

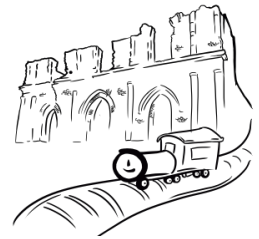
Inovações sociais: ideias, conceitos e desafios.

BRUNO BAPTISTA BLANCO – UFRJ – BRUNOBLANCO@HOTMAIL.COM

RESUMO

O sistema econômico vigente apresenta inúmeros desafios proporcionados principalmente pelo aumento das desigualdades sociais e do desgaste dos recursos naturais. Para enfrentar esses desafios, novas dinâmicas econômicas e novos modelos organizacionais têm surgido, além de novos conceitos como a inovação social. Nesse sentido, esse artigo propõe aprofundar o entendimento sobre esse tema, debatendo ideias, definições, atores, barreiras e outras questões que envolvem essa inovação que vêm ganhando destaque nos últimos anos. Pressupõe-se que, diante das características próprias da inovação social, são necessários estudos específicos para esse universo.

PALAVRAS-CHAVE: Inovação social. Inovação de negócios. Empreendedorismo social. Responsabilidade social.



INTRODUÇÃO

A afirmação de que o mercado seria um lugar onde, de alguma forma, as necessidades básicas da população seriam atendidas não condiz com que vemos diariamente na realidade do nosso mundo.

Fome, pessoas sem moradia, crises causadas por doenças e pessoas vivendo em condições de miséria são alguns dos problemas sociais da nossa sociedade. Além disso, vemos constantes danos sendo causados ao meio ambiente, em alguns casos irreversíveis, por conta da forma como produzimos, consumimos e vivemos. As consequências geradas pelo aumento das desigualdades sociais e pelo desgaste dos recursos naturais são inúmeras e mostram que o sistema econômico vigente apresenta muitos desafios.

Em busca de enfrentar esses desafios, diversas iniciativas do terceiro setor podem ser citadas, como ações voluntárias, grupos de ação social, ONGs, movimentos sociais e outras que se multiplicam no intuito de ajudar aos mais carentes, normalmente preenchendo lacunas deixadas pela falta de ação do Estado. (BIGNETTI, 2011)

Essas iniciativas apresentam diversas dificuldades de escassez de recursos e precisam resistir diariamente para conseguir mitigar o sofrimento das populações mais necessitadas. Apesar disso, os resultados apresentados por elas face ao crescimento dos problemas socioambientais tem sido modestos e tem feito o sistema econômico atual ser cada vez mais questionado. (BIGNETTI, 2011)

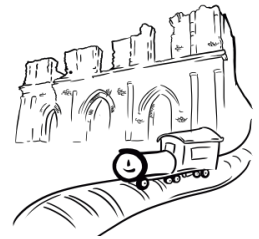
Segundo Baptista (2012), esse sistema econômico vem perdendo legitimidade, pois tem se mostrado incapaz de responder às seguidas crises econômico-financeiras que vêm explodindo desde a virada do século. Para Yunus (2008), isso tem uma explicação, já que o mercado na sua forma atual não é destinado a resolver os problemas sociais e, em vez disso, podem exacerbar a pobreza, a doença, a poluição, a criminalidade e a desigualdade.

No entanto, novas dinâmicas econômicas e novos modelos de organizações têm surgido como opções. Conceitos como empreendedorismo social, negócios sociais e inovação social têm ocupado cada vez mais espaços nas pesquisas e nas discussões envolvendo empresas, governo e sociedade civil.

Nesse sentido, Juliani et al (2014) realizaram um estudo bibliométrico sobre o tema inovação social e perceberam que trata-se ainda de uma temática em desenvolvimento. Percebeu-se ainda certa atualidade do tema, dado que a maioria dos artigos foi publicada de maneira mais recente. Para Bignetti (2011), essa falta de representatividade de estudos sobre o tema estabelece um paradoxo, pois não condiz com a amplitude dos problemas e a crescente preocupação com falhas de mercado que geram desigualdades sociais.

