



INOVAÇÃO SOCIAL EM *HABITATS* DE INOVAÇÃO: ESTUDO DE CASO EM UM HOTEL TECNOLÓGICO DO PARANÁ

SOCIAL INNOVATION IN INNOVATION HABITATS: A CASE STUDY IN A TECHNOLOGICAL HOTEL IN THE STATE OF PARANÁ - BRAZIL

INNOVACIÓN SOCIAL EN HABITATS DE INNOVACIÓN: ESTUDIO DE CASO EN UN HOTEL TECNOLÓGICO EN PARANÁ – BRAZIL

PAULA REGINA ZARELLI

Doutora

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Brasil

ORCID: 0000-0002-0279-6933

przarelli@gmail.com

ANDRIELE DE PRA CARVALHO

Doutora

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Brasil

ORCID: 0000-0002-0266-8595

andridpc@gmail.com

LINDOMAR SUBTIL DE OLIVEIRA

Doutor

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Brasil

ORCID: 0000-0002-5047-4437

profelindomar@gmail.com

Submetido em: 21/03/2020

Aprovado em: 08/03/2020

Doi: 10.14210/alcance.v27n3(Set/Dez).p344-363



Editores de Seção: Prof. Dr. Guillermo Davila, Prof. Dr. Eduardo Giugliani, Prof. Dr. Carlos Ricardo Rossetto e Prof. Dr. Gregorio Varvakis

LICENÇA CC BY:

Artigo distribuído sob os termos Creative Commons, permite uso e distribuição irrestrita em qualquer meio desde que o autor credite a fonte original.



RESUMO

Este artigo oferece uma contribuição gerencial e acadêmica sobre práticas de inovação social em *habitats* de inovação. Assim, objetiva analisar a inovação social nos projetos de negócios e/ou *startups* presentes em um *habitat* de inovação, com base em modelos teóricos obtidos a partir de uma revisão sistemática de literatura realizada sobre o tema. Para o desenvolvimento da pesquisa, aplicou-se uma revisão sistemática da literatura, na qual foram identificadas categorias e modelos de negócios de inovação social no contexto dos *habitats* de inovação. Após a análise sistemática, foi gerado um *framework* teórico para inovação social, o qual representa um guia gerencial para diagnóstico e aplicabilidade do tema em projetos de negócios e *startups*. Adicionalmente, o artigo analisa o conteúdo de seis *startups* pré-incubadas no *habitat* de inovação do hotel tecnológico de uma universidade pública federal. Os principais resultados empíricos da pesquisa evidenciam que as *startups* aplicam grande parte dos elementos do *framework* teórico. Sobretudo, apontam para o foco na inovação social nas categorias de modelos de negócios sustentáveis, empreendedorismo social e respostas a necessidades sociais empregadas. Portanto, o trabalho representa um estímulo à promoção de práticas de inovação social. Discussões resultantes da análise levam em conta o papel das *startups* e dos *habitats* de inovação como agentes de transformação social nos modelos teóricos encontrados.

Palavras-chave: inovação social; *habitat* de inovação; *startups*.

ABSTRACT

This study contributes to academic research on social innovation in innovation habitats. For the development of the research, the systematic methodology was used for the literature review of international databases, without cut-off dates for the searches. This is a qualitative, transversal case study with a non-experimental approach and the application of content analysis. Following a systematic analysis of the bibliography, a theoretical business framework for social innovation is presented, as a guide for the applicability of the theme in business projects and startups. This work also analyses the content of six pre-incubated startups in the technological hotel of a federal public university in southwestern Paraná, as an innovation habitat. The main results point to the focus on social innovation in the categories of sustainable business models, social entrepreneurship and responses to social needs employed by startups, as well as applying most of the elements of the theoretical framework. Discussions arising from the analysis include the role of startups and innovation habitats as agents of social transformation in the theoretical models found.

Keywords: Social innovation; Innovation habitat; Startup; Technological Hotel; Framework.

RESUMEN

Este estudio contribuye a la investigación académica sobre innovación social en hábitats de innovación. Para el desarrollo de la investigación, se aplicó la metodología sistemática para la revisión de literatura sin corte temporal en bases de datos internacionales, investigación cualitativa con enfoque no experimental, corte transversal, estudio de caso y análisis de contenido. Después de un análisis sistemático de la bibliografía, presenta un *framework* empresarial teórico para la innovación social, como una guía para la aplicabilidad del tema en proyectos empresariales y startups. Además, analiza el contenido de seis startups preincubadas en el hotel tecnológico de una universidad pública federal en el suroeste de Paraná, como hábitat para la innovación. Los principales resultados apuntan al enfoque en la innovación social en las categorías de modelos de negocio sostenibles, emprendimiento social y respuestas a las necesidades sociales empleadas por las startups, así como a la aplicación de la mayoría de los elementos del *framework* teórico. Las discusiones resultantes del análisis tienen en cuenta el papel de las nuevas empresas y los hábitats de innovación como agentes de transformación social en los modelos teóricos encontrados.

Palabras clave: Innovación social; Hábitat de innovación; Startup; Hotel tecnológico; Framework.

1. INTRODUÇÃO

A utilização de insumos e tecnologias de forma sustentável tem se tornado uma preocupação cada vez mais presente nas empresas. Neste contexto, as organizações têm adotado o termo inovação social para satisfazerem as necessidades da sociedade e ao mesmo tempo buscarem o desenvolvimento econômico (André & Abreu, 2006).

Considerando a importância dessa abordagem para o contexto dos negócios, emerge a discussão sobre como sensibilizar a população dos benefícios e da necessidade constante da inovação. Por um lado, cada vez mais as empresas têm investido em novas tecnologias para melhorar a competitividade e diminuir os impactos causados no meio ambiente. Por outro, esses investimentos tecnológicos muitas vezes trazem à tona graves impactos sociais.

Assim, fazem-se necessários um entendimento e uma compreensão mais amplos sobre a inovação social. Bignetti (2011) separa a inovação em tecnológica e social. Segundo o autor, as concepções schumpeterianas e neoschumpeterianas tradicionais se baseiam na ideia de resultado econômico e de lucro, enquanto as inovações sociais estão relacionadas às questões sociais. Contudo, ele ressalta que essa dicotomia não representa incompatibilidade entre inovação tecnológica e inovação social. Ainda conforme Bignetti (2011), não há um consenso sobre a definição de inovação social e sua abrangência, e que o tema é menos conhecido se comparado com a vasta literatura existente sobre inovação tomada no seu sentido mais amplo.

Para Medeiros *et al.* (2017), a ampliação dos debates na academia em torno do conceito de inovação social mostra que os construtos associados a esse tema ainda estão em discussão, apesar dos esforços e dos avanços demonstrados nos discursos em torno das suas características. Nesse sentido, a inovação social adquire características e contornos próprios, distintos da inovação tradicional, necessitando, portanto, de enfoques e metodologias particulares de análise.

Corroborando, Rodrigues (2007) relata que, embora a literatura sobre inovação social aponte a complexidade e a ambiguidade existentes em organizações sem fins lucrativos, não foram identificados trabalhos que tratem dessas questões sob o ponto de vista da gestão. Para a autora, não é adequado continuar considerando que os problemas sociais sejam questões dissociadas do mundo dos negócios.

Medeiros *et al.* (2017) apontam que gerenciar a participação dos diferentes *stakeholders* que assumem papel de protagonistas em diferentes etapas do processo de elaboração e disseminação da inovação social revela a capacidade de criar sinergia entre atores por meio da capacidade de interlocução das organizações do Terceiro Setor, do esforço do coletivo “escondido” dentro das comunidades e da força da sociedade civil por movimentos endógenos e autênticos, que encontram consonância com os interesses de governos em solucionar problemas sociais (apesar de sua incapacidade de agirem sozinhos) e de empresas que se interessam por negócios com impacto social.

Dessa forma, entende-se que a inovação social abrange novos arranjos. Por esse motivo, alguns autores apontam que uma aproximação entre empresas privadas e setor público é um modelo ideal para o desenvolvimento da inovação social (Battisti, 2019).

Agostini (2017) argumenta que há uma forte relação da inovação social com o contexto institucional no qual está inserida. A autora identifica os sistemas político, financeiro, econômico, de educação/trabalho e cultural como os principais sistemas para analisar o contexto no qual as iniciativas de inovação social estão implantadas.

A pesquisa sobre a inovação social ganhou impulso na última década, impulsionado especialmente pelo interesse crescente nas questões sociais relacionadas com a gestão, o empreendedorismo e a gestão pública (Okano & Fernandes, 2017). Estes autores afirmam, com base em Cajaiba-Santana (2014), que os limites de processos de inovação social ainda não foram completamente definidos, deixando um espaço considerável para contribuições para a teoria e a prática.

De Sousa, Segatto e da Silva-Rodrigo (2017) salientam que a difusão do fenômeno da inovação social ocorre por meio das organizações de fundo social (Mulgan, 2006), também por qualquer tipo de organização (Pol & Ville, 2010; Dawson & Daniel, 2011), sendo que em algumas definições da inovação social se sobressaem a criação de valor (Phills, Deiglmeier & Miller, 2008), o impacto social (Westley & Antadze, 2010) e as mudanças institucionais (Pol & Ville, 2010).

