

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

Investigação sobre Negócios Sociais e Tecnologia da Informação e Comunicação – Uma pesquisa bibliográfica.

Edgar de Souza¹, Marcelo Okano²; Giovana Fadini de Oliveira³; Odir de Almeida Veiga⁴

Resumo – Esse trabalho tem como objetivo investigar os Negócios Sociais e sua relação com a Tecnologia da Informação e Comunicação. A pesquisa bibliográfica estuda a produção acadêmica publicada na base da Web Of Science, relacionando os artigos mais influentes sobre os temas “*Social Entrepreneurship*”, “*Social Business*”, “*Base of Pyramid*” e “*Inclusive Business*”, bem como “*Role of ICT*” e “*Impact of ICT*”. A pesquisa ajudou a evidenciar a ausência de artigos que relacionem a Tecnologia da Informação e Comunicação e os Negócios Sociais. Como próximos passos, sugere-se que sejam estudadas a relação e o impacto dos investimentos em TIC para as iniciativas sociais.

Palavras-chave: Negócios Sociais, Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC, Negócios Inclusivos, Empresa Social.

Abstract – The goal of this paper is to investigate Social Businesses and its relation with Information and Communications Technology. The bibliographic research study the academic production published at Web Of Science, pointing out the most influential papers about “*Social Entrepreneurship*”, “*Social Business*”, “*Base of Pyramid*” and “*Inclusive Business*”, as well as “*Role of ICT*” e “*Impact of ICT*”.

Keywords:

Social Business, Information and Communication Tecnology – ICT, Inclusive Business, Social Entrepreneurship, Base of Pyramid.

1. Introdução

¹ Centro Paula Souza - São Paulo - Brasil – edgar.souza@cpspos.sp.gov.br

² Centro Paula Souza - São Paulo - Brasil – marcelo.okano@fatec.sp.gov.br

³ Centro Paula Souza - São Paulo - Brasil – gifadini@yahoo.com.br

⁴ Centro Paula Souza - São Paulo - Brasil – odirveiga@ceoconsultoriaempresarial.com.br

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

Os negócios sociais ganharam evidência em 2006, com a premiação de Nobel da Paz para Muhammad Yunus devido a seu trabalho com microcrédito em sua experiência no *Grameen Bank*, que tem o objetivo de reduzir a pobreza, através de concessão de empréstimos a pessoas que não possuem acesso ao sistema de crédito tradicional por não conseguirem apresentar garantias necessárias (Barki, 2015).

Prahalad (2002) assevera que a renda per capita de mais de 1/6 da população mundial – cerca de 1 bilhão de pessoas – é de aproximadamente 1 dólar por dia. Citando as Nações Unidas, Prahalad também indica que os 20% mais ricos respondiam por cerca de 70% de toda a renda do mundo em 1960, e que em 2000 esse número aumentou para 85%.

Impulsionada e pressionada por diferenças tão gritantes, a sociedade incorporou no seu seio a necessidade de atender esses conflitos com mecanismos de redução de diferenças sociais. Daí surgiram temas como responsabilidade social, sustentabilidade, negócios inclusivos, negócios para a base da pirâmide, negócios sociais, organizações híbridas etc.

Como qualquer outro negócio, boa gestão é essencial para obter resultados positivos nos Negócios Sociais e a Tecnologia da Informação e Comunicação – TIC – é ferramenta importante para garantir esses resultados. Essa pesquisa procura identificar o quanto a academia tem-se debruçado na investigação do uso da Tecnologia da Informação e Comunicação nos Negócios Sociais, com o objetivo de identificar possíveis oportunidades para novas pesquisas.

2. Referencial Teórico

A *Social Enterprise Knowledge Network SEKN* – cujo propósito é gerar e difundir informações sobre empreendimentos sociais – define negócios sociais como organizações ou empresas que geram mudança social por meio de atividades de mercado (COMINI, BARKI E AGUIAR, 2012, p. 390).

Na Europa, a *Emergence of Social Enterprise in Europe (EMES)* define negócios sociais como organizações com um objetivo explícito de beneficiar a comunidade, iniciadas por um grupo de cidadãos e em que o interesse material de investidores de capital está sujeito a limites.