Portanto, esse novo cenário está produzindo novos modelos de organização e novos projetos de sociedade, com novas relações sociais, novas formas de produção e de consumo. No entanto, muitas dessas iniciativas tendem a ser descartadas e desperdiçadas sob o argumento que não são viáveis, que carecem de legitimação. (SOUZA SANTOS, 2006 apud BAPTISTA, 2012) É preciso que se dê oportunidade e visibilidade para essas experiências inovadoras que estão ocorrendo e, por isso, pesquisas e estudos que problematizem e reflitam sobre a construção de um novo paradigma são tão oportunas. (BAPTISTA, 2012)

Esse artigo propõe fazer uma incursão por ideias, conceitos e discussões acerca do tema de inovação social, apresentando e debatendo semelhanças e diferenças desse tipo de



inovação com as inovações de negócios, além de descrever os principais agentes da inovação social e as barreiras para sua implementação. Assim, espera-se aprofundar o entendimento sobre esse tema tão relevante para os dias atuais e contribuir para disseminação de conhecimento sobre o assunto.

INOVAÇÃO SOCIAL: CONCEITOS E COMPARAÇÕES COM OUTRAS INOVAÇÕES

Para Schumpeter (1934 apud Drejer, 2004), a inovação está intimamente ligada ao desenvolvimento econômico, já que ele é impulsionado pelo surgimento descontínuo de novas combinações (inovações) que são economicamente mais viáveis do que o modo antigo de fazer as coisas. Ainda segundo Schumpeter (1912 apud Drejer, 2004), o papel das inovações na criação do desenvolvimento é então expresso nas mudanças que elas produzem.

Schumpeter, portanto, afirmava que o desenvolvimento econômico era estimulado por essas novas combinações, as quais ele considerava cinco situações (SCHUMPETER, 1985 apud BIGNETTI, 2011):

- Introdução de um novo bem ou de uma nova qualidade de um bem;
- Introdução de um novo método de produção no ramo específico da indústria de transformação;
- Abertura de um novo mercado em que a empresa ainda não tenha entrado;
- Conquista de uma nova fonte de matérias-primas ou de um bem semimanufaturado;
- Estabelecimento de uma nova organização de qualquer setor industrial, com criação de monopólio.

O fator impacto econômico recebe uma atenção especial de Schumpeter. Segundo o autor, é tal busca pelo desenvolvimento econômico que possibilita grandes melhorias nos métodos de produção ou nos produtos. Assim, a inovação é, portanto, o que aproxima o sistema econômico de mudanças mais abruptas associadas ao desenvolvimento. (SCHUMPETER, 2002 apud DREJER, 2004)

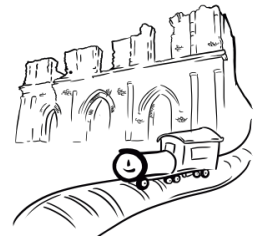
Ao longo do tempo, diversos autores ampliaram o debate e os conceitos de inovação, se tornando inclusive uma palavra comumente usada em ambientes acadêmicos e de negócios. Uma definição de inovação bastante utilizada está no Manual de Oslo (2005):

Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (OCDE, 2005).

O Manual apresenta três principais formas de medir o impacto da inovação: sobre o faturamento da empresa, sobre os custos e o emprego e sobre a produtividade. Onde nota-se mais uma vez a forte relação entre o impacto econômico e a inovação. Segundo o Manual de Oslo (2005), os impactos das inovações nas empresas podem ocorrer tanto sobre as vendas, quanto sobre a fatia de mercado, ou mesmo na produtividade e na eficiência da organização.