Diante do que foi apresentado, este artigo se propõe a responder uma lacuna de pesquisa sobre qual o papel da inovação social nos negócios, sobretudo nos *habitats* de inovação. Assim, o estudo tem como objetivo analisar a inovação social nos projetos de negócios e/ou *startups* presentes em um *habitat* de inovação, com base em modelos teóricos obtidos a partir de uma revisão sistemática de literatura realizada sobre o tema.

A presente pesquisa foi realizada em duas etapas. Primeiro, realizou-se uma revisão sistemática da literatura internacional, abrangendo os principais bancos de dados, a fim de identificar nas publicações quais relações os temas de inovação social e *habitats* de inovação apresentam, bem como levantar os modelos de inovação social existentes. Na segunda etapa, após a identificação dos modelos, foi realizado um estudo de caso com seis *startups* pré-incubadas no Hotel Tecnológico de uma universidade pública federal do Sudoeste do Paraná, para investigar a presença dos elementos de inovação social, de acordo com a visão e a aplicação dessas *startups*.

O artigo está estruturado em seis seções, a começar por esta introdução. A seção dois trata sobre o *background* relativo à inovação social. A seção três apresenta os *habitats* de inovação; a quatro, a metodologia, com os passos da revisão sistemática de literatura e a seguir o método empregado na pesquisa empírica com as *startups*. Os resultados são expostos na seção cinco, com análise conceitual da inovação social em *habitats* de inovação; identificação dos modelos de negócios para inovação social em *habitats* de inovação; e identificação dos elementos de inovação social presentes em *startups* pré-incubadas no Hotel Tecnológico. A seção seis finaliza o artigo com as considerações finais e, por fim, as referências.

2. INOVAÇÃO SOCIAL

A inovação social surgiu a partir da década de 60, seu principal eixo era a organização no trabalho, mas abordada pela mudança e transformação na sociedade além do foco econômico tradicional (André & Abreu, 2006; Avelino, Wittmayer, Pel *et al.*, 2017). Essa abordagem vai além do termo inovação de obras de Joseph Schumpeter, que possuía como elemento fundamental o desenvolvimento econômico (Schumpeter, 1961), mas passa a considerar os estudos com evidência para a criatividade social e para a importância do ambiente e das redes (Levésque, 2011).

O conceito da Inovação Social, de acordo com Igarashi e Okada (2015), tem seu princípio em entender uma necessidade social e, por meio dela, a organização desenvolver métodos para suprir essas demandas, ou seja, evidenciando o ambiente. Assim, o intuito é priorizar a criação de novas ideias, produtos e serviços que consigam atender às necessidades sociais, em resposta a uma situação considerada insatisfatória, com o intuito de garantir o bem-estar dos indivíduos ou da sociedade (Matei & Antonie, 2015; Edwards-Schachter & Wallace, 2017; Monteiro, 2019).

Assim, é importante ressaltar que aplicar a inovação social em uma empresa requer trabalho em equipe, no qual muitas pessoas desempenharão um papel específico em prol de um bem comum, salientando a importância do conhecimento, por reger o centro das estratégias e seu desenvolvimento (Battisti, 2019). Nesse sentido, alguns autores, como Lubberink *et al.* (2017), citam a importância do empreendedor não se limitar apenas nas inovações planejadas, ou predeterminadas, pois as necessidades da sociedade mudam. Dessa forma, solucionar problema social requer a capacidade de entender que o resultado não pode somente trazer benefícios para a empresa.

Para Battisti (2019), a importância de desenvolver e difundir projetos de inovação social é entendida como trabalhos realizados em conjunto que ocorrem em ambientes dinâmicos. Esta relação do setor público com o privado também coloca a população em lugar de destaque para a construção conjunta de inovação social, tendo assim acesso à tecnologia e à informação por dados compartilhados.

Ainda, nesse contexto, André e Abreu (2006) salientam a importância de três aspectos no meio onde se realiza o projeto de inovação social, que são a diversidade, a tolerância e a participação das pessoas envolvidas com o projeto. Desta forma, a inovação social, além de ter como objetivo primário melhorar a qualidade de vida da sociedade, deve permitir a possibilidade de crescimento das empresas que implementam essas ações. Para esses autores, estudos ainda mais específicos sobre o tema mostram cinco dimensões de análise para a inovação social: a natureza ou a essência da empresa, os estímulos e os desafios diários, os recursos e as dinâmicas que envolvem seus investimentos realizados, os seus agentes ou os investidores, e os meios inovadores e criativos.

Nesse sentido, para que a Inovação Social aconteça, é necessário que exista um local em que as condições de desenvolvimento de ideias seja uma prioridade. Assim, os *habitats* ou ecossistemas de inovação são ambientes propícios para as empresas que desejam propagar a inovação social.

Nesta linha, Rodrigues (2007) demonstra, por meio da Figura 1, um comparativo com as dimensões da inovação social, considerando indivíduos ou grupos, organizações e instituições.

Dimensões da Inovação	Indicadores de Inovação Social	Autores
Atores Sociais (Indivíduos ou grupos) Aumentar/favorecer autonomia e emancipação Promover qualidade de vida Sentido para o trabalho	Novas formas de divisão e coordenação do trabalho (cooperação e geração de aprendizagem); Novos atores sociais, antes excluídos ou marginalizado; Novos papéis sociais (e/ou rearranjo de papéis sociais). Mudanças nas expectativas recíprocas nas relações sociais envolvendo pessoas excluídas; Grau de inclusão de usuários ou beneficiários nos processos de decisão, concepção, desenvolvimento e entrega de bens e serviços sociais; Grau de autonomia e processos decisórios; Novas relações entre trabalho e família.	Auclair Lampron (1987) Taylor (1970) Cloutier (2003)
Organizações Formas Organizacionais Formas de Governança Aspectos jurídicos, normativos e econômicos	Novas formas de divisão e coordenação do trabalho; Novas configurações organizacionais: estruturas em rede, por projetos, matriciais; Misturas entre recursos disponíveis (mercantis, não mercantis e reciprocidade); Novas formas de governança (interações com políticas públicas, empreendedorismo coletivo); Grau de participação de diferentes <i>stakeholders</i> nos processos decisórios; Novas possibilidades de acesso aos mercados (público e privado); Objetivos da organização e benefícios individuais (monetários e não monetários) e coletivos (para a sociedade), em geral, alcançados pela mediação destas organizações.	Conforth (2003) Gordon (1989) Cloutier (2003) Taylor, M (1996)
Instituições Mudança nos ambientes legal, político, social e econômico	Universalização de direitos; Legislação sobre inclusão social e defesa de minorias.	Lévesque (2002) Cloutier (2003)

Figura 1. Comparativo com dimensões da inovação social

Fonte: Adaptado de Rodrigues (2007).

Para os autores, o modo de gestão e a promoção da inovação social aparecem como conceitos relacionados, pois se reconhece a inovação à medida que transforma o indivíduo em seu estilo de vida, na organização do trabalho e na participação e na influência sobre as decisões que afetam seu próprio destino. Assim, são pertinentes análises sobre a relação da inovação social como modo de gestão, dentre outras aplicações, em *habitats* de inovação.

Nesse sentido, Battisti (2013) afirma que, além do modo de gestão, é importante considerar que as necessidades sociais aumentaram devido às mudanças ambientais, tais como a crise financeira e os constantes cortes orçamentários dos projetos inovadores nos setores privado e público. Esse fato deve ser levado em consideração no desenvolvimento de inovação por parcerias público-privadas. Para lidar com as crescentes necessidades sociais, novas formas de parcerias poderiam apoiar as empresas na obtenção de vantagem temporária em condições de mudanças ambientais rápidas, como os ambientes dinâmicos. Para este autor, as pesquisas no campo da inovação social em ambientes dinâmicos devem considerar quatro direcionadores, descritos na Figura 2.

Direcionadores	Descrição breve
<i>Living Labs</i>	Lidar com as necessidades econômicas e sociais de territórios locais específicos, tais como necessidades ocultas dos cidadãos e dos negócios emergentes e oportunidades.
Construção social	Ser socialmente construído com o empoderamento do cidadão, como usuários especialistas, formuladores de políticas, usuários não especialistas ou grupos sociais relevantes.
Conhecimento-intensivo	Ser desenvolvido em colaboração com o conhecimento intensivo das empresas, como empresas de alta tecnologia especializadas em desenvolvimento da inovação viabilizada pela tecnologia da informação e comunicação – TIC.
Hiper turbulência	Ser construído por meio de processos sociais aprofundados, sob condições de hiper turbulência de mercados e tecnologias, como ambientes dinâmicos.

Figura 2. Direcionadores da inovação social em ambientes dinâmicos

Fonte: Battisti (2013).

