técnicos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, pois segundo Gil (2002) é desenvolvida com base em materiais já publicados. Para esta pesquisa selecionou-se teses e dissertações sobre os negócios sociais desenvolvidas pelos programas de pós-graduação no cenário brasileiro.

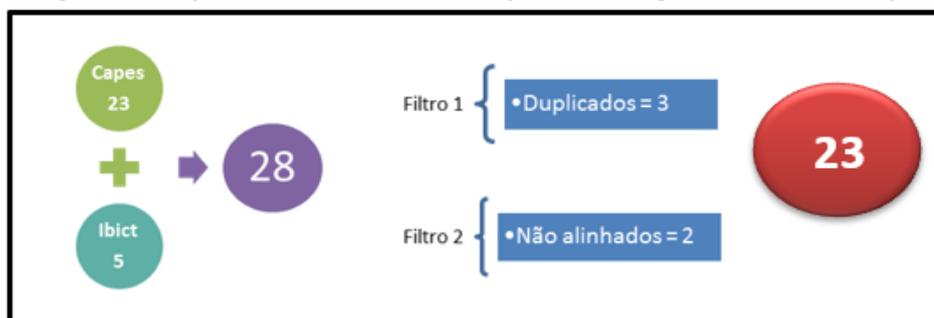
Com o intuito de identificar lacunas de pesquisa e propor desafios para trabalhos futuros sobre a temática de negócios sociais e inovação, usou-se o instrumento de intervenção ProKnow-C, que tem como objetivo construir conhecimento nos pesquisadores baseando-se em um fragmento selecionado da literatura (ENSSLIN; ENSSLIN; DUTRA, 2017).

A metodologia foi composta por quatro fases: 1) seleção do portfólio bibliográfico; 2) análise bibliométrica; 3) análise sistêmica; e 4) elaboração das perguntas e/ou objetivos da pesquisa. A primeira fase do ProKnow-C é referente à Seleção do Portfólio Bibliográfico, o tema foi dividido em dois eixos de pesquisa com as seguintes palavras-chave: "negócios sociais" AND "inovação". Tendo em vista, que uma das palavras é composta, utilizaram-se “aspas” nos termos durante a recuperação dos documentos, isso contribuiu para que o resultado da busca fosse mais coerente com a temática pesquisada.

O comando de busca foi aplicado em duas bases de dados, na Biblioteca Digital de teses e dissertações (BDTD) e no Catálogo de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Não houve nenhum tipo de delimitação ao realizar a busca. Assim, a recuperação nas bases de dados foi realizada no dia 10 de outubro de 2018, recuperando 28 documentos.

Para filtrar os documentos, primeiramente excluiu-se os documentos duplicados, e depois excluiu-se os documentos que não estavam alinhados, pois apenas citavam uma das palavras-chaves no resumo, nos resultados ou considerações finais. Dessa forma, a seleção do portfólio bibliográfico desta pesquisa foi concluída com 23 documentos (ver Figura 1).

Figura 1 - Seleção do PB de teses e dissertações sobre negócios sociais e inovação



Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

A segunda fase do ProKnow-C abrangeu a análise bibliométrica dos artigos, seu objetivo foi gerar conhecimento aos pesquisadores no que tange as características da temática investigada. Utilizou-se a bibliometria, pois possibilita a identificação e enfatiza das características que mais se destacam (DUTRA et al., 2015; ENSSLIN et al., 2014).

Geralmente essa análise é composta por variáveis que abrangem informações sobre produtividade dos autores, artigos e periódicos de destaque e fator de impacto dos periódicos (ENSSLIN; ENSSLIN; DUTRA, 2017), no entanto o portfólio bibliográfico da presente pesquisa não contemplou esse tipo de informação. Sendo assim, foram definidas outras variáveis de acordo com as necessidades e as informações encontradas no portfólio bibliográfico.

