



Encontro Internacional sobre Gestão
Empresarial e Meio Ambiente

INOVAÇÃO SOCIAL EM INICIATIVAS EMPRESARIAIS: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE CACOAL/RO

NILZA DUARTE ALEIXO DE OLIVEIRA

Fundação Universidade Federal de Rondônia
nilza@unir.br

SUZENIR AGUIAR DA SILVA SATO

Fundação Universidade Federal de Rondônia UNIR
suzi@unir.br

ANDREIA DUARTE ALEIXO

Universidade Federal de Rondônia - Unir
andrea-aleixo@unir.br

MARILUCE PAES DE SOUZA

Universidade Federal de Rondônia
mariluce@unir.br

DANIELE DOS SANTOS

Fundação Universidade Federal de Rondônia
danicacoal19@hotmail.com

INOVAÇÃO SOCIAL EM INICIATIVAS EMPRESARIAIS: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE CACOAL/RO

SOCIAL INNOVATION IN ENTREPRENEURSHIP: A STUDY IN THE CITY OF CACOAL/RO

Área temática 3 - Inovação Sustentável

RESUMO

A literatura aponta a inovação social como uma ferramenta de mudanças sociais que tem como objetivo a transformação na qualidade de vida do maior número de pessoas na sociedade através do combate dos problemas socioeconômicos. Esta pesquisa teve como objetivo geral analisar se as iniciativas empresariais que visam a redução da pobreza e a inclusão social se configuram como inovação social. Para atingir os objetivos desse estudo foi realizada pesquisa exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa, os dados foram coletados com o uso de roteiro semi-estruturado. Foram pesquisadas 20 (vinte) empresas do Município de Cacoal-RO dos ramos de concessionárias, frigoríficos, instituições financeiras, supermercados e cerâmicas, no período de 8 a 31 de março de 2015. Como resultados do estudo identificou-se que, as práticas de inovação social realizadas no município de Cacoal-RO não são uma realidade na maioria das empresas pesquisadas, no entanto, constatou-se que as práticas sociais mais comuns realizadas por essas empresas são de filantropia e responsabilidade social, ações essas que não são capazes de solucionar os problemas sociais das comunidades. Concluiu-se que, a maioria das empresas pesquisadas procuram contribuir de alguma maneira com a sociedade, seja, através das ações de filantropia, responsabilidade social ou inovação social.

Palavras-Chave: Inovação Social. Responsabilidade Social. Filantropia. Iniciativas Sociais. Iniciativas Empresariais

ABSTRACT

Literature points to social innovation as a social change tool that aims to transforming the quality of life of many people in society by tackling the socio-economic problems. This research aimed to analyze if entrepreneurial initiatives aimed at poverty reduction and social inclusion are characterized as social innovation. To reach the goals of this study it was performed exploratory and descriptive research, with qualitative approach, data were collected using semi-structured script. Twenty (20) companies were surveyed in the city of Cacoal such as dealerships, slaughterhouses, financial institutions, supermarkets and ceramics, from 8th to 31st March 2015. As study results it was identified that, social innovation practices carried out in Cacoal/RO are not a reality in most of the companies surveyed, however, it was found that the most common social practices carried out by these companies are philanthropy and social responsibility, and these actions are not able to solve the social problems of the communities. It was concluded that, most of the surveyed companies try to contribute somehow to society, being through philanthropy actions, social responsibility or social innovation.

KEYWORDS: Social Innovation; Social Responsibility; Philanthropy. Social Initiatives; Entrepreneurial Initiatives.

1 INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento do sistema capitalista no período da revolução industrial e com o avanço da globalização houve uma significativa expansão dos mercados no sentido econômico, que foi capaz de proliferar a economia e o crescimento dos países. No entanto, os abusos cometidos pelas empresas, para alcançar o lucro e a competitividade foram hostilizados pela sociedade, principalmente, no que se refere ao uso desregrado dos recursos naturais, bem como o crescimento das desigualdades sociais.

Todavia, percebeu-se que o mundo necessita de empresas que tenham como propósito algo maior do que a busca pelo lucro e competitividade, ou seja, de um propósito que transcenda a busca por dinheiro, precisam de estratégias que promovam a sustentabilidade e que, sobretudo, reconheçam que é possível ganhar dinheiro fazendo boas coisas (HART *et al*, 2013). Contudo, as empresas ocupam um importante papel na sociedade, produzindo bens e serviços que possam satisfazer as necessidades de seus clientes. No entanto, as empresas não geram apenas lucros e riquezas, elas também contribuem para a criação de empregos e geração de renda, além de contribuir com o desenvolvimento social e econômico do país.