Prahalad e Hart (2002) apresentam, por sua vez, o conceito de Base da Pirâmide (Base of Pyramid - BoP), o qual indicam que um mercado ainda pouco explorado são os “bilhões de aspirantes a pobres que estão acessando o mercado”. A ideia central dessa ótica é desenvolver produtos e serviços acessíveis a esse público, sem, contudo, afastar-se da geração de lucro e

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

consequente distribuição de dividendos aos acionistas. Apresentam, ainda, destaque para as empresas multinacionais, essas com maior potencial e recursos para investirem na causa de resolução de problemas sociais. Eles também alertam que fazer negócios com os 4 bilhões de pessoas mais pobres do mundo vai requerer inovações radicais na tecnologia e nos modelos de negócios.

Conforme apontado por Barki (2015), ainda não há consenso na academia sobre a definição de negócios sociais haja visto a variedade de conceitos – negócios sociais, negócios com impacto social, negócios inclusivos, negócios de impacto etc – referindo-se às organizações que almejam gerar impacto social a partir da oferta de produtos e serviços que diminuam a vulnerabilidade da população de baixa renda e, desta forma, tenham retorno financeiro.

Por outro lado e independente da definição, Pinheiro e Tigre (2015) explicam que com o uso de ferramentas digitais sofisticadas é possível aperfeiçoar e até revolucionar processos de inovação, e que o principal impacto do uso das TIC nas organizações são inovações organizacionais mais radicais envolvendo a participação de novos agentes, ferramentas digitais, arranjos organizacionais, modelos de negócios e práticas gerenciais, que podem ser combinadas para gerar novos processos, bens e serviços.

É importante que ferramentas de base tecnológica sejam empregadas aos Negócios Sociais para alavancar e expandir seu campo de atuação, permitindo, assim, reduzir as desigualdades sociais vigentes.

3. Método

Com o objetivo de identificar a produção acadêmica sobre a aplicação da Tecnologia da Informação e Comunicação nos chamados Negócios Sociais, foi realizada uma pesquisa exploratória por meio de busca bibliográfica com o objetivo de perceber o volume dessa produção acadêmica. Para essa análise bibliográfica foram pesquisados artigos da base do *Web Of Science* [v.5.22.1], onde foram buscados 4 termos diretamente relacionados com “Negócios Sociais” e dois termos relacionados com o “Papel da Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC”.

Os termos pesquisados relacionados com “Negócios Sociais” foram: 1. *Social Entrepreneurship*, 2. *Social Business*, 3. *Inclusive Business* e 4. *Base of Pyramid*.

Os quatro termos pesquisados relacionados com “Negócios Sociais” foram organizados no grupo “*Social Business*”.

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

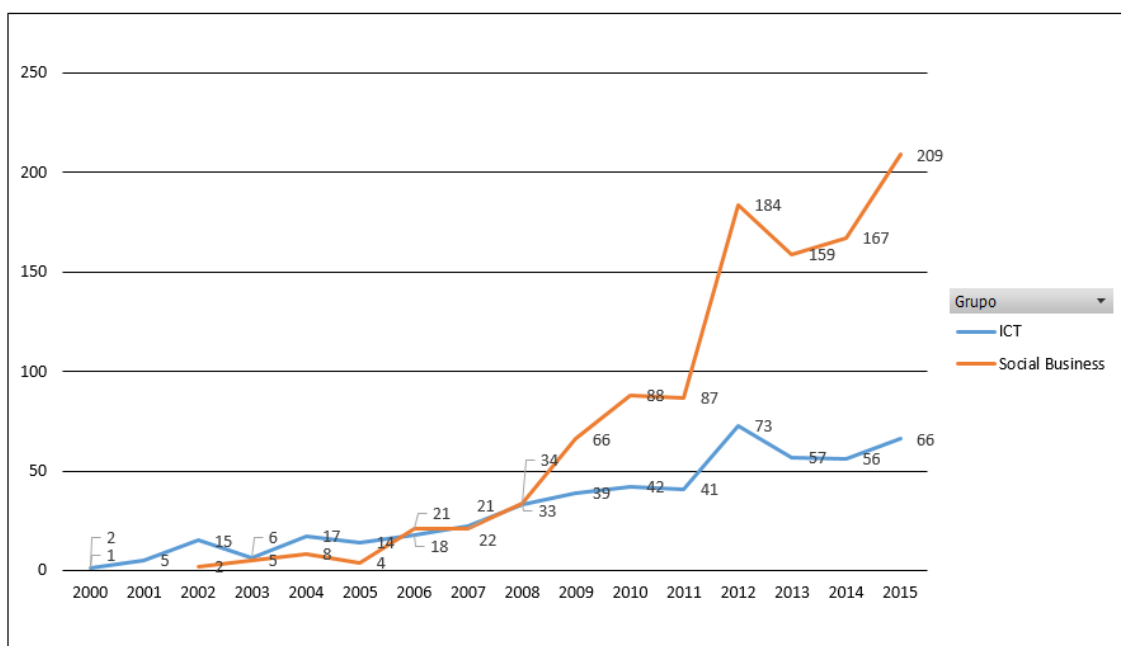
Os termos pesquisados relacionados com o “Papel da Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC” foram: 1. *Role of ICT*, 2. *Impact of ICT*.