A terceira fase do ProKnow-C se refere à análise sistêmica do portfólio bibliográfico, esta faz com que o pesquisador reflita sobre o conteúdo dos artigos do portfólio bibliográfico. (ENSSLIN et al. 2010; ENSSLIN; ENSSLIN; DUTRA, 2017). A quarta fase e última fase do ProKnow-C viabiliza a construção de perguntas e/ou

objetivos para futuras pesquisas. A seguir apresentam-se os resultados das análises das fases 2, 3 e 4 do portfólio bibliográfico desta pesquisa.

ANÁLISES DAS PESQUISAS DO PORTFÓLIO BIBLIOGRÁFICO

Nesta seção apresentam-se os resultados encontrados a partir da aplicação do ProKnow-C, a fim de gerar conhecimento sobre os negócios sociais. Cumprindo a primeira fase que se refere à seleção do portfólio bibliográfico, no Quadro 1 são elencados os trabalhos que fazem parte do fragmento da literatura analisada.

Quadro 1 - Portfólio Bibliográfico: negócios sociais e inovação na CAPES e IBICT

Autor	Título
Alves (2018)	As relações sociais de trabalho, no contexto de negócios sociais, à luz da psicodinâmica do trabalho
Costa (2018)	Sustentabilidade social como resultado da inovação social corporativa: análise a partir de práticas sociais realizadas por organizações do setor privado
Grando (2018)	Inovação social: o caso de uma incubadora de negócios sociais
Lencini (2018)	A implantação de inovação social por organizações participantes da matriz do empreendedorismo social
Tavares (2018)	Análise do potencial de transformação de micro e pequenas organizações do terceiro setor em negócios sociais
Araujo (2017)	Design estratégico para sustentabilidade na moda: um estudo de caso múltiplo
Chumbo (2017)	Contribuição das práticas para objetivos empresariais: um estudo de caso em empresa de inovação social brasileira
Goncalves (2017)	Negócios sociais e investimento de impacto: um estudo sobre as percepções dos atores do ecossistema
Senna (2017)	O fenômeno do hibridismo organizacional nas organizações sem fins lucrativos: o caso da associação ateliê de ideias
Silva (2017)	Gestão da capacidade absorptiva para o desenvolvimento de tecnologia assistiva: um estudo em negócios com impacto social
Uchoa (2017)	A construção discursiva do empreendedorismo social: crítica e justificação no novo espírito do capitalismo
Walehhutter (2017)	Negócios sociais como organizações híbridas: estudo sobre tensões inerentes a esse tipo organizacional'
Barbosa (2016)	Negócios Sociais: proposição de modelo conceitual para análise do equilíbrio entre objetivos sociais e econômicos
Carvalho (2016)	Design em prol das relações humanas uma possibilidade para a conexão, viabilização e valorização de produtos alimentícios artesanais no Brasil
Dias (2016)	Negócios sociais: Estudo Bibliométrico e Análise Sistemática da Literatura Nacional e Internacional
Malpelli (2016)	Inovação social e empreendedorismo: estudo sobre os principais fatores na avaliação de start-ups de negócios sociais
Martins (2016)	Design de Negócios Sociais: o design como ferramenta de apoio à modelagem de empreendimentos sociais com fins lucrativos
Anacleto (2015)	Própolis - projeto polímeros para inclusão social: desenvolvimento de uma proposta de modelo de negócio social
Leal (2014)	O empreendedorismo social e a criação de valor: um estudo exploratório

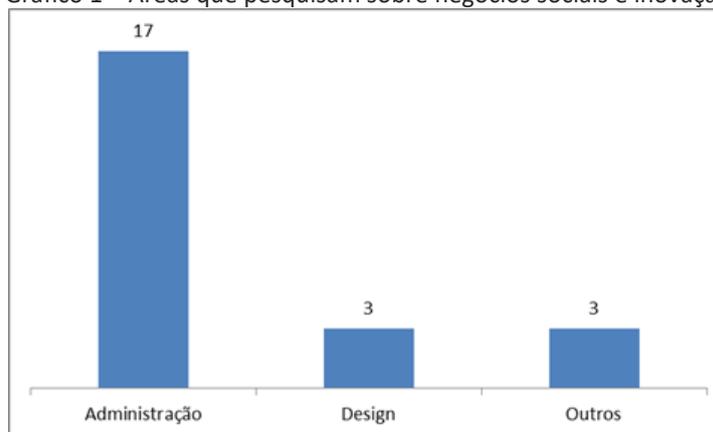
Autor	Título
Quirino (2014)	Inovação social e negócios sociais: um estudo de caso do programa minha casa, minha vida em uma instituição financeira
Jappe (2013)	Fatores contributivos e fatores limitadores para negócios sociais no Brasil: um estudo exploratório nas regiões sul e sudeste'
Lima (2013)	Empreendedor social: um estudo de caso
Rampazzo Filho (2006)	Gestão e gerenciamento de empreendimentos sociais de inclusão digital