Mais recentemente, no entanto, os debates e pesquisas sobre o assunto tem apresentado uma nova forma de inovação: a inovação social. Para Bignetti (2011), a inovação social se distingue de maneira central pelo fato de procurar beneficiar os seres humanos antes de tudo, enquanto a inovação tecnológica, por exemplo, é voltada fundamentalmente aos benefícios

XV ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL
12 a 14 de novembro de 2018
Alagoinhas- BA, Brasil



financeiros. Apesar disso, vale ressaltar que essa dicotomia não significa incompatibilidade. (BIGNETTI, 2011)

Estendendo o debate sobre inovação social, Vieira (2015) apresenta uma definição de Jegou e Manzini (2008, p. 29):

O termo inovações sociais refere-se a mudanças na maneira com que indivíduos ou comunidades agem para solucionar problemas ou para gerar oportunidades. Essas inovações são direcionadas mais pelas mudanças em comportamento, do que pelas mudanças na tecnologia ou do mercado e elas tipicamente emergem de processos de baixo para cima (*bottom-up*) do que de cima para baixo (*top-down*). (JEGOU; MANZINI, 2008, p. 29)

Ainda ampliando as discussões sobre inovação social e sobre sua definição, podemos apresentar uma observação de Taylor em seu artigo de 1970, que pelo seu próprio título acreditava estar introduzindo a inovação social no ambiente acadêmico. Segundo Taylor (1970), a pesquisa social aplicada deveria contribuir para melhores formas de atuação no mercado, para novas formas de fazer as coisas, para novas invenções sociais. Para o autor, essas invenções deveriam ser testadas de acordo com sua utilidade e então comercializadas.

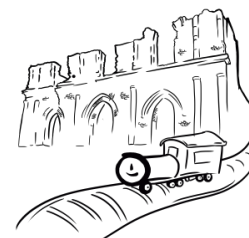
Mulgan *et al* (2007, p. 7) trazem uma definição mais simples sobre inovação social: "novas ideias que funcionam com a intenção de atender a necessidades urgentes e melhorar a vida das pessoas". Bignetti (2011) apresenta em seu artigo um conjunto com as definições dos principais autores sobre o assunto, como podemos ver no quadro 1. Assim é possível perceber as nuances entre elas.

Segundo Vieira (2015), as inovações sociais podem ser encontradas em diversos âmbitos, como instituições governamentais, ONGs, empresas privadas, atividades comunitárias ou negócios sociais. A autora ainda acrescenta uma peculiaridade da inovação social e diz que muitos pesquisadores acreditam nela como um fenômeno que emerge de iniciativas originadas na própria sociedade e não para a sociedade, alinhado com o pensamento de Jegou e Manzini (2008).

Portanto, essa característica da inovação social de ser *bottom-up*, é talvez uma notória diferença entre ela e outros tipos de inovação, mas não é a única. Bignetti (2011) apresenta algumas dessas diferenças em seu artigo, fazendo uma comparação com a inovação tecnológica especificamente. Segundo o autor, as inovações são diferentes na finalidade, na estratégia, no *locus*, no processo de desenvolvimento e na difusão do conhecimento.

A primeira grande diferença, de fato, se mostra no aspecto da criação de valor. A inovação tecnológica parte de pressupostos baseados em interesses dos atores econômicos com o objetivo de conquistar vantagens competitivas, enquanto que a inovação social se volta para interesses das comunidades e grupos sociais, julgando não satisfatório o bem-estar da sociedade. (BIGNETTI, 2011)

Outra diferença está no *locus* da inovação. Enquanto a inovação tecnológica ocorre majoritariamente nas empresas, a inovação social começa normalmente com esforços menores e locais nas comunidades necessitadas. Mas é relevante ressaltar as diferenças relacionadas ao processo. O processo de inovação tecnológica já vem sendo estudado há mais tempo na academia e, segundo Bignetti (2011, p. 7), "se desenvolve através de etapas sequenciais definidas e controladas por ferramentas de gestão específicas".