Neste cenário, a criação conjunta de inovações nas parcerias público-privadas permite o desenvolvimento de soluções para melhorar a qualidade de vida dos cidadãos e aumentar a vantagem temporária das empresas, sendo este um dos maiores desafios que estas parcerias possuem no desenvolvimento de um modelo de inovação social em um curto período de tempo, conforme mostra a Figura 3.

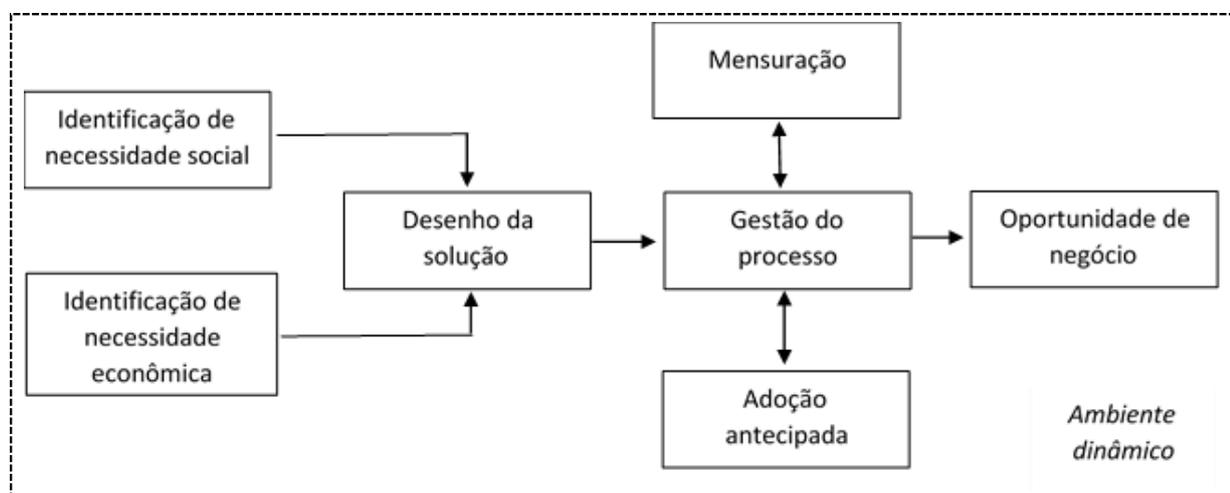


Figura 3. Modelo de inovação social

Fonte: Battisti (2013).

Neste modelo, os cidadãos e as empresas podem sugerir melhorias no atendimento da inovação provenientes das comunidades inovadoras. A parceria público-privada pode atuar em tempo real de uma maneira que pode não ser possível usando o tradicional modelo de produção de inovação. Assim, as fases podem seguir para lidar com a inovação social ativada por dados compartilhados. O modelo permite que as parcerias desenvolvam a inovação social, a fim de melhorar o bem-estar de cidadãos e, ao mesmo tempo, explorar oportunidades econômicas dentro de ambientes.

Nesse modelo de parceria público e privada, se destacam os *habitats* de inovação, que, de acordo com Correia e Gomes (2010), são caracterizados como ambientes que promovem a inovação à medida em que a inserção no mercado de novas empresas e a manutenção das existentes representam um fator de impulsão ao desenvolvimento econômico inovativo local.

Assim, essas abordagens direcionam a inovação social como promotora de mudanças sociais, de forma que os atores envolvidos em todo esse processo atuem como participativos para a transformação em toda a sociedade, possibilitando novas oportunidades de desenvolvimento e crescimento pessoal (Howaldt; Domanski; Kaletka, 2016). A inovação social passa a ser associada ao conceito de transformação social por envolver essas alternativas de crescimento e desenvolvimento das potencialidades dos indivíduos (Howaldt; Domanski; Kaletka, 2016).

Justamente pelo fato de a inovação social ser resultado do conhecimento acumulado na busca de soluções para atender às necessidades sociais, é que ela promove a transformação, impulsionando a cooperação de diversos atores em todo seu processo. Nesse direcionamento, entendem-se todas as atividades desenvolvidas pelas organizações, instituições e cidadãos no intuito de desenvolver ações sociais que remetem a uma mudança e transformação social. Essas então resultam em novas práticas para a sociedade (D'Amario *et al.*, 2020; Lacerda & Ferrarini, 2013).

Esses diferentes atores da inovação social propiciam a grande potência para a mudança na sociedade. Sem o engajamento desses autores em prol de melhor desempenho, não ocorreria a inovação social, pois eles adotam uma missão importante e possuem diferentes funções que geram novas oportunidades de transformação social (Howaldt *et al.*, 2016). De acordo com esses mesmos autores (2016), os atores da inovação social podem ser pontuados como: as empresas, que desenvolvem e implementam a inovação; a sociedade civil, pela iniciativa em alguns projetos; os movimentos sociais e as redes sociais, que criam comunidades de inovação; as universidades e os institutos de pesquisa pelos conhecimentos repassados; os clientes e os usuários, que assumem o papel de iniciadores dos processos de inovação; os *designers*, que auxiliam no processo de desenvolvimento da inovação; os grupos pobres ou marginalizados, que são os beneficiários da inovação e os atores governamentais, que estimulam a inovação por meio de políticas.

Assim, a inovação social, como promotora da transformação na sociedade, instiga os empreendedores, os movimentos sociais e as instituições na atuação colaborativa para propiciar um ambiente que fomente a inovação social, com atores cada vez mais dispostos para atuar em benefício da sociedade (Saji & Ellingstad, 2016).

3. HABITAT DE INOVAÇÃO

Habitat de inovação é um local planejado, que tem como seu objetivo o apoio do desenvolvimento de empresas, no qual se procura unir novas ideias, com as necessidades da sociedade e, ainda, potencializar o poder empreendedor por meio da utilização de tecnologia, capital e conhecimento. Esse conceito já é assim difundido desde a década de 1980, no entendimento de *habitat* de inovação como uma organização mais complexa do que apenas sua estrutura física, ou seja, um local onde empresas têm apoio e preparação para entrar no mercado (Burkhalter, 1989; Smilor, 1986).

Esse lugar de aprendizado, idealizado para oportunizar a troca de informações e de experiências, promove a interação entre as diferentes empresas que estão nesse mesmo *habitat*. Essas empresas, por sua vez, pelo contato contínuo com essas novas ideias e pela potencialização de seu perfil inovador e empreendedor, podem ter maiores chances de serem transferidas para o setor produtivo, podendo aplicar seus conhecimentos em diferentes lugares, tendo como principal objetivo criar sempre um ambiente favorável ao desenvolvimento de inovações (Correia, 2005).

Salienta-se também que esses espaços, por serem compostos por variáveis de acordo com o contexto de cada região, ampliam as atividades científicas e tecnológicas em busca do desenvolvimento econômico e social (Etzkowitz & Zhou, 2017). Ou seja, *habitats* de inovação conseguem gerar conhecimento para serem transformados em novas ideias e desenvolvidos para novos produtos e serviços, os quais consequentemente são importantes para a inovação social que é gerada neles (Correia, 2005).

Neste contexto, Pietrovsk *et al.* (2011) mostram dois tipos de *habitats* de inovação. Um deles é o Hotel Tecnológico, que tem como principal objetivo transformar as ideias em negócios, gerando produtos de bens e serviços, assim como empregos. Outro tipo de *habitat* de inovação é a incubadora, cujo principal objetivo é desenvolver ideias ou ajudar o desenvolvimento de empresas já formadas. Essas empresas incubadas podem ser diferenciadas em quatro modelos diferentes.

O primeiro é de base tecnológica, que abriga empresas em que seus produtos são resultantes de pesquisas que foram aplicadas. O segundo tipo é de setores convencionais, em que se busca agregar tecnologia em um mercado mais tradicional. Pode ser citado, também, o tipo misto, que é uma combinação dos dois modelos de empresas explanados anteriormente. Por fim, existem as incubadoras virtuais, que são voltadas exclusivamente ao setor de internet no mercado (Pietrovsk *et al.*, 2011).

Assim, para os autores citados, esses diferentes tipos de *habitats* de inovação são entendidos como um meio e uma oportunidade para desenvolver uma empresa e/ou uma ideia com grande potencial de mercado. Submetendo a empresa a esses *habitats* de inovação, o empreendedor, além de receber suporte por meio de instalações físicas, também recebe orientações para desenvolver da melhor maneira possível o seu negócio.

Adicionalmente aos conceitos e às diferentes tipologias de *habitats* de inovação, Labiak Jr. (2012) classifica-os como: pré-incubadora e incubadora, que podem se dividir em Incubadoras de Cooperativas/Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (ITCPs), Incubadoras de Empresas da Indústria Criativa e Incubadoras de Empresas de Base

Tecnológica e Incubadoras de Empresas Tradicionais. Ainda, os *habitats* de inovação se dividem em parque tecnológico, que podem ser de primeira ou segunda ou terceira geração.

Com base nessas definições, independente do *habitat* considerado, o estudo não privilegia nem separa projetos tecnológicos e/ou de negócios da definição de *startups*. Alves (2013) define *startup* como o conceito utilizado para definir o estágio inicial vivido por empresas que investem em produtos e modelos de negócios inovadores. Tal conceito não expressa a inserção do aspecto social, cujo presente estudo visa contribuir.