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Os resultados da segunda fase abrangem a análise bibliométrica dos documentos do portfólio. Foram destacadas as seguintes características: a) áreas do conhecimento que mais se destacaram nas pesquisas; b) o tipo de pesquisa mais desenvolvida; c) instituições de ensino superior que têm devotado espaço pra este tipo de assunto; d) evolução temporal; e) estudos empíricos: ferramentas utilizadas.

No que tange à área que explorara a temática, evidenciou-se a predominância da Administração, com 17 trabalhos, o Design com 3, e outras áreas (Empreendedorismo, Economia e Sociologia) com apenas 1, conforme Gráfico 1.

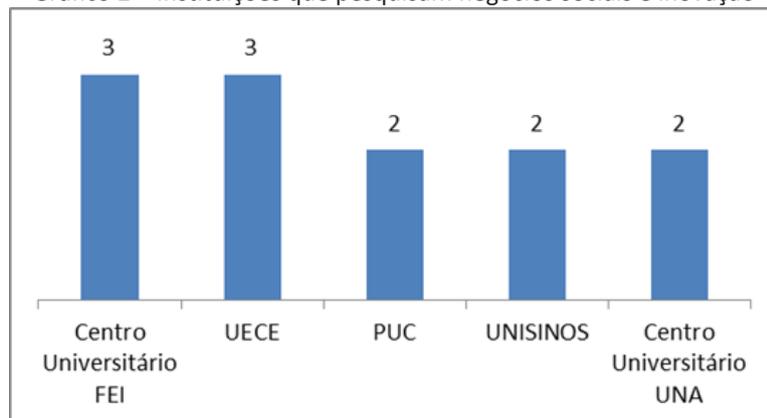
Gráfico 1 – Áreas que pesquisam sobre negócios sociais e inovação



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Verificaram-se 21 pesquisas de mestrado, e apenas 2 teses de doutorado. As instituições que se destacaram com 3 pesquisas sobre a temática foram a Universidade Estadual do Ceará (UECE) e o Centro Universitário FEI. Com dois trabalhos a Pontifícia Universidade Católica (PUC), o Centro Universitário UMA e a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), conforme Gráfico 2. As demais universidades foram identificadas apenas uma vez.

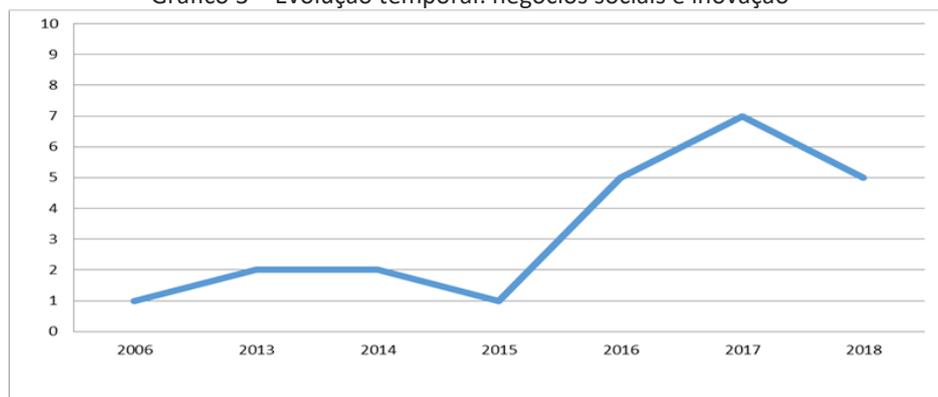
Gráfico 2 – Instituições que pesquisam negócios sociais e inovação



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A evolução temporal da temática pode ser observada no Gráfico 3. A primeira pesquisa foi publicada em 2006, o que denota uma evolução temporal baixa até o ano de 2015, a partir de então começa a expandir com ênfase no ano de 2017, com sete pesquisas, e o ano de 2018 com cinco, sendo que este último não foi analisado até o mês de outubro.