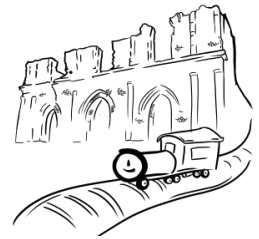


Quadro 1 – Conceitos de inovação social segundo diferentes autores

AUTOR	CONCEITO
Taylor (1970)	Formas aperfeiçoadas de ação, novas formas de fazer as coisas, novas invenções sociais.
Dagnino e Gomes (2000)	Conhecimento – intangível ou incorporado a pessoas ou equipamentos, tácito ou codificado – que tem por objetivo o aumento da efetividade dos processos, serviços e produtos relacionados à satisfação das necessidades sociais.
Cloutier (2003)	Uma resposta nova, definida na ação e com efeito duradouro, para uma situação social considerada insatisfatória, que busca o bem-estar dos indivíduos e/ou comunidades.
Standford Social Innovation Review (2003)	O processo de inventar, garantir apoio e implantar novas soluções para problemas e necessidades sociais.
Novy e Leubolt (2005)	A inovação social deriva principalmente de: satisfação de necessidades humanas básicas; aumento de participação política de grupos marginalizados; aumento na capacidade sociopolítica e no acesso a recursos necessários para reforçar direitos que conduzam à satisfação das necessidades humanas e à participação.
Rodrigues (2006)	Mudanças na forma como o indivíduo se reconhece no mundo e nas expectativas recíprocas entre pessoas, decorrentes de abordagens, práticas e intervenções.
Moulaert et al (2007)	Ferramenta para uma visão alternativa do desenvolvimento urbano, focada na satisfação de necessidades humanas (empowerment) através da inovação nas relações no seio da vizinhança e da governança comunitária.
Mulgan et al (2007)	Novas ideias que funcionam na satisfação de objetivos sociais; atividades inovativas e serviços que são motivados pelo objetivo de satisfazer necessidades sociais e que são predominantemente desenvolvidas e difundidas através de organizações cujos propósitos primários são sociais.
Phills et al (2008)	O propósito de buscar uma nova solução para um problema social que é mais efetiva, eficiente, sustentável ou justa do que as soluções existentes e para a qual o valor criado atinge principalmente a sociedade como todo e não indivíduos em particular.
Pol e Ville (2009)	Nova ideia que tem o potencial de melhorar a qualidade ou a quantidade da vida.
Murray et al (2010)	Novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente satisfazem necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais. Em outras palavras, são inovações que, ao mesmo tempo, são boas para a sociedade e aumentam a capacidade da sociedade de agir.

Fonte: Adaptado de Bignetti (2011)

XV ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL
12 a 14 de novembro de 2018
Alagoinhas- BA, Brasil



Além disso, na inovação tecnológica, o processo é "gerenciado de dentro para fora, isto é, pela introdução de um novo processo de produção, de um novo produto ou serviço dirigido ao mercado". (BIGNETTI, 2011, p. 7) Na inovação social o processo acontece de maneira diferente.

Durante a concepção e o desenvolvimento há uma relação mais próxima e cooperativa com todos os atores envolvidos, gerando um processo de aprendizagem coletivo. "Em outras palavras, é um processo de construção social, de geração de soluções dependente da trajetória". (BIGNETTI, 2011, p. 7) Para Bignetti (2011), isso permite a formação de novas relações sociais e conduz a novas estruturas sociais.

Há ainda outra diferença referente à difusão do conhecimento gerado pela inovação. Na inovação tecnológica é comum a utilização de mecanismos para proteção intelectual para impedir que a tecnologia seja copiada ou imitada por outra empresa. Muitas vezes, essa proteção é necessária para viabilizar os altos investimentos gastos em pesquisa e desenvolvimento e permitir os altos lucros advindos da vantagem competitiva no período de exclusividade. (BIGNETTI, 2011)

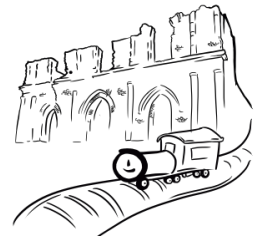
No entanto, na inovação social a difusão do conhecimento não é um problema, pelo contrário, são usados mecanismos para favorecer a replicação e expansão dos resultados, difundindo o conhecimento adquirido através de experiências bem-sucedidas para outras comunidades. (BIGNETTI, 2011)