Todas as diferentes tipologias de *habitats* de inovação articulam com o sistema educacional, com o setor industrial e empresarial, e também com o sistema governamental, completando o circuito dos agentes que são responsáveis pela implementação e difusão das inovações (Luz *et al.*, 2014). Essa articulação torna-se importante pelo mercado cada vez mais dinâmico, no qual o conhecimento e a tecnologia estão cada vez mais complexos e aumentam a necessidade de interação e de atuação conjunta para ampliar e adquirir o conhecimento especializado. Ou seja, os *habitats* de inovação promovem e ampliam as interações entre os diferentes agentes inovadores (Maldonado & Pereira, 2020).

4. METODOLOGIA

4.1 Revisão Sistemática de Literatura

A revisão da literatura, efetiva e não tendenciosa, precisa ser sistemática e basear-se em processo estruturado e transparente, de modo a ser replicável, com isso permitindo que as decisões e as conclusões do revisor possam ser verificadas (Valladares, Vasconcellos & Di Serio, 2014).

Para identificação de modelos teóricos de inovação social, optou-se pelo método de revisão sistemática de literatura baseado em Denyer e Tranfield (2009), sendo: formulação da pergunta de pesquisa; localização dos estudos; seleção e avaliação dos estudos; análise e síntese; relatório e uso dos resultados da pesquisa.

A formulação da pergunta de pesquisa foi determinada pela relação entre os temas inovação social e *habitats* de inovação, investigando qual o papel da inovação social nos negócios, sobretudo nos *habitats* de inovação. Por se tratar de temas recentes e com amplo espectro de desenvolvimento e análise, optou-se por investigar os gestores de *startups* após análise dos estudos na revisão sistemática de literatura.

A seleção e a avaliação dos estudos ocorreram após a busca sistemática nas bases *Web of Science*, *Scopus* e *Science Direct*, com os termos “*social innovation*” OR “*socio-environmental innovation*” OR “*socioenvironmental innovation*” AND “*innovation habitat*” OR “*innovation ecosystem*”. As bases de dados foram pesquisadas sem corte temporal. Como resultados, foram recebidos 565 estudos, os quais foram transferidos e arquivados no *software* Mendeley Desktop e, após arquivamento, recebeu tratamento das referências no *software* Endnote. A avaliação dos estudos foi realizada após o filtro de leitura dos títulos que apresentaram relação com os temas, totalizando 126 artigos.

A aplicação dos critérios de inclusão e de exclusão dos estudos foi definida pelo filtro de leitura dos resumos e da disponibilidade dos artigos, sendo 18 artigos finais para leitura integral e análise. Ressalta-se que o *google scholar* foi utilizado concomitantemente com a busca exploratória da literatura. Esses 18 estudos foram analisados e serviram de base para a identificação da relação da inovação social com os *habitats* de inovação.

A análise e a síntese possibilitaram classificar os estudos, conforme Crossan e Apaydin (2010), em 14 estudos de revisão de literatura ou de meta-análise (*literaturereview* e *meta-analysis*) e quatro artigos teórico-empíricos ou propositivos (*theorybuilding*) com estudos de caso. Os principais periódicos confirmaram a temática da pesquisa, sendo o *Procedia Social and Behavioral Sciences*, o *Journal of Cleaner Production* e o *Social Innovation*, com nove, cinco e três publicações, respectivamente. Os estudos foram escritos por 42 autores, não ocorrendo mais de uma publicação por autor. A Figura 4 demonstra os estudos selecionados, de acordo com os temas da pesquisa. O filtro mencionado para critérios de inclusão considerou alguma relação da inovação social em ambientes institucionais, sobretudo *startups* e/ou *habitats* de inovação, e a tentativa de encontrar estudos que apresentassem aprendizagem e conhecimento para a transformação social nesses ambientes. Estudos que não contemplaram assuntos afins com os temas de pesquisa, entendidos como sustentabilidade, inovação, inovação social, empreendedorismo, empreendedorismo social, necessidades sociais, organizações, *startup*, ecossistema de inovação, *habitats* de inovação, tecnologia, tecnologia social, fizeram parte dos critérios de exclusão da investigação.

	Artigo	Relevância acadêmica (Nº de citações)
1	Giglio, C. (2017). Analyzing Student Contributions to Innovative Start-ups: An Integrated Approach. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 237, 1544-1550.	0
2	Chitrao, P. (2014). Management education as a tool for developing and sustaining emerging economies. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 133, 240-248.	3
3	Veselá, D., & Klimová, K. (2013). Supporting creative industries with innovative university study programmes. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 81, 152-156.	5
4	Malek, M. A., Gatzweiler, F. W., & Von Braun, J. (2017). Identifying technology innovations for marginalized smallholders-A conceptual approach. <i>Technology in Society</i> , 49, 48-56.	8
5	Schmidt, H. J., & Baumgarth, C. (2015). Brand orientation: A case study approach within the context of social entrepreneurial businesses. <i>Procedia Social and Behavioral Sciences</i> , 175(1), 24-31.	13
6	Spiegel, A., & Rodríguez, G. (2016). Students at university have mobile technologies. Do they do m-learning? <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 217, 846-850.	19
7	Igarashi, Y., & Okada, M. (2015). Social innovation through a dementia project using innovation architecture. <i>Technological Forecasting and Social Change</i> , 97, 193-204.	23
8	Matei, A., & Antonie, C. (2015). Complexity theory and the development of the social innovation. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 185, 61-66.	24
9	Katoppo, M. L., & Sudradjat, I. (2015). Combining Participatory Action Research (PAR) and Design Thinking (DT) as an alternative research method in architecture. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 184, 118-125.	39
10	Sekliuckiene, J., & Kisielius, E. (2015). Development of social entrepreneurship initiatives: a theoretical framework. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 213, 1015-1019.	47
11	Sullivan, K., Thomas, S., & Rosano, M. (2018). Using industrial ecology and strategic management concepts to pursue the Sustainable Development Goals. <i>Journal of Cleaner Production</i> , 174, 237-246.	54
12	Russell, M. G., & Smorodinskaya, N. V. (2018). Leveraging complexity for ecosystemic innovation. <i>Technological Forecasting and Social Change</i> , 136, 114-131.	58
13	Yip, A. W., & Bocken, N. M. (2018). Sustainable business model archetypes for the banking industry. <i>Journal of Cleaner Production</i> , 174, 150-169.	84
14	Bocken, N. M., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. <i>Journal of cleaner production</i> , 65, 42-56.	1897

Figura 4. Portfólio de artigos selecionados

Fonte: Autores (2019).

Cabe mencionar a evolução temporal dos estudos, conforme mostra a Figura 5. Foram considerados os artigos mais relevantes de acordo com o número de citações, obtido como parâmetro para quantificar e priorizar a literatura estudada. Assim, atendeu-se ao critério relacionado com a qualidade acadêmica pela repercussão causada pelo artigo em termos de citações e, ainda, pelo alinhamento dele ao tema proposto (Treinta *et al.*, 2012).



Figura 5. Evolução temporal de publicação dos estudos selecionados
Fonte: Autores (2019).

Após estruturação e apresentação dos metadados resultantes da pesquisa, dois importantes produtos foram obtidos: o primeiro foi o da identificação de categorias em que a inovação social se apresenta no contexto do *habitat* de inovação. O segundo foi a identificação de modelos de negócios para inovação social em *habitats* de inovação, adaptado dos estudos de modelos de negócios sustentáveis e de iniciativas empreendedoras sociais, que convergiram nos resultados do presente estudo, ambos utilizados como base para a pesquisa empírica realizada no Hotel Tecnológico de uma universidade federal localizada no Estado do Paraná.

4.2 Pesquisa empírica com *startups* pré-incubadas em Hotel Tecnológico

Trata-se de uma pesquisa qualitativa com abordagem não experimental, corte transversal e estudo de caso. O delineamento não experimental é definido por tratar-se de um estudo em que não há experimentação, e a fonte de dados é a observação do mundo real (Moreira & Caleffe, 2008). “Os estudos de corte transversal são os mais frequentes na pesquisa social, entretanto, muitas das questões que o pesquisador discute incluem alguma noção de mudança no tempo” (Richardson, 2008, p. 149). Como estudo de caso, define-se como “uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (Yin, 2001, p.32). Trata-se de um estudo de caso realizado em um Hotel Tecnológico de uma Universidade Pública Federal do Sudoeste do Paraná.

Em relação ao instrumento, a entrevista semiestruturada constitui-se em levantamento de dados aplicado aos seis gestores das *startups*. A análise dos resultados segue as características de Wimmer e Dominick (1996) quanto ao método de estudo de caso: 1. Particularismo: o estudo se concentra em uma situação, acontecimento, programa ou fenômeno particular, proporcionando assim uma excelente via de análise prática de problemas da vida real; 2. Descrição: o resultado consiste na descrição detalhada de um assunto submetido à indagação; 3. Explicação: o estudo de caso ajuda a compreender aquilo que se submete à análise, formando parte de seus objetivos a obtenção de novas interpretações e perspectivas, assim como o descobrimento de novos significados e visões antes despercebidas; 4. Indução: a maioria dos estudos de caso utiliza o raciocínio indutivo segundo o qual os princípios e as generalizações emergem da análise dos dados particulares. Em muitas ocasiões, o estudo de caso pretende descobrir novas relações entre elementos.