A contribuição das empresas no processo de combate dos problemas sociais é de extrema importância para a sociedade, bem como para seu próprio desenvolvimento, ou seja, a estabilidade da sociedade torna empresas mais estáveis. É neste contexto, que a inovação social surge, como uma das formas de se buscar alternativas viáveis, definitivas e sustentáveis para o futuro da sociedade humana, que perpassa a ideia de Responsabilidade Social Corporativa e Filantropia, que seguem um caminho mais orientado para o assistencialismo, ou seja, amenizam os problemas sociais de forma aleatória.

Diante disto surge o seguinte questionamento: as iniciativas empresariais do município de Cacoal que tem como finalidade a redução da pobreza e a inclusão social podem ser tratadas como inovação social?

Portanto, teve como objetivo geral analisar as iniciativas empresariais que visam à redução da pobreza e a inclusão social e se essas iniciativas sociais se configuram como inovação social.

Quanto à metodologia, trata-se de um estudo exploratório e descritivo com abordagem qualitativa e método dedutivo. Utilizou-se da pesquisa bibliográfica e de campo, com coleta de dados por meio de roteiro semiestruturado em entrevistas com gestores de 20 (vinte) empresas dos seguintes segmentos: (2) frigorífico, (2) cerâmicas, (4) supermercados, (8) instituições financeiras e (4) concessionárias. A coleta de dados aconteceu no período de 8 a 31 de março de 2015.

Pode-se considerar que as empresas pesquisadas possuem boas condições financeiras e uma boa imagem de suas marcas na região em que estão inseridas, mas as principais práticas sociais desenvolvidas pelas empresas pesquisadas são de filantropia e responsabilidade social e, que a inovação social não é uma prática na maioria das empresas foco desse estudo.

2 INOVAÇÃO

A inovação até o século XVII era apenas informal e baseada no empirismo, onde o objetivo era apenas resolver problemas de técnicas. Era de caráter artesanal e o caminho de evolução estava diretamente ligado às questões econômicas, mantendo-se longe do caráter intelectual e contemplativo. A atividade de solucionar problemas era do gerente responsável pela atividade produtiva o qual corrigia os erros necessários. Um processo lento, com procedimentos técnicos, porém não tão menos dependente de conhecimentos empíricos e individuais (ZAWISLAK, 1994).

Somente com a evolução das sociedades industriais a partir do século XVIII por consequência de suas atividades que houve a percepção da necessidade de buscar a inovação, buscar maneiras diferentes de produzir produtos, aprimorar processos de produção, e buscar novas matérias primas, pois o mercado já exigia esse processo das empresas (ZAWISLAK, 1994).

Segundo a Lei 10.973/2004 (BRASIL, 2004) que trata de incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, inovação consiste na introdução de algo novo ou aperfeiçoado no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços. Ela está ligada a competitividade e a lucratividade, tendo como principal elemento a inovação tecnológica de bens ou serviços, enquanto condição de crescimento (OLIVEIRA, 2013).

Inovação é ter uma ideia que outros ainda não tiveram, nem mesmo os concorrentes, e inseri-la no mercado com sucesso. A inovação também pode ser a prática de solucionar pequenos ou grandes problemas, e buscar soluções para mudar algo que já é feito sempre da mesma maneira, como produtos, serviços ou processos (SIMANTOB; LIPPI, 2003).

Os procedimentos de inovação transmitem benefícios e resultado diretos e indiretos para as empresas. Por isso, vários países têm implantado inovação em seus programas de governo e outras iniciativas para incentivar a inovação nas empresas. No Brasil, há um esforço considerável de apoio e incentivo às empresas inovadoras como, por exemplo, a criação da lei 10.973/2004 de incentivo há inovação. Experiências de todo o mundo concordam que aquelas empresas que inovam são também as que mais exportam, e são as mais bem sucedidas (MBC, 2008).