Vale ressaltar, mais uma vez, que apesar dessas diferentes características, as inovações sociais não são incompatíveis com outras inovações como a tecnológica, ou seja, há inovações tecnológicas que apresentam certo caráter social, assim como inovações sociais que se utilizam de tecnologia para atingir seu objetivo. (BIGNETTI, 2011)

Essa compatibilidade foi percebida também através da história. Durante alguns períodos da nossa sociedade civil, a inovação social recebeu alguns incentivos e conviveu com o surgimento de outras inovações. Na grande onda da industrialização e urbanização do século XIX, por exemplo, houve um extraordinário aumento de inovação e empreendedorismo social como clubes de leitura, disponibilização de microcrédito, criação de escolas-modelo e outros. (MULGAN et al, 2007)

Historicamente, a sociedade convive há bastante tempo com movimentos sociais, ONGs, empreendedores sociais e o próprio governo que buscam através da inovação social encontrar soluções para problemas sociais que afligem a população. Para Mulgan et al (2007) é difícil olhar para o passado e encontrar qualquer área onde a inovação social não tenha realizado um importante papel.

A área da saúde é um bom exemplo. O progresso que tivemos na saúde não só é de responsabilidade da ciência e tecnologia, mas de esforço mútuo de inovações sociais, tecnológicas, econômicas e políticas. (MULGAN et al, 2007)



OS AGENTES DA INOVAÇÃO SOCIAL

Atualmente, as discussões sobre inovação social apresentam três principais focos de estudo pela perspectiva dos agentes dessa inovação: o empreendedorismo social, os movimentos sociais e as organizações. (MULGAN et al, 2007; BIGNETTI, 2011)

Segundo Mulgan et al (2007), os empreendedores sociais costumam ser retratados como um número pequenos de indivíduos heróis, enérgicos, impacientes e que buscam transformar o mundo. Segundo Dees (1998), o termo empreendedorismo social pode ser relativamente novo, mas empreendedores sociais sempre existiram. Para o autor, o crescimento da popularidade e de pesquisas sobre o assunto é importante, já que para muita gente o conceito é confuso. Para o autor, o empreendedor social é uma espécie dentro do gênero empreendedor. “Eles são empreendedores com uma missão social”. (DEES, 1998, p. 3)

Portanto, ao longo da história, temos alguns empreendedores sociais que buscam incessantemente por novas oportunidades que sirvam para contribuir para uma sociedade melhor. Um exemplo é Muhammad Yunus, fundador do Grameen Bank e Nobel da Paz, que oferece microcrédito para milhões de famílias através de seu negócio social.

Yunus (2008) realizou alguns estudos sobre os negócios sociais, outro possível agente de inovação social. O autor apresenta uma definição para o termo a qual seu negócio faz parte. Os negócios sociais representam um novo modelo de organização, que reconhece a natureza multidimensional dos seres humanos. Nesse tipo de negócio, o objetivo dos empresários não é obter ganhos pessoais limitados, mas atingir objetivos sociais específicos. (YUNUS, 2008)

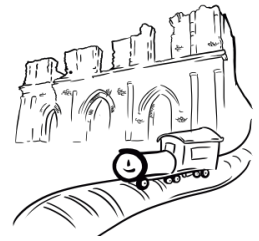
Apesar disso, o negócio social não é uma instituição de caridade, não depende de doações para sobreviver. Um negócio social é diferente, opera de acordo com princípios da gestão e visa no mínimo à recuperação total dos seus custos através da cobrança de um valor por seus produtos ou serviços. O lucro é importante, pois permite o retorno do investimento e a busca de metas sociais ao longo prazo. As empresas sociais podem lucrar, mas seus investidores não recebem lucros, apenas o retorno do dinheiro investido. (YUNUS, 2008)