Complementarmente, a pesquisa qualitativa segue os passos adaptados de Bardin (2011): pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados - a inferência e a interpretação. A pré-análise envolveu a definição das categorias de análise, extraídas da revisão sistemática de literatura: modelos de negócios sustentáveis; empreendedorismo social; organizações sociais; resposta a necessidades sociais e contexto social; e o modelo teórico (Battisti, 2013): identificação de necessidade social, identificação de necessidade econômica, desenho da solução, gestão do processo, mensuração, adoção antecipada, oportunidade de negócio; e *framework* teórico obtido no estudo (Bocken *et al.*, 2014; Sekliuckiene & Kisielius, 2015): identificação, formalização, exploração e/ou expansão; entrega de funcionalidades em vez de propriedade; estimulação do papel de vigilante do usuário/cliente; encorajamento da suficiência.

A pesquisa foi desenvolvida com seis projetos pré-incubados no Hotel Tecnológico de uma universidade pública da região Sudoeste do Paraná. Como instrumento de pesquisa, utilizou-se um questionário estruturado com três questões do Modelo de Inovação Social em Ambientes Dinâmicos de Battisti (2013); quatro questões do *Framework* de Negócios para Inovação Social adaptado de Bocken *et al.* (2014) e Sekliuckiene e Kisielius (2015); e pela análise conceitual das categorias da inovação social em *habitats* de inovação extraídas da revisão sistemática de literatura, conforme Figura 6. Os seis gestores das seis *startups* responderam ao questionário *on-line* no mês de novembro de 2019, com autorização de participação e sigilo das respostas. A Figura 6 apresenta os temas dos projetos tecnológicos das *startups*.

Startup	Tema do Projeto Tecnológico
A	Aplicativo educacional voltado para portadores de transtorno do espectro autista
B	Aplicativo para intersecção de varejistas e consumidores voltado para produtos com prazo de validade reduzido
C	Serviços tecnológicos educacionais voltados para educação infantil, ensino fundamental e médio
D	Consultoria em alimentos voltada para agroindústria e agricultura familiar
E	Desenvolvimento de aplicativos customizados por demanda
F	Game educacional voltado para o ensino de História

Figura 6. Projetos tecnológicos das *startups* pré-incubadas no Hotel Tecnológico

Fonte: Autores (2019).

O pré-teste do instrumento foi realizado com os estagiários do setor de Empreendedorismo da Universidade ao qual o Hotel Tecnológico está vinculado, embora não sejam especialistas renomados, trabalham diretamente com o empreendedorismo inovador do Programa de Empreendedorismo da Universidade e com os gestores das *startups*, sendo envolvidos com a realidade do contexto do estudo. Também se realizou o pré-teste com os bolsistas de iniciação científica do Laboratório de Empreendedorismo Sustentável, Inovação e Conhecimento.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1. Análise conceitual da inovação social em habitats de inovação

Tendo como ponto de partida as afirmações de Bignetti (2011), de que a busca de uma definição consolidada de inovação social – e principalmente do seu objeto de estudo – entre os diferentes autores e as diferentes instituições reside num aglomerado de conceitos, alguns particulares, outros gerais, a qual induz o pesquisador a vagar por caminhos fluidos e tortuosos, a inovação social tem passado por várias formulações, desde as primeiras definições estabelecidas em 1970 por James B. Taylor e Dennis Gabor. Assim, a análise conceitual da literatura permite identificar categorias, conforme resumo apresentado no Figura 7.

Categorias de Análise	Autores
Modelos de negócio sustentáveis	(Yip & Bocken, 2018) (Bocken, 2014)
Empreendedorismo social	(Sekliuckiene & Kisielius, 2015) (Schmidt & Baumgarth, 2015)
Organizações sociais	(Igarashi & Okada, 2015)
Respostas a necessidades sociais	(Matei & Antonie, 2015)
Contexto social	(Katoppo & Udradjat, 2015)

Figura 7. Resumo das abordagens conceituais relativas à inovação social em *habitats* de inovação

Fonte: Autores (2019).

Assim, Igarashi e Okada (2015) apresentam a inovação social como uma ação inovadora que é motivada por entender uma necessidade social que é predominantemente desenvolvida por organizações que tem propósito social. Na mesma linha, Katoppo e Sudradjat (2015) apontam o *design thinking* como método de pensar globalizado baseado no contexto social.

A inovação social, vista como independente da organização de origem, mas focada no meio, é dada por Matei e Antonie (2015) como a que desenvolve novas ideias, produtos e serviços para preencher as necessidades sociais. Esta ideia é consonante com Begnetti (2011), quando as inovações sociais são direcionadas da organização para o ambiente, o objetivo básico é o atendimento de necessidades de grupos e de comunidades.

A ênfase no empreendedorismo social é transmitida por Sekliuckiene e Kisielius (2015), afirmando que este cria um grande impacto na comunidade por meio do uso de modelos de negócios que conseguem soluções para difíceis e complexos problemas sociais. E por Schmidt e Baumgarth (2015), no consenso de que o empreendedorismo social busca desempenhar o papel de agentes de mudança social com um conjunto de práticas institucionais, combinando a busca de objetivos com a promoção de valores substantivos em qualquer ação inovadora que ajude as pessoas.

As categorias apresentadas apresentam consonância com Rodrigues (2007), que expressa as inovações sociais em três níveis: indivíduos, organizações e instituições. Entretanto, para este autor, são indicadores de inovação social nas organizações estruturas organizacionais e de governança que promovam formas de divisão e coordenação do trabalho democráticas e que favoreçam aprendizagem e autonomia. Desta forma, o estudo chama a atenção para a inserção da inovação social em *habitats* de inovação, buscando identificar se o referido ambiente propicia o desenvolvimento dos elementos citados, bem como das formas de abordagem que o conceito apresenta.

É possível ainda considerar que as categorias podem ser divididas segundo duas perspectivas: a do planejamento e formação do projeto tecnológico e/ou de negócios focado em inovação social, considerando as categorias “modelos de negócios sustentáveis”, “empreendedorismo social” e “resposta às necessidades sociais”; e a do planejamento e formação do projeto tecnológico e/ou de negócios como organização social em si, conforme as categorias “organizações sociais” e “contexto social”.

5.2. Identificação de modelos de negócios para inovação social em *habitats* de inovação

O fator resultante da análise da inovação social em *habitats* foi identificado nos modelos de negócios sustentáveis (Bocken *et al.*, 2014) e no *framework* para o empreendedorismo social (Sekliuckiene & Kisielius, 2015), com a proposição de um *framework* de negócios para inovação social.

O *design* do *framework* considerou as abordagens propostas pelos autores no sentido de conjugar elementos relevantes no contexto da inovação social na aplicação de negócios.

Bocken *et al.* (2014) e Yip e Bocken (2018) apontam os modelos de negócios sustentáveis como aqueles que criam impactos positivos significativos ou reduzem os impactos negativos para o meio ambiente e a sociedade.

Dessa forma, estudos sobre a gestão das inovações sociais se diferenciam dos estudos sobre gestão tecnológica na medida em que procuram analisar o processo específico de geração, desenvolvimento, aplicação e difusão de ideias, que ocorre por meio da permanente interação entre todos os atores, numa construção social das soluções. Seja por meio da iniciativa de empreendedores ou por meio da ação organizacional (Bignetti, 2011).

Neste passo, um *framework* de negócios para a inovação social leva em conta o desafio do empreendedorismo social, na tentativa de uma abordagem sistemática sobre a cooperação e as condições institucionais no contexto do indivíduo e/ou da organização.

Considera também o argumento de que os empreendedores sociais criam um impacto positivo significativo nas comunidades em que estão inseridas, usando modelos de negócios que fornecem soluções para problemas sociais difíceis e complexos. É assim que o valor compartilhado é criado, que consiste em ambos - valor social e valor econômico -, possibilitando aprendizagem e conhecimento.

Os passos do *framework* de negócios para inovação social sugerem: 1) identificação de oportunidades de empreendedorismo social; 2) avaliação de oportunidades; 3) oportunidade de exploração da ideia; 4) expansão da inovação.

Estes passos são permeados por ações/práticas potenciais de não apenas reduzir os impactos negativos, mas também ajudar a reconceber fundamentalmente o modelo de negócio para oferecer sustentabilidade social. Embora cada ação possa ser aplicada isoladamente, a inovação social exige combinações de práticas para melhorar ainda mais o seu processo, sendo: 1) entregar funcionalidades, em vez de propriedade; 2) adotar o papel de vigilante; 3) encorajar a suficiência. Tais práticas envolvem a produção, a distribuição e os consumos consciente, ético, compartilhado, responsável e com maior longevidade, que podem promover o aprendizado e o conhecimento antes, durante e após o desenvolvimento do *design* do negócio.