Gráfico 3 – Evolução temporal: negócios sociais e inovação



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Ao verificar os tipos de pesquisa, constataram-se que a grande maioria das pesquisas sobre negócios sociais são baseados em dados empíricos, 21 pesquisas fazem parte desse grupo.

No que tange aos procedimentos metodológicos das pesquisas que compõem o portfólio bibliográfico, se destacam as pesquisas qualitativas de caráter exploratório, bem como estudos de caso, múltiplos casos e baseados na teoria fundamentada. Para a coleta de dados a entrevista prevalece como ferramenta, algumas ainda optam pela triangulação de dados, incluindo também a análise documental e a observação direta. O questionário é pouco utilizado nesse cenário.

A análise sistêmica que contemplou as temáticas abordadas atende a terceira fase do ProKnow-C. Assim encontraram-se pesquisas sobre os negócios sociais que analisam o equilíbrio entre os objetivos financeiros e sociais (BARBOSA, 2016), os fatores contributivos e os limitadores para esse tipo de negócio (JAPPE, 2013), as práticas sociais que melhoram a qualidade de vida nas comunidades (COSTA, 2018), a gestão da capacidade absorptiva em negócios com impacto social (SILVA, 2017), além das relações sociais de trabalho (ALVES, 2018).

No que tange a modelos, identificaram-se pesquisas que viabilizam a transformação de projetos de inclusão social (ANACLETO, 2015) e micro/pequenas organizações do terceiro setor (TAVARES, 2018) em negócios sociais.

Na vertente do empreendedorismo social, a partir de um estudo de caso analisaram-se os negócios sociais na prática (LIMA, 2013), a criação de valor nesse tipo de negócio (LEAL, 2014), e verificou-se a gestão de empreendimentos sociais de inclusão digital (RAMPAZZO FILHO, 2006), além disso, foi investigada a construção discursiva do empreendedorismo social sob a luz do novo espírito do capitalismo (UCHOA, 2017).

Ademais, houve registros sobre a temática da inovação social relacionado aos negócios sociais com estudos de casos (CHUMBO, 2017; QUIRINO, 2014) e sobre as práticas e impactos da inovação social na vida dos beneficiados (LENCINI, 2013). Senna (2017) e Walehhutter (2017) abordaram os negócios sociais como organizações híbridas.

Nos ecossistemas de inovação, encontrou-se um estudo de caso sobre a atuação de incubadoras sociais (GRANDO, 2018), a percepção dos atores do ecossistema sobre os investimentos de impacto nos negócios sociais (GONCALVES, 2017) e sobre os fatores avaliados em startups de negócios sociais (MALPELLI, 2016).

A área de design foi destacada em três pesquisas vinculadas aos negócios sociais. Na valorização de produtos alimentícios artesanais (CARVALHO, 2016), como ferramenta de apoio à modelagem de empreendimentos sociais (MARTINS, 2016) e para a sustentabilidade na moda com o design estratégico (ARAUJO, 2017). No que tange ao conhecimento gerado sobre os negócios sociais, Dias (2016) realizou uma análise bibliométrica e sistêmica sobre a literatura nacional e internacional.

Cada uma das pesquisas identificadas sobre os negócios sociais e inovação apresentaram a busca por solucionar problemas com amparo em diversas áreas do conhecimento. Pode-se dizer que são complementares, algumas direcionam o foco para as questões financeiras e sociais, para agregar valor e viabilizar a rentabilidade dos negócios, entre outras temáticas, mas sempre com a preocupação em contribuir com o desenvolvimento e sustentabilidade desse tipo de negócio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi abordado, verifica-se que o objetivo proposto nessa pesquisa foi alcançado, uma vez que se obteve o mapeamento das dissertações e teses sobre os negócios sociais e a inovação no cenário brasileiro. Nota-se que se trata de uma temática recente, pois encontram-se apenas 23 documentos, com a primeira publicação em 2006, sendo o ano de 2017 com maior número de pesquisas.