Os dois termos pesquisados relacionados com “Papel da Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC” foram organizados no grupo “ICT”.

4. Resultados e Discussão

A Figura 1 apresenta a evolução da quantidade de artigos por grupo pesquisado. Esse resultado mostra que houve um crescimento excepcional entre 2005 e 2015, sendo que apenas em 2015 foram publicados 209 artigos sobre *Social Business*, ante apenas 4 artigos publicados em 2005.

Figura 1 – Evolução da quantidade de artigos por grupo pesquisado.



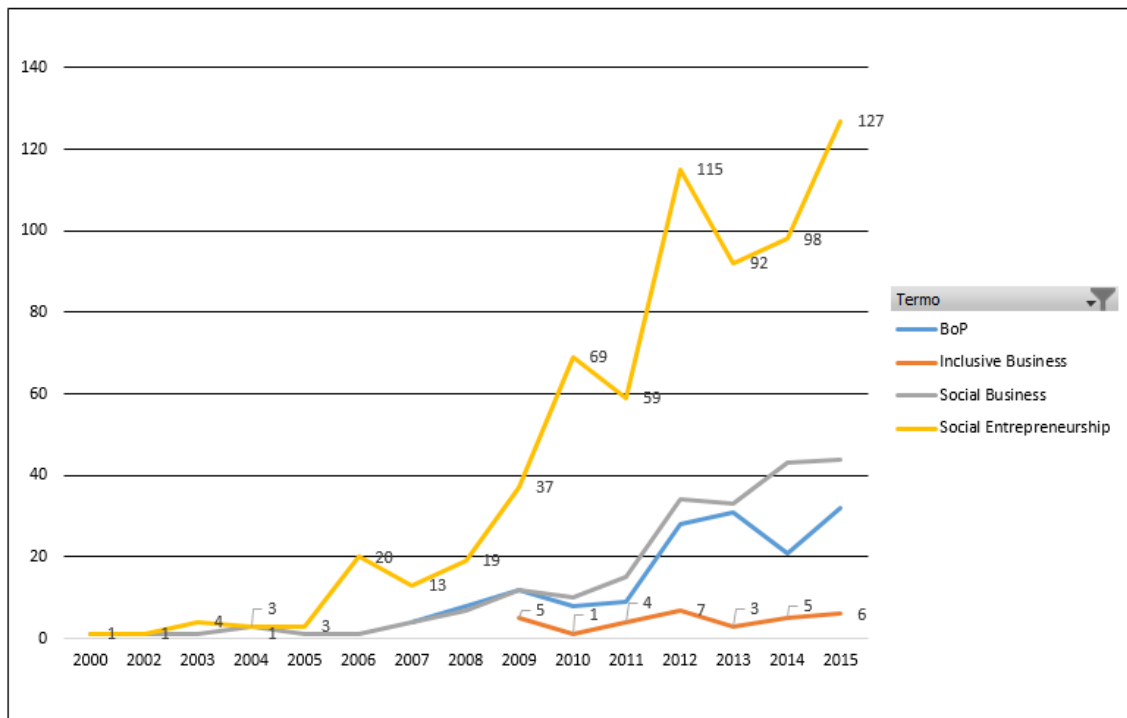
Fonte: Elaborado pelos autores.