Por fim, o processo de desenvolvimento de iniciativas de empreendedorismo social é retroalimentado com a operação de relações proativas com vários *stakeholders* e é liderado pela visão que o empreendedor social vê claramente e trabalha propositadamente com gestão, para criação de valor, redução de impacto, escala, transferência e replicação bem-sucedida da iniciativa para outros mercados. A Figura 8 demonstra a adaptação dos modelos de negócios sustentáveis e empreendedorismo social para o *framework*.



Figura 8. Proposição do *Framework* de Negócios para Inovação Social
Fonte: Adaptada de Bocken *et al.* (2014); Sekliuckiene e Kisielius (2015).

A tentativa de categorizar os elementos para inovação social em um *framework* foi exposta à natureza subjetiva do processo. Entretanto, buscou-se ações que possam minimizar diferenças, reduzir impactos e contribuir para a expansão da consciência social no segmento de negócios, sobretudo os iniciantes, como projetos tecnológicos e *startups* presentes em habitats de inovação.

5.3. Identificação dos elementos de inovação social presentes em *startups* pré-incubadas no Hotel Tecnológico

Tendo em vista o foco em mensagens (comunicações) e a análise categorial-temática de Bardin (2011), o estudo permitiu interpretar os elementos de inovação social das *startups* investigadas.

As *startups* estão pré-incubadas no Hotel Tecnológico de uma universidade federal do Sudoeste do Paraná, sendo ele parte do programa de empreendedorismo destinado a alunos, egressos e servidores com perfil empreendedor. O Hotel Tecnológico é uma pré-incubadora que abriga, pelo período de até dois anos, projetos e ideias com ênfase em tecnologia e inovação.

Em relação às abordagens conceituais relativas à inovação social em *habitats* de inovação, consideraram-se as categorias de análise extraídas da revisão sistemática de literatura, conforme temas da pesquisa: modelos de negócios sustentáveis; empreendedorismo social; organizações sociais; respostas a necessidades sociais; e contexto social; de Yip e Bocken (2018); Bocken, (2014); Sekliuckiene e Kisielius (2015); Schmidt e Baumgarth (2015); Igarashi e Okada (2015); Matei e Antonie (2015); Katoppo e Udradjat (2015), respectivamente.

Categorias de Análise/Autores	Análise das <i>Startups</i>
Modelos de negócio sustentáveis (Yip & Bocken, 2018) (Bocken, 2014)	<i>Startup B</i> <i>Startup D</i>
Empreendedorismo social (Sekliuckiene & Kisielius, 2015) (Schmidt & Baumgarth, 2015)	<i>Startup A</i> <i>Startup B</i> <i>Startup D</i> <i>Startup F</i>
Organizações sociais (Igarashi & Okada, 2015)	Não se aplica
Respostas a necessidades sociais (Matei & Antonie, 2015)	<i>Startup A</i> <i>Startup F</i>
Contexto social (Katoppo & Udradjat, 2015)	Não se aplica

Figura 9. Análise das *startups* conforme abordagens conceituais relativas à inovação social em *habitats* de inovação
Fonte: Autores (2019).

De acordo com a Figura 9, observa-se que as *startups* C e E não integram o conceito de inovação social como organização social em si (organização social; contexto social), nem como planejamento e formação do projeto tecnológico e/ou de negócios focado em inovação social.

As *startups* B e D apresentam modelos de negócios sustentáveis, à medida que apoiam uma maior sustentabilidade de produtos de bens de consumo (B) e auxiliam a agricultura familiar (D).

As *startups* A e F respondem a necessidades sociais com foco em solução para portadores de espectro autista (A) e ensino gamificado de história para educação fundamental e básica (F).

Assim, verifica-se convergência da atuação gerencial nos *habitats* com as categorias de análise teóricas definidas neste estudo, manifestadas como empreendedorismo social nas *startups* A, B, D, F.

Sobre o modelo teórico de Battisti (2013), observam-se as seguintes alocações, de acordo com as fases propostas pelo autor.

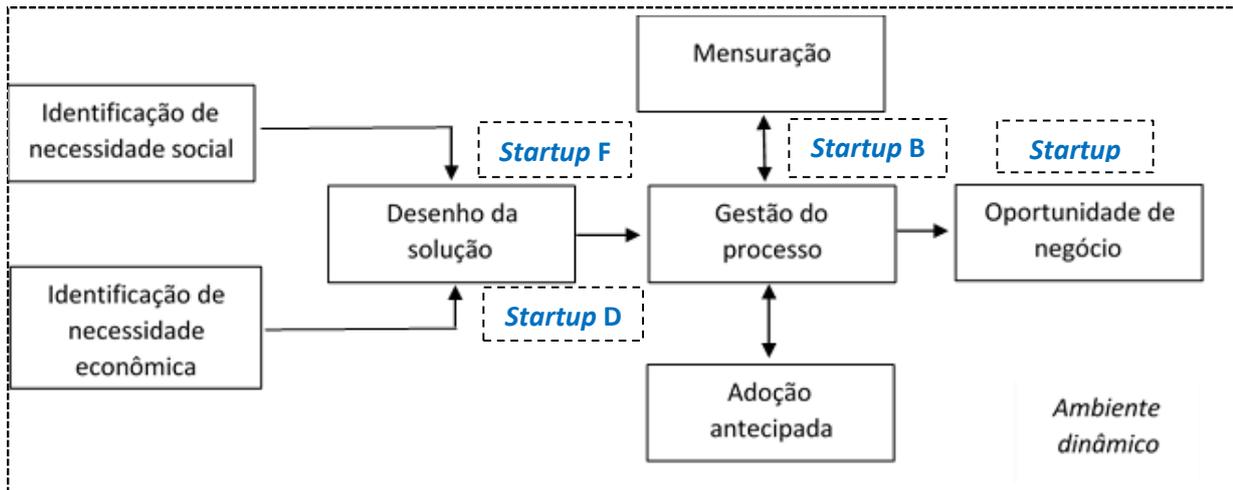


Figura 10. Análise das startups baseada no modelo de inovação social

Fonte: Adaptada de Battisti (2013).

A startup A apontou a fase oportunidade de negócio, entretanto não justificou as ações que caracterizam tal alocação. A startup B mencionou estar alocada na fase gestão do processo, “A startup encontra-se na fase de gestão do processo, já que o serviço prestado e a funcionalidade da tecnologia passam por uma fase de testes estratégicos”.

As startups D e F assinalaram a fase desenho da solução: “No caminho de transição entre desenho da solução e gestão do processo, com tendência a concluir as mensurações em breve. Pois já se tem documentado ideias, projetos e planejamentos”. (Startup D)

“Desenho da solução, pois no momento estamos montando e estruturando nossa proposta de software” (Startup F).

A principal contribuição do modelo consiste em explorar as tecnologias da informação para o desenvolvimento sustentável, uma vez que o modelo de negócio contemple tal finalidade.

Apesar de não estar evidenciada a influência do contexto nos projetos orientados para a inovação social, acredita-se que a finalidade intrínseca das startups pré-incubadas pode refletir tal alcance, convergindo com Battisti (2018). Para o autor, envolver indivíduos que refletem a tecnologia pode aumentar a probabilidade de uma inovação ser criada para causar impacto social, conforme sugerido por Schweitzer *et al.* (2015), na qual definem que esse tipo de pessoa tem a tendência de projetar e desenvolver produtos e serviços considerando o impacto desses produtos e serviços nos demais usuários e na sociedade em geral.

Em relação ao *Framework* Teórico de Negócios para Inovação Social, e as fases ou os passos sugeridos: 1) identificação de oportunidades de empreendedorismo social; 2) avaliação de oportunidades e formalização; 3) oportunidade de exploração da ideia; 4) expansão da inovação, verificou-se a fase um na startup A, conforme exposto pelo pesquisado, “compartilhamento, visa à comercialização ética e educa para a autonomia, gera um produto final”. Importante enfatizar o termo “compartilhamento” utilizado, em vez de identificação. Denota-se que os recursos do conhecimento podem estar presentes no *design* da startup.

A startup B relatou encontrar-se na fase dois, entretanto a resposta foi contraditória, “mais especificamente na fase de formalização, uma vez que a startup ainda não está formalizada perante o mercado”.

A startup D também informou a formalização como fase, “formalização, pois a identificação das necessidades e o modo como supri-las com eficiência já foi contabilizado”.

A startup F não respondeu em qual fase se encontra o seu *design*.

Considerando-se as ações/práticas potenciais de não apenas reduzir os impactos negativos, mas também ajudar a reconceber fundamentalmente o modelo de negócio para oferecer sustentabilidade social, tornou-se possível resumir um quadro de *status* das startups pesquisadas, exposto na Figura 11.