As instituições públicas e os programas de doutorado tiveram um baixo índice no desenvolvimento de estudos sobre a temática, o que representa um vasto campo para o desenvolvimento de pesquisas científicas nas mais diversas áreas do conhecimento.

Identificou-se no portfólio bibliográfico que a Administração foi a área que mais explorou a temática. Ainda houve destaque de outras temáticas como o design, empreendedorismo e a inovação social e os ecossistemas de inovação.

Todavia, embora seja uma temática de interesse de diversas áreas, a Ciência da Informação não apareceu nas buscas realizadas.

Conclui-se a partir deste portfólio bibliográfico que a Ciência da Informação ainda não se apropriou da temática. No entanto, evidenciam-se possibilidades de pesquisa por meio da gestão da informação e do conhecimento ao investigar questões ligadas à informação para fins de aprendizagem, estratégicos e/ou decisórios nos negócios sociais.

Ademais realizar a gestão da informação para os negócios sociais poderá direcionar as informações de acordo com as necessidades informacionais e os tipos de negócios, contribuindo com um desenvolvimento pautado na informação, na inovação e na tecnologia.

Para cumprir com a quarta fase do ProKnow-C, apresentam-se as seguintes perguntas: 1) De que maneira a Ciência da Informação pode contribuir com os negócios sociais nos ambientes de inovação? 2) Como a informação pode ser um recurso estratégico para os negócios sociais? 3) Quais contribuições a gestão da informação pode oferecer aos negócios sociais? 4) Como os negócios sociais podem usar gestão do conhecimento para melhorar seu desempenho?

Contudo, apresentam-se nesta pesquisa algumas limitações como: 1) analisaram-se apenas teses e dissertações; e 2) contemplou-se somente pesquisas do cenário brasileiro. Sendo assim, futuras pesquisas serão desenvolvidas para contemplar os artigos científicos sobre a temática, bem como o cenário internacional.

Social business and innovation: panorama of theses and dissertations in the national scenario

ABSTRACT

Social businesses arise to meet the emerging demands of contemporary society, differentiate themselves when seeking to solve society's social problems and guarantee their financial sustainability. In this context, the objective this research is to map theses and dissertations on social business and innovation in Brazil. It is an exploratory and descriptive research, with a bibliographical survey through the ProKnow-C intervention instrument. As results, it was identified that the theme is little explored in the Brazilian context, since only 23 dissertations and theses were recovered, and the variables with greater emphasis were: the administration, as scientific area, was the one that appropriated most of this social phenomenon; private institutions and master's programs were more prominent; in addition, there was an increase of the researches in the year 2017. It is concluded, from this bibliographic portfolio, that the Information Science has not yet appropriated this theme. However, it can contribute to social business through information and knowledge management by investigating information issues for learning, strategic and/or decision-making purposes.

KEYWORDS: Social Business. Innovation. Information Science. Information Management. Knowledge Management.

REFERÊNCIAS

ALVES, Diana Maria Goiana. **As relações sociais de trabalho, no contexto de negócios sociais, à luz da psicodinâmica do trabalho**. 2018. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza.

ANACLETO, Kelly Cristina de Oliveira. **Própolis - projeto polímeros para inclusão social: desenvolvimento de uma proposta de modelo de negócio social**. 2015. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) - Centro Universitário UNA, Belo Horizonte.

ARAUJO, Roberto Zimmer. **Design estratégico para sustentabilidade na moda: um estudo de caso múltiplo**. 2017 162 f. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.

ASHOKA. **Innovators for the Public**. 2010. Disponível em www.ashoka.org. Acesso em: 15 set. 2018.

AUDY, Jorge; PIQUÉ, Josep. **Dos parques científicos e tecnológicos aos ecossistemas de inovação: desenvolvimento social e econômico na sociedade do conhecimento**. Brasília : ANPROTEC, 2016.