A Figura 2 apresenta a evolução da quantidade de artigos por termo pesquisado. Esse resultado mostra que embora até 2005 a publicação por qualquer um dos 4 termos agrupados em *Social Business* estivesse estável, houve uma explosão e dominância de publicação de artigos com o termo *Social Entrepreneurship*. Comparando apenas o ano de 2015, o termo *Social Entrepreneurship* teve 127 artigos publicados, contra apenas 6 artigos

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

publicados com o termo *Inclusive Business*. Embora Barki (2015) alerte que não há consenso sobre a definição de negócios sociais, há, entretanto, preferência pelo termo *Social Entrepreneurship* em detrimento a *Inclusive Business*, *Social Business* e *Base of Pyramid*.

Figura 2 – Evolução da quantidade de artigos por termo pesquisado.

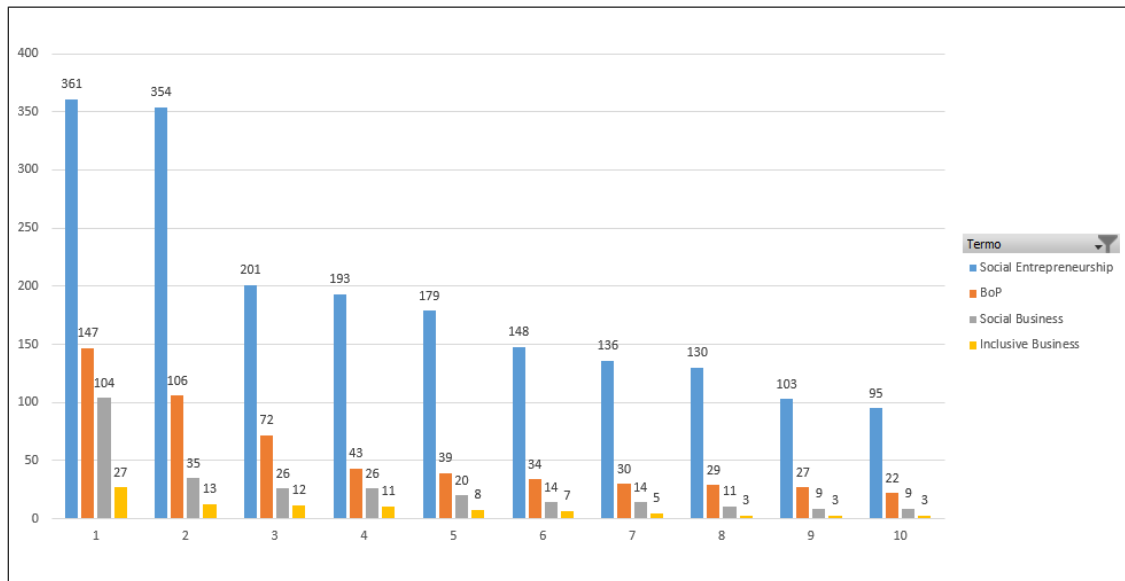


Fonte: Elaborado pelos autores.

A Figura 3 apresenta o ranking dos 10 artigos mais citados agrupado por termos. Nesse gráfico podemos perceber que o artigo mais citado do termo *Social Entrepreneurship* possui mais de duas vezes o número de citações do artigo mais citado do termo *Base of Pyramid* (361 x 147), e mais três vezes mais citações do que o artigo mais citado do termo *Social Business* (361 x 104). Percebe-se, ainda, que essa proporção perdura em todos os 10 artigos mais citados.

Figura 3 – Ranking dos 10 artigos mais citados, por termo pesquisado.

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.



Fonte: Elaborado pelos autores.

As duas próximas tabelas – Tabela 1 e Tabela 2 – listam os artigos mais citados dos dois primeiros colocados no ranking de citações por termos, a saber *Social Entrepreneurship* e *Base of Pyramid*. Nenhum dos artigos mais citados tratam da Tecnologia da Informação e Comunicação.

Tabela 1 – Dez Artigos mais citados sobre a “*Social Entrepreneurship*”.