No entanto, quando as inovações sociais são desenvolvidas por organizações, o termo é aplicado no seu sentido mais amplo, envolvendo todos os arranjos cooperativos, incluindo não só os negócios sociais, mas também as organizações do terceiro setor, empresas privadas e públicas como o próprio governo. (BIGNETTI, 2011)

Segundo Mulgan et al (2007), o empreendedor ou movimento social obtém sucesso com sua inovação social pela sua capacidade de espalhar suas ideias, ou seja, ao longo prazo, as ideias são mais fortes que as instituições ou empreendedores ou movimentos. Porém, essas ideias precisam ganhar uma forma mais concreta e organizada, e as organizações têm um papel essencial nesse aspecto. (MULGAN et al, 2007)

Outro agente de inovação social, portanto, são os movimentos sociais. Avaliando a capacidade de espalhar ideias e impactar as pessoas, esses movimentos costumam ter uma abrangência muito maior que os empreendedores ou organizações. Diversos movimentos foram essenciais para mudanças na sociedade como os movimentos de apoio a igualdade de gênero ou contra o racismo, por exemplo.

Segundo Bignetti (2011), os movimentos sociais são empreendimentos coletivos que emergem através de um descontentamento, buscando soluções através de parcerias, alianças, serviços coletivos, práticas de resistência e lutas populares.



BARREIRAS DA INOVAÇÃO SOCIAL

Uma das primeiras barreiras para inovação social está na própria área acadêmica. Segundo Juliani et al (2014), trata-se de uma temática ainda em desenvolvimento, sendo ainda necessário, inclusive pela importância no cenário atual, a construção de um arcabouço teórico-metodológico consistente que facilite a compreensão dos diferentes aspectos da inovação social.

Essa deficiência acadêmica é mais evidente no Brasil, onde Juliani et al (2014) encontraram apenas sete estudos até 2014, sugerindo a necessidade de maior produção científica voltada para esse assunto. Mas a nível mundial, essa escassez também é percebida por Mulgan et al (2007). Segundo os autores, faltam análises de como a inovação social é realizada e como pode ser apoiada. Além disso, faltam pesquisas sérias, conceitos amplamente compartilhados, casos mais detalhados, pesquisas comparativas e análises quantitativas.

Para Mulgan et al (2007) essa escassez é reflexo da falta de atenção dada à inovação social. Um enorme dinheiro é gasto pelas empresas em busca de inovações que atendam a demandas reais ou até imaginárias de seus consumidores. Um valor considerável também é gasto por governos para descobrir tecnologias para serem utilizadas nas guerras. Mas nenhum país tem uma estratégia séria de inovação social que seja comparável às estratégias nos negócios e nas tecnologias. (MULGAN et al, 2007)

Outra barreira a ser enfrentada pela inovação social é a da eficiência. Isso porque as pessoas tendem a ser muito resistentes a mudanças que ameacem a piorar a eficiência. E qualquer nova abordagem tende a ser mais ineficiente inicialmente em comparação com qualquer sistema já adaptado e evoluído com o tempo e a aprendizagem. (MULGAN et al, 2007)

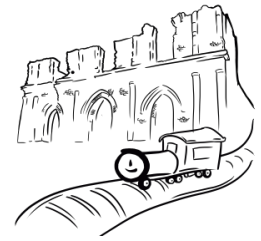
A inovação social ainda esbarra em outro problema: a falta de interesse ou medo da mudança. Como em qualquer processo de inovação, existe a necessidade de assumir riscos, inclusive de não conseguir recuperar o tempo e o dinheiro gasto na tentativa de implementar a inovação. Isso gera receios na hora de decidir entre permanecer no status quo ou buscar novas soluções. (MULGAN et al, 2007)

Outra barreira são os paradigmas mentais. Todo sistema social possui um padrão de funcionamento enraizado que já faz parte do senso de identidade das pessoas. As organizações e as pessoas ficam presas às rotinas e hábitos desse sistema de maneira prática e psicológica, criando dificuldades de pensar inovações fora dos modelos tradicionais. (MULGAN et al, 2007)