Ações/Práticas	Startup A	Startup B	Startup D	Startup F
<i>Entregar funcionalidades em vez de propriedade</i>				
Produto/serviço orientado para manutenção	X		X	X
Pagamento efetuado por uso		X		X
Uso orientado para locação e/ou compartilhamento				
<i>Adotar o papel de vigilante</i>				
Estimula proteção à biodiversidade				X
Transparência radial sobre o impacto social	X			X
Comercialização ética	X		X	X
Promove o consumo sustentável		X	X	X
<i>Encorajar a suficiência</i>				
Promove a educação do consumo	X	X	X	X
Trabalha com gestão por demanda	X	X	X	X
Oferece produtos/serviços com maior longevidade	X		X	X
Promove a distribuição responsável				X
Promove produtos de moda mais lenta				

Figura 11. Ações/práticas da iniciativa empreendedora social para criação da aprendizagem e do conhecimento
Fonte: Autores (2019).

Conforme exposto, todas as pesquisadas que possuem foco na inovação social apresentam ações e/ou práticas que, se implementadas, podem levar a *startup* à criação de aprendizagem e conhecimento.

Após verificação das práticas no caso empírico, percebe-se que as *startups* possuem um papel destacado dentro das iniciativas de inovação social propostas pelo *framework*, como ressalta a análise de conteúdo a seguir das entrevistas referentes a cada elemento pesquisado.

Tal mapeamento consiste em relatar aspectos relevantes na criação da aprendizagem das *startups* quanto ao seu papel como agentes de transformação social. Permite um acompanhamento das principais práticas de interesse do contexto e possibilita o planejamento, a construção e o compartilhamento de iniciativas com enfoque social.

A entrega de funcionalidades em vez de propriedade foi exposta por todas as *startups*.

A *startup A* enfatizou o papel de vigilante, “o *app* muda a relação dos educadores com as pessoas que necessitam de atendimento personalizado de forma rápida e eficiente”.

Ainda com relação a esse papel refletido em ações, a *startup B* “estimula o consumo sustentável e altamente racional, permitindo que o consumidor faça escolhas mais conscientes e econômicas”.

Especificamente sobre a proteção da biodiversidade, “através do nosso projeto visualizamos que este ajudará com relação à diminuição ao corte e utilização de madeira para produção de papel, o qual é utilizado para elaboração de livros didáticos, ou seja, nosso software vem com o intuito de apresentar de uma forma digital mais interativa e visual o que os livros hoje trazem”, segundo a *startup F*.

As ações para encorajar a suficiência são descritas pelas *startups B, D e F*, respectivamente. “A *startup* promove a educação do consumo e também trabalha com uma gestão por demanda, sendo sua missão principal o consumo consciente e a otimização da economia individual” (B). “A promoção da educação do consumo acontece por meio de uma rotulagem (de produtos) sem apelos extravagantes e com frases que a médio e longo prazo despertam no consumidor a percepção de consumo consciente. Todos os nossos trabalhos são desempenhados de acordo com a demanda do mercado. A oferta de serviço no setor ao qual nos enquadramos apresenta como característica a longevidade, muito em função da alteração dos parâmetros legais aos quais propomos adequação não sofrerem grandes variações a curto e médio prazos” (D). “Nosso projeto promove a educação do consumo, uma vez que este é voltado ao processo educacional. Certamente temos que trabalhar com gestão por demanda, pois entendemos que esta é de extrema importância para que possamos ofertar um serviço de qualidade que atenda às necessidades do mercado que atuaremos, para que a partir disso possamos alcançar nossos objetivos e perspectivas de reconhecimento e lucratividade. A respeito da longevidade vemos como uma necessidade, visto que o processo de educação passa por constantes mudanças, sejam estas na sua forma de ensino ou de conteúdos os quais se modificam com o tempo através das novas descobertas científicas” (F).

Indaga-se, após tais informações, se o foco social citado pelas *startups* é capaz de gerar aprendizagem e criação do conhecimento, para gerar escala e replicação suficientes para a transformação social. Embora cada ação possa ser aplicada isoladamente, a inovação social exige combinações de práticas para melhorar ainda mais o seu processo.

Para Correia (2015), o grau de participação dos atores varia de acordo com a etapa do processo de inovação, sendo que o sucesso da inovação social está na sua participação ativa, na conscientização do problema, na sua identificação das causas e implementação das soluções. De acordo com a visão dos pesquisados, percebe-se que há identificação e conscientização das causas e da intenção de implementação de soluções, corroborando os resultados da análise das *startups* no modelo de inovação social de Battisti (2013).

O particularismo do estudo considerou a realidade apenas de um Hotel Tecnológico, entretanto a descrição detalhada evidenciou os elementos intrínsecos da inovação social presentes nas *startups*. A compreensão permite relacionar tais elementos com a tentativa de ingresso no mercado e na geração de aprendizagem com esse processo. Esse raciocínio pode gerar implicações sobre a análise da inovação social em *habitats* de inovação como agente indutor da transformação social.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo abordou o tema inovação social com o objetivo de analisá-la nos projetos de negócios e/ou *startups* presentes em um *habitat* de inovação, com base em modelos teóricos obtidos a partir de uma revisão sistemática de literatura realizada sobre o tema.

Os estudos investigados na literatura sobre esse assunto tentaram mostrar algumas possíveis categorias de análise sobre o papel da inovação social no contexto dos *habitats* de inovação. Assim, foi possível identificar que a inovação social é intrínseca à atividade organizacional, sendo o foco do projeto de negócios e/ou *startups* pesquisadas as seguintes categorias: modelos de negócios sustentáveis, empreendedorismo social e resposta às necessidades sociais. As escolhas demonstradas podem ter deixado de lado alguns enfoques presentes na literatura.

A partir da revisão sistemática da literatura, constatou-se que a definição de inovação social se encontra em construção, embora tenha sido objeto crescente de estudos. Frente a essa lacuna de pesquisa, este trabalho trouxe um importante resultado ao apresentar um *framework* de negócios envolvendo inovação social, independente do foco de análise, sem ser mutuamente exclusivo quanto à origem do negócio ou à aplicabilidade. O projeto ou negócio pode surgir no contexto do indivíduo e/ou organização, envolvendo as fases identificação, formalização, exploração da ideia e expansão, produzindo, por meio da gestão e dos *stakeholders*, impacto, valor, escala e replicação. A aprendizagem e o conhecimento da inovação social podem ser gerados a partir das ações de entrega de funcionalidades, em vez de propriedade; adotar o papel de vigilante; e encorajar a suficiência. Práticas essas pautadas na oferta para um consumo ético, responsável, com longevidade e demais propostas sustentáveis que os modelos de negócios atuais promulgam.

As implicações teóricas desse estudo consistiram em apresentar modelos advindos da literatura internacional após sintetização do portfólio obtido na revisão sistemática de literatura como primeiro produto resultante da pesquisa.

A pesquisa qualitativa, o estudo de caso e a análise de conteúdo procuraram considerar os elementos teóricos na prática das *startups* e a criação de aprendizagem e conhecimento, como resultados da pesquisa empírica realizada, segundo produto resultante do estudo. A discussão residiu, mesmo que ponderadamente, na inserção implícita daqueles elementos nos projetos de negócios das pesquisadas. Trazer à tona as *startups* e os *habitats* de inovação como agentes de transformação social requer considerar a teoria descrita, bem como inserir outras perspectivas, já que o tema não se esgota na identificação e na compreensão dos modelos utilizados nesse estudo.

Implicações gerenciais versaram primeiramente sobre a análise em um ambiente dinâmico, como o *habitat* de inovação, ao qual expressa dificuldades em mapear conhecimentos devido à rotatividade anual ou bianual dos projetos de negócios alocados. Posteriormente, o tema possibilitou a discussão de uma compreensão de aspectos implícitos, mas presentes, na visão dos gestores das *startups*, conforme evidenciados nos resultados.

Como sugestões de estudos futuros, indica-se ampliar a amostra para a pesquisa quantitativa e identificar indicadores para criação de uma escala de mensuração para o tema no referido contexto e/ou em outros.

Por fim, espera-se ter contribuído com a compreensão do tema e seu papel em *habitats* de inovação, com a ciência de sua complexidade e ambiguidade, caracterizado por fronteiras flexíveis e mutáveis, o que permite considerar modelos e *frameworks*, como o do presente estudo, como passíveis de análise não próprios de apenas um setor.