BARBOSA, Aline dos Santos. **Negócios sociais: proposição de modelo conceitual para análise do equilíbrio entre objetivos sociais e econômicos**. 2016. Dissertação (Mestrado em Administração) - Centro Universitário da FEI, São Bernardo do Campo.

BARKI, Edgard. **Negócios de impacto: tendência ou modismo?** GV-executivo, [S.l.], v. 14, n. 1, p. 14-17, mai. 2015. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/view/49183>. Acesso em: 5 set. 2018.

BARKI, Edgard. **Negócios de impacto: tendência ou modismo?**. GV-executivo, v. 14, n. 1, p. 14-17, 2015.

BIGNETTI, Luiz Paulo. **As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa**. Ciências Sociais Unisinos, v. 47, n. 1, p. 3-14, 2011. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/1040>. Acesso em: 10 set. 2018.

BIGNETTI, Luiz Paulo. **As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa**. Ciências Sociais Unisinos, v. 47, n. 1, p. 3-14, 2011. Disponível em: http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/1040. Acesso em: 10 set. 2018.

BIGNETTI, Luiz Paulo; CAPPRA, Cláudia Madrid; THOMAS, Elisa. **Estudos nacionais e internacionais sobre gestão da inovação: uma análise dos principais autores e das vertentes teóricas atuais**. XXXII ENCONTRO DA ANPAD, v. 6, 2008.

CAEIRO, Joaquim Manuel Croca. Economia social: conceitos, fundamentos e tipologia. **Revista katálysis**, v. 11, n. 1, p. 61-72, 2008.

CARVALHO, Laura de Souza Cota. **Design em prol das relações humanas uma possibilidade para a conexão, viabilização e valorização de produtos alimentícios artesanais no Brasil**. 2016. Tese (Doutorado em Design) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

CHANLAT, Jean-François. **Ciências sociais e management: reconciliando o econômico e o social**. São Paulo: Atlas, v. 100, 2000.

CHOO, Chun Wei. **Gestão de informação para a organização inteligente: a arte de explorar o meio ambiente**. Porto: Caminho, 2003.

CHUMBO, Rafaela Andrade Nascimento. **Contribuição das práticas para objetivos empresariais: um estudo de caso em empresa de inovação social brasileira**. 2017. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo.

CLOUTIER, Julie. **Qu'est-ce que l'innovation sociale?**. Montréal: Crises, 2003.

GELL-MANN, Murray. A informação e seus sabores: uma introdução. IN: DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. Futura, 1998. p. 11-25.

DEES, J. Gregory. The Meaning of Social Entrepreneurship. In: **Case Studies in Social Entrepreneurship and Sustainability**. Routledge, 2017. p. 34-42. Disponível em: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf Acesso em: 26 set. 2018.

DIAS, Marcello Romani. **Negócios sociais: estudo bibliométrico e análise sistemática da literatura nacional e internacional**. 2016. Dissertação (Mestrado em Administração) - Centro Universitário da FEI, São Bernardo do Campo.

DUTRA, Ademar et al. The construction of knowledge from the scientific literature about the theme seaport performance evaluation. **International Journal of Productivity and Performance Management**, v. 64, n. 2, p. 243-269, 2015.

ENSSLIN, Leonardo; ENSSLIN, Sandra Rolim; DUTRA, Ademar. **ProKnow-C: um processo para geração de conhecimento e identificação de oportunidade de pesquisa científica**. Santa Catarina: UFSC, 2017. (Apostila da disciplina Avaliação de Desempenho).

ENSSLIN, Sandra Rolim et al. **Processo de mapeamento das publicações científicas de um tema: portfólio bibliográfico e análise bibliométrica sobre avaliação de desempenho de cooperativas de produção agropecuária**. Revista de Economia e Sociologia Rural (Impresso), v. 52, n. 1, p. 587-608, 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONCALVES, Carlos Eduardo Alvares. **Negócios sociais e investimento de impacto**: um estudo sobre as percepções dos atores do ecossistema. 2017. 232 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Empreendedorismo) - Universidade de São Paulo, São Paulo.