Para implementar a inovação social, ainda é preciso se preocupar com a barreira das relações pessoais. O processo de desenvolvimento dessa inovação envolve bastante interação entre todos os atores, onde grande parte dos negócios se baseia nessas relações. Isso demonstra a relevância de uma rede estável e retroalimentada, pois é possível que uma inovação não ocorra por questões de relação pessoal. (MULGAN et al, 2007)

Para Mulgan et al (2007), a inovação social acontece, mesmo com essas barreiras, principalmente quando se enfatiza na interação entre com os atores envolvidos e quando se enfatiza em garantir apoio para sobreviver. Entre o apoio necessário, temos o compromisso das pessoas e o financiamento através do apoio de uma instituição, do governo ou da venda para consumidores.

XV ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL
12 a 14 de novembro de 2018
Alagoinhas- BA, Brasil



Ainda segundo Mulgan et al (2007), a inovação social normalmente acontece através de alianças entre o que eles chamam de "abelhas" e "árvores". As abelhas são pequenas organizações ou indivíduos que têm as novas ideias, são móveis e capazes de polinizar. As árvores são grandes corporações normalmente pobres em criatividade, mas com boas estruturas (raízes) para contribuir para o desenvolvimento da inovação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inovação social possui características próprias em função de alguns fatores que vimos neste artigo. Por conta disso, para conduzi-la à implementação é necessário que se usem modelos distintos dos tradicionais. No mesmo sentido, metodologias de pesquisas devem contemplar essas particularidades da inovação social, como a constante iteração entre os atores durante o processo de desenvolvimento. (BIGNETTI, 2011)

Nota-se, por diversas questões já expostas, que o sistema econômico atual clama por novas dinâmicas econômicas e novos modelos organizacionais, mas ainda nos deparamos com pouca pesquisa sobre inovação social seguido de baixo incentivo. Procurou-se, nesse artigo, fazer uma incursão por ideias e conceitos sobre o assunto, trazendo discussões sobre agentes, diferenças e semelhanças com outras inovações, barreiras e outros.

Mostra-se ainda bastante relevante a necessidade de novas pesquisas sobre o tema, incluindo pesquisas empíricas, contribuindo para a construção do arcabouço teórico-metodológico e disseminando conhecimento sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Luís Eduardo. **Elogio ao hibridismo – inovação social e empreendimentos de base comunitária no contexto brasileiro**. 2012. 204 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

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.

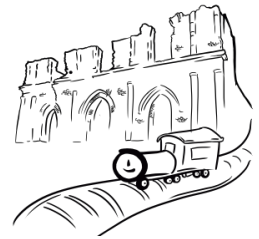
DEES, J. **The meaning of social entrepreneurship**. 1998. Disponível em http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf. Acesso em 20/04/2018.

DREJER, Ina. Identifying innovation in surveys of services: a Schumpeterian perspective. **Research policy**, v. 33, n. 3, p. 551-562, 2004.

JULIANI, D. P.; JULIANI, J. P.; SOUZA, J. A.; HARGER, E. M. Inovação Social: perspectivas e desafios. **Espacios**. v. 35, n. 5, p. 23-44, 2014.

MULGAN, G.; TUCKER, S.; SANDERS, B. 2007. **Social Innovation: What It Is, Why It Matters and How It Can Be Accelerated**. London, The Young Foundation. Disponível em: www.youngfoundation.org. Acesso em: 21/04/2018.

XV ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL
12 a 14 de novembro de 2018
Alagoinhas- BA, Brasil



OCDE. **Manual de Oslo: diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre a inovação tecnológica.** Publicado pela FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos). 3ª edição, 2005.

VIEIRA, Thais Leticia Pinto. **O design para inovação social e sustentabilidade e as novas formas de consumo de roupas.** 2015. 211 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

YUNUS, Muhammad. Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism. **Global Urban Development Magazine.** v. 4, n. 2, p. 16-41, 2008.

TAYLOR, J. 1970. Introducing Social Innovation. **The Journal of Applied Behavioral Science,** 6(6):69-77.