REFERÊNCIAS

- Alves, F. S. (2013). *Um estudo das startups no Brasil*.
- André, I & Abreu, A. (2006). *Dimensões e espaços da inovação social*. Finiserra, Xli, Lisboa, 121-141.
- Agostini, M. R. (2017). *O processo de inovação social como resposta aos vazios institucionais: uma análise multidimensional em diferentes contextos sociais*. Tese de Doutorado. Programa de Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos. São Leopoldo/RS.
- Avelino, F., Wittmayer, J. M., Pel, B., Weaver, P., Dumitru, A., Haxeltine, A., ... & O'Riordan, T. (2019). Transformative social innovation and (dis) empowerment. *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 195-206.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Battisti, S. (2013). *Social innovation in dynamic environments: organising technology for temporary advantage* (Vol. 2). Università di Trento.
- Battisti, S. (2018). Digital social entrepreneurs as bridges in public-private partnerships. *Journal of Social Entrepreneurship*, [s.l.], 1(24). Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/19420676.2018.1541006>.
- Battisti, S. (2013). Social innovation in dynamic environments: organizing technology for temporary advantage. *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, [s.l.], 2(6), 504-22. Inderscience Publishers. <http://dx.doi.org/10.1504/ijsei.2013.059952>.
- Bocken, N.M.P. et al. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, [s.l.], 65, 42-56. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>.
- Burkhalter, B. B. & Curtis, J. P. (1989). New Opportunities for Entrepreneurs with disabilities to start their own business. *Journal of Rehabilitation*. Alexandria: National Rehabilitation Association, 55(22), 17-19.
- Chitrao, P. (2014). Management education as a tool for developing and sustaining emerging economies. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 133, 240-248.
- Correia, A. M. M., & Gomes, M. D. L. B. (2010). Habitat de inovação PAQTCPB identificando ações de sucesso. *Gestão e Sociedade*, 4(8), 591-618.
- Correia, A. M. M. & Gomes, M. De L. B. (2012). Habitats for innovation in knowledge economy: identifying actions for success. *Review of Administration and Innovation - Rai*, [s.l.], 9(2), 32-54. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. <http://dx.doi.org/10.5773/rai.v9i2.673>.
- Crossan, M. M. & Apaydin, M. (2010). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154-1191. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>
- D'Amaro, Edison Quirino, & Comini, Graziella Maria. (2020). Inovação social nos empreendimentos sociais brasileiros: uma proposta de escala para sua classificação. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 22(1), 104-122. Epub March 09, 2020. <https://dx.doi.org/10.7819/rbgn.v22i1.4037>
- Denyer, D. & Tranfield, D. (2009). *Producing a Systematic Review*. The Sage Handbook of Organizational Research Methods. Sage Publications Ltd. Thousand Oaks, CA.
- De Sousa, I. G. B., Segatto, A. P., & da Silva-Rodrigo, R. L. M. (2017). Análise do uso de teorias organizacionais em estudos da inovação social: uma revisão sistemática da literatura nacional e internacional. *ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO*, 41.
- Edwards-Schachter, M., & Wallace, M. L. (2017). 'Shaken, but not stirred': Sixty years of defining social innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 119, 64-79.
- Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2017). Hélice Triplíce: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. *Estudos avançados*, 31(90), 23-48.
- Giglio, C. (2017). Analyzing Student Contributions to Innovative Start-ups: An Integrated Approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 237, 1544-1550.
- Igarashi, Y. & Okada, M. (2015). Social innovation through a dementia project using innovation architecture. *Technological Forecasting and Social Change*, [s.l.], 97. 193-204. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2015.01.001>.

- Howaldt, J.; Domanski, D.; Kaletka, C. Social Innovation: towards a new innovation paradigm. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 17(6), 20-44, 2016.
- Katoppo, M. & Sudradjat, I. Combining Participatory Action Research (PAR) and Design Thinking (DT) as an Alternative Research Method in Architecture. (2015). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, [s.l.], 184, 118-125. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.05.069>.
- Kerr, A., Hill, R. L., & Till, C. (2018). The limits of responsible innovation: Exploring care, vulnerability and precision medicine. *Technology in Society*, 52, 24-31.
- Labiak Jr, S. (2012). *Método de Análise dos Fluxos de Conhecimento em Sistemas Regionais de Inovação*. 234 f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em: <http://btd.eqc.ufsc.br/wpcontent/uploads/2012/06/Silvestre-Labiak-Jr.pdf>. Acesso em: 04 mai. 2019.
- Lacerda, LFB e Ferrarini, AV (2013). Inovação social ou remuneração? Reflexões sobre práticas corporativas. *Polis, Revista Latinoamericana*, 12 (35), 1-16.
- Lévesque, B. (2011). Le Potentiel D'innovation Des Entreprises Et Des Organisations De L'économie Sociale: Éléments De Problématique. *Revista Alcance*, 18, 362-386.
- Lubberink, R. et al. Innovation for Society: Towards a Typology of Developing Innovations by Social Entrepreneurs. (2017). *Journal of Social Entrepreneurship*, [s.l.], 9(1), 52-78. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/19420676.2017.1410212>.
- Luz, A. et al. (2014). Habitats de inovação e a sinergia do potencial acadêmico, tecnológico e inventivo em Ponta Grossa, Paraná, Brasil. *Revista Espacios, Caracas, Venezuela*, 35(6), 1-10.
- Maldonado, B. T., & Pereira, M. F. (2020). A Importância de uma Ampla Interação entre Universidades e os Habitats de Inovação. *Cadernos de Prospecção*, 13(1), 105.
- Malek, M. A., Gatzweiler, F. W., & Von Braun, J. (2017). Identifying technology innovations for marginalized smallholders- A conceptual approach. *Technology in Society*, 49, 48-56.
- Matei, A & Antonie, C. (2015). Complexity Theory and the Development of the Social Innovation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, [s.l.], 185, 61-66. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.371>.
- Medeiros, C. B. de, de Sousa Galvão, C. E., Correia, S., Gómez, C., & Castillo, L. (2017). Inovação social além da tecnologia social: constructos em discussão. *Race: revista de administração, contabilidade e economia*, 16(3), 957-982.
- Monteiro, Alcides. (2019). O que é a Inovação Social? Maleabilidade Conceitual e Implicações Práticas. *Dados*, 62(3), e20170009. Epub September 16, 2019. <https://dx.doi.org/10.1590/001152582019187>
- Moreira, H., & Caleffe, L. G. (2008). *Metodologia da pesquisa para o professor pesquisador*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Lamparina.
- Okano, M., & Eloy Fernandes, M. (2017). A importancia da inovação social no contexto atual: uma pesquisa bibliometrica sobre a produção acadêmica dos últimos 20 anos. *Resumo, Anais Uninove*.
- Pietrovski, et. al. (2011). *Habitats de inovação tecnológica*. Anais CONNEPI 2010: 978-85-64320-00- 0 e Minicursos CONNEPI 2010: 978-85-64320-01-7. Publicado: 18.fev.2011.
- Richardson, R. J. (2008). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Rodrigues, A. L. (2007). Modelos de gestão e inovação social em organizações sem fins lucrativos: divergências e convergências entre *nonprofit* sector e economia social. *Organizações & Sociedade*, Salvador, Bahia, 14(43), 111-128.
- Russell, M. G., & Smorodinskaya, N. V. (2018). Leveraging complexity for ecosystemic innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 114-131.
- Saji, B. S., & Ellingstad, P. (2016). Social innovation model for business performance and innovation. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
- Santos, F.M. (2009). *A Positive Theory of Social Entrepreneurship*. Fontainebleau, França, INSEAD, Social Innovation Centre. (INSEAD Working Paper Series, (EFE/ISIC). Disponível em: www.insead.edu/facultyresearch/centres/insic/.

- Santos, F. M. dos (2012). Análise de conteúdo: a visão de Laurence Bardin. Resenha de: [BARDIN, L. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011, 229p.] Revista Eletrônica de Educação. São Carlos, SP: UFSCar, v.6, no. 1, p.383-387, mai. 2012. Disponível em <http://www.reveduc.ufscar.br>.
- Schmidt, H. J. & Baumgarth, C. (2015). Brand Orientation: A Case Study Approach within the Context of Social Entrepreneurial Businesses. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, [s.l.], 175, 24-31, Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1170>.
- Schumpeter, J. A. (1961). Teoria do desenvolvimento econômico.
- Sekliuckiene, J. & Kisielius, (2015). E. Development of Social Entrepreneurship Initiatives: A Theoretical Framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, [s.l.], 213, 1015-1019. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.519>.
- Smilor, R. W. & Gill Junior, M. D. (1986). *The new business incubator*. Estados Unidos: Lexington Brooks.
- Spiegel, A., & Rodríguez, G. (2016). Students at university have mobile technologies. Do they do m-learning? *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 217, 846-850.
- Sullivan, K., Thomas, S., & Rosano, M. (2018). Using industrial ecology and strategic management concepts to pursue the Sustainable Development Goals. *Journal of Cleaner Production*, 174, 237-246.
- Treinta, F. T. et al. (2013). Metodologia de pesquisa bibliográfica com a utilização de método multicritério de apoio à decisão. *Production*, Niterói, RJ. 24(3), 508-520. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-65132013005000078>.
- Valladares, P. S. D. de A.; Vasconcellos, M. de & Di Serio, L. C. (2014). Capacidade de Inovação: Revisão Sistemática da Literatura. *Revista de Administração Contemporânea*, [s.l.], 18(5), 598-626. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20141210>.
- Veselá, D., & Klimová, K. (2013). Supporting creative industries with innovative university study programmes. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 81, 152-156.
- Wimmer, R. D., DADER, J., & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Bosch.
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2 ed. Porto Alegre: Bookman.
- Yip, A. W.H. & Bocken, N. M. P. (2017). Sustainable business model archetypes for the banking industry. *Journal of Cleaner Production*, [s.l.], 174, 150-169. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.190>.