#	Artigo	Citações
1	Austin, J; Stevenson, H; Wei-Skillern, J. Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?, 2006	361
2	Mair, J; Marti, I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight, 2006	354
3	Zahra, Shaker A.; Gedajlovic, Eric; Neubaum, Donald O.; Shulman, Joel M.. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges, 2009	201
4	Peredo, AM; McLean, M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept, 2006	193
5	Eikenberry, AM; Kluver, JD. The marketization of the nonprofit sector: Civil society at risk?, 2004	179
6	Weerawardena, J; Mort, GS. Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model, 2006	148
7	Short, Jeremy C.; Moss, Todd W.; Lumpkin, G. T.. RESEARCH IN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: PAST CONTRIBUTIONS AND FUTURE OPPORTUNITIES, 2009	136

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

8	Mair, Johanna; Marti, Ignasi. Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh, 2009	130
9	Dacin, Peter A.; Dacin, M. Tina; Matear, Margaret. Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here, 2010	103
10	Tracey, Paul; Phillips, Nelson; Jarvis, Owen. Bridging Institutional Entrepreneurship and the Creation of New Organizational Forms: A Multilevel Model, 2011	95

Fonte: Os Autores

Tabela 2 – Dez Artigos mais citados sobre a “Base da Pirâmide – BoP”.

#	Artigo	Citações
1	Karnani, Aneel. The mirage of marketing to the bottom of the pyramid: How the private sector can help alleviate poverty, 2007	147
2	Seelos, Christian; Mair, Johanna. Profitable business models and market creation in the context of deep poverty: A strategic view, 2007	106
3	London, Ted; Anupindi, Ravi; Sheth, Sateen. Creating mutual value: Lessons learned from ventures serving base of the pyramid producers, 2010	72
4	Prahalad, C. K.. Bottom of the Pyramid as a Source of Breakthrough Innovations, 2012	43
5	Ansari, Shahzad; Munir, Kamal; Gregg, Tricia. Impact at the 'Bottom of the Pyramid': The Role of Social Capital in Capability Development and Community Empowerment, 2012	39
6	Hall, Jeremy; Matos, Stelvia; Sheehan, Lorn; Silvestre, Bruno. Entrepreneurship and Innovation at the Base of the Pyramid: A Recipe for Inclusive Growth or Social Exclusion?, 2012	34
7	Olsen, Mette; Boxenbaum, Eva. Bottom-of-the-Pyramid: ORGANIZATIONAL BARRIERS TO IMPLEMENTATION, 2009	30
8	Rivera-Santos, Miguel; Rufin, Carlos. Global village vs. small town: Understanding networks at the Base of the Pyramid, 2010	29
9	Kolk, Ans; Rivera-Santos, Miguel; Rufin, Carlos. Reviewing a Decade of Research on the "Base/Bottom of the Pyramid" (BOP) Concept, 2014	27
10	Matos, Stelvia; Silvestre, Bruno S. Managing stakeholder relations when developing sustainable business models: the case of the Brazilian energy sector, 2013	22

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

Fonte: Os Autores

As duas próximas tabelas – Tabela 3 e Tabela 4 – listam os artigos mais citados com os termos *Impact of ICT* e *Role of ICT*. Nenhum dos artigos tratam sobre Social Business.

Tabela 3 – Dez Artigos mais citados sobre a “Impacto f ICT”.

#	Artigo	Citações
1	Disney, SM; Naim, MM; Potter, A. Assessing the impact of e-business on supply chain dynamics, 2004	88
2	Mokhtarian, PL; Salomon, I; Handy, SL. The impacts of ict on leisure activities and travel: A conceptual exploration, 2006	76
3	Pickavet, Mario; Vereecken, Willem; Demeyer, Sofie; Audenaert, Pieter; Vermeulen, Brecht; Develder, Chris; Colle, Didier; Dhoedt, Bart; Demeester, Piet. Worldwide Energy Needs for ICT: the Rise of Power-Aware Networking, 2008	45
4	Lenz, Barbara; Nobis, Claudia. The changing allocation of activities in space and time by the use of ICT - "Fragmentation" as a new concept and empirical results, 2007	36
5	Condie, Rae; Livingston, Kay. Blending online learning with traditional approaches: changing practices, 2007	32
6	Low, L. The Singapore developmental state in the new economy and polity, 2001	32
7	O'Mahony, M; Vecchi, M. Quantifying the impact of ICT capital on output growth: A heterogeneous dynamic panel approach, 2005	30
8	Machin, Stephen; McNally, Sandra; Silva, Olmo. New technology in schools: Is there a payoff?, 2007	30
9	Floridi, Luciano. A look into the future impact of ICT on our lives, 2007	29
10	Aldebert, Benedicte; Dang, Rani J.; Longhi, Christian. Innovation in the tourism industry: The case of Tourism@, 2011	23

Fonte: Os Autores

Tabela 4 – Dez Artigos mais citados sobre a “Role of ICT”.