GRANDO, Vanessa dos Santos. **Inovação social**: o caso de uma incubadora de negócios sociais. 2018. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão.

JAPPE, Marcio Luis Miron. **Fatores contributivos e fatores limitadores para negócios sociais no Brasil**: um estudo exploratório nas regiões sul e sudeste. 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

LEAL, Antonia Lais Costa Araujo. **O empreendedorismo social e a criação de valor**: um estudo exploratório. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza.

LENCINI, Carlos Artur dos Santos. **A implantação de inovação social por organizações participantes da matriz do empreendedorismo social**. 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.

LIMA, Cássia Maria Paula. **Empreendedor social**: um estudo de caso. 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

MALPELLI, Daniele Cintra. **Inovação social e empreendedorismo**: estudo sobre os principais fatores na avaliação de start-ups de negócios sociais. 2016. Dissertação (Mestrado Profissional em Economia) - Faculdade de Economia e Finanças do IBMEC, Rio de Janeiro.

MARTINS, Gabriela Reis Chaves. **Design de Negócios Sociais**: o design como ferramenta de apoio à modelagem de empreendimentos sociais com fins lucrativos. 2016. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte.

MURRAY, Robin; CAULIER-GRICE, Julie; MULGAN, Geoff. **The open book of social innovation**. London: National endowment for science, technology and the art, 2010. Disponível em:
<http://kwasnicki.prawo.uni.wroc.pl/pliki/Social_Innovator_020310.pdf>. Acesso em: 15 out. 2018.

QUIRINO, Bruno Silva. **Inovação social e negócios sociais**: um estudo de caso do programa minha casa, minha vida em uma instituição financeira. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) - Centro Universitário UNA, Belo Horizonte.

RAMPAZZO FILHO, Luiz Carlos. **Gestão e gerenciamento de empreendimentos sociais de inclusão digital**. 2006. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul.

SANTOS, Filipe M. A positive theory of social entrepreneurship. **Journal of business ethics**, v. 111, n. 3, p. 335-351, 2012. Disponível em: www.insead.edu/facultyresearch/centres/isic/. Acesso em: 26 set. 2018.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Editora Nova Cultura, 1997.

SENNA, Rubens Patrocínio. **O fenômeno do hibridismo organizacional nas organizações sem fins lucrativos: o caso da Associação Ateliê de Ideias**. 2017. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória.

SILVA, Elaine da. **Informação e conhecimento: elementos essenciais para a geração da inovação**. In: VALENTIM, Marta Lígia Pomim, MÁ-S-BASNUEVO, Anays M. (orgs.). **Inteligência organizacional**. Marília : Oficina Universitária ; São Paulo : Cultura Acadêmica, 2015.

SILVA, Franklin Menezes da. **Gestão da capacidade absorptiva para o desenvolvimento de tecnologia assistiva: um estudo em negócios com impacto social**. 2017. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho, São Paulo.

UCHOA, Carolina do Vale. **A construção discursiva do empreendedorismo social: crítica e justificação no novo espírito do capitalismo**. 2017. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Estadual do Ceará.

WALEHHUTTER, Seimor. **Negócios sociais como organizações híbridas: estudo sobre tensões inerentes a esse tipo organizacional**. 2017. Tese (Doutorado em Administração) - Centro Universitário da FEI, São Bernardo do Campo.

YUNUS, Muhammad; MOINGEON, Bertrand; LEHMANN-ORTEGA, Laurence. **Building social business models: lessons from the grameen experience**. *Long range planning*, v. 43, n. 2-3, p. 308-325, 2010. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0024630109001290>. Acesso em: 5 set. 2018.

Recebido: 29/04/2020

Aprovado: 30/07/2020

DOI: 10.3895/rts.v16n45.12131

Como citar: BEDIN, J.; VIANNA, W.B. Negócios sociais e inovação: panorama das teses e dissertações no cenário nacional. **Rev. Technol. Soc.**, Curitiba, v. 16, n. 45, p. 371-386, out./dez., 2020. Disponível em: <https://periodicos.utpr.edu.br/rts/article/view/12131>. Acesso em: XXX.

Correspondência:

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