#	Artigo	Citações
1	Crafts, N. Steam as a general purpose technology: A growth accounting perspective, 2004	73

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

2	Gouveia, C; Fonseca, A; Camara, A; Ferreira, F. Promoting the use of environmental data collected by concerned citizens through information and communication technologies, 2004	40
3	Sein, MK; Harindranath, G. Conceptualizing the ICT artifact: Toward understanding the role of ICT in national development, 2004	36
4	Welker, Gera A.; van der Vaart, Taco; van Donk, Dirk Pieter. The influence of business conditions on supply chain information-sharing mechanisms: A study among supply chain links of SMEs, 2008	31
5	Rangan, Subramanian; Sengul, Metin. Information technology and transnational integration: Theory and evidence on the evolution of the modern multinational enterprise, 2009	29
6	Hendriks, PHJ. Many rivers to cross: from ICT to knowledge management systems, 2001	26
7	Vilhelmson, B; Thulin, E. Is regular work at fixed places fading away? The development of ICT-based and travel-based modes of work in Sweden, 2001	23
8	Gipps, CV. What is the role for ICT-based assessment in universities?, 2005	21
9	Cardno, EJ. Managing the 'fit' of information and communication technology in community health: a framework for decision making, 2000	21
10	Valentine, Gill; Skelton, Tracey. Changing spaces: the role of the internet in shaping Deaf geographies, 2008	19

Fonte: Os Autores

5. Considerações finais

Essa pesquisa exploratória com busca bibliográfica demonstrou os volumes de artigos sobre Negócios Sociais e suas derivações.

Destacou os artigos mais influentes (mais citados) e demonstrou a relação entre eles, tanto no âmbito de quantidade de artigos publicados, quanto na relação de número de citações.

A pesquisa também ajudou a evidenciar a ausência de artigos que relacionem a Tecnologia da Informação e Comunicação e os Negócios Sociais, fato esse que desperta uma oportunidade de investigação nessa linha. Esse ponto é especialmente interessante haja visto os resultados de crescimento (curva de crescimento) dos estudos que vem sendo feito sobre Negócios Sociais, de forma tal que para garantir aquele crescimento (em produção acadêmica) é

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

importante que sejam estudados também a relação e o impacto dos investimentos em TIC para as iniciativas sociais.

Referências

Barki, E., Comini, G., Cunliffe, A., Hart, S. L., & Rai, S. (2015). Social entrepreneurship and social business: Retrospective and prospective research. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 55(4), 380-384. doi:10.1590/S0034-759020150402

Barki, E. (2015). Negócios de Impacto: Tendência ou Modismo? *GV-Executivo*, 14(1). Recuperado de <http://rae.fgv.br/gv-executivo>

C. K. Prahalad, Stuart L. Hart, *The fortune at the bottom of the pyramid*, 2002

COMINI, Graziella; BARKI, Edgard; AGUIAR, Luciana Trindade de. A three-pronged approach to social business: a Brazilian multi-case analysis. *Revista de Administração (São Paulo)*, v. 47, n. 3, p. 385-397, 2012.

EMES. European Research Network. Disponível em <<http://www.emes.net>>. Acesso em: 19/06/2016

Petrini, Maira; Scherer, Patrícia; Back, Léa. Modelo de negócios com impacto social, *RAE | São Paulo | V. 56 | n. 2 | mar-abr 2016 | 209-225*

Pinheiro, Alessandro de Orlando Maia; Tigre, Paulo Bastos. Proposta de investigação sobre o uso de software no suporte à inovação em serviços, *RAE | São Paulo | V. 55 | n. 5 | set-out 2015 | 578-592 DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020150509>*

Walchhutter, Seimor; Dias, Marcelo Romani. Proposição de um modelo para compreensão de tensões e dilemas em negócios sociais: O caso Goóc, XVIII SEMEAD - Seminários em Administração, novembro de 2015, ISSN 2177-3866

Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building social business models: Lessons from the Grameen Experience. *Long Range Planning*, 43(2-3), 308-325. doi:10.1016/j.lrp.2009.12.005