Segundo o Manual da Oslo (OECD, 2005) há quatro tipos de inovações que encerram um amplo conjunto de atividades das empresas, são eles:

- a) **Inovação de produto** – é a introdução de um bem ou serviço novo ou melhorado tanto nas suas características como no uso previsto. Incluem-se nesses melhoramentos as especificações técnicas, os componentes e materiais, os *softwares* incorporados, bem como a facilidade de uso ou outras características ligadas à funcionalidade.
- b) **Inovação de processo** - consiste na implementação de um método de produção ou distribuição novo ou melhorado. Incluindo mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou *softwares* (OECD, 2005). São mudanças ocorridas no sistema de se fazer produtos ou serviços. Sejam na distribuição, no desenvolvimento de novas formas de fabricação ou nos novos meios de se prestar serviços (MBC, 2008).

- c) **Inovação de Marketing** - sendo um novo método de *marketing* que traz mudanças significativas na fabricação de produto ou de sua embalagem, no posicionamento do produto, na sua promoção ou na fixação de preços (OECD, 2005).
- d) **Inovação organizacional** - que consiste em um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas (OECD, 2005). Quando são adaptadas ou quando são desenvolvidos novos métodos de organização e de gestão, no local de trabalho ou nas relações da empresa com o mercado, fornecedores ou distribuidores (MBC, 2008).

Além destes tipos de inovação tratados no Manual de Oslo (2005), existem outros tipos de inovação como, por exemplo:

- a) **Inovação ambiental** consiste na introdução de ações na organização, considerando a qualidade de produtos, os processos e o mercado, com graus de novidades diferentes, podendo apenas ser melhorias incrementais que possam aumentar o desempenho de algo que já exista ou radical, que promova algo completamente inédito, tendo como objetivo principal a redução dos impactos ambientais das empresas. (ANGELO; JABBOUR; GALINA, 2011).
- b) **Inovação interorganizacional** - consiste na cooperação entre as organizações com o objetivo de aproveitar oportunidades e desenvolver inovações, as empresas que estão filiadas a *clusters* possui maiores chances de apresentar vantagens competitivas do que as empresas que não fazem parte desse grupo (BOSSINK, 2007; BOEHE *et al*, 2011).
- c) **Inovação social** - pode ser definida como sendo uma solução para um problema social que seja mais eficiente, eficaz e sustentável e que crie valor para a sociedade como um todo e não apenas valor a um único indivíduo (PHILLS JR; DEIGLMEIER; MILLER, 2008).

Considerando o tema proposto para a pesquisa, a seção 3 será dedicada à inovação social com mais profundidade, tratando de conceitos, características, objetivos e práticas.

3 INOVAÇÃO SOCIAL

Antes dos conceitos e definições de inovação social é preciso compreender o conceito de responsabilidade socioambiental e a filantropia, de forma que seja possível diferenciar as práticas e resultados de cada um.

Segundo Tenório (2006) responsabilidade social é o compromisso da empresa com a sociedade, buscando melhorar a qualidade de vida das comunidades. Considera-se que a responsabilidade social é um compromisso da empresa com seus colaboradores, clientes, fornecedores, comunidade e o meio ambiente. Para Serpek (2006), a responsabilidade social nada mais é do que as ações empresariais para satisfazer os requisitos da legislação e de coerções da sociedade, e também satisfazer as normas internacionais que tem exigido das empresas práticas sociais.

A sociedade e o mercado têm cobrado do empresariado ações que possam atender de maneira eficiente as necessidades sociais buscando minimizar não somente as desigualdades sociais existentes, mas também o impacto negativo causado pelo desenvolvimento de atividades de alguns setores da economia. E um dos meios de diminuir esses impactos negativos é através da responsabilidade social (ARANTES, 2006). As empresas, que adotam um comportamento socialmente responsável, são poderosos agentes de mudança ao assumirem parcerias com a sociedade civil e com o Estado, na constituição de um mundo economicamente mais próspero e socialmente mais justo (RICO, 2004).

Já a filantropia trata das ações de benemerência da empresa por meio de participações em campanhas sociais isoladas ou doações aleatórias que faz a instituições sociais, o conceito de responsabilidade social possui uma amplitude muito maior (SANTOS, 2003).

Segundo Borger (2001), consiste na discriminação de ações tomadas pela gerência da empresa em resposta aos problemas sociais e representam os papéis voluntários que os negócios assumem onde a sociedade não prevê perspectiva clara e precisa como acontece nos outros componentes. As expectativas são organizadas pelas normas sociais e ficam por conta do julgamento individual de cada gestor e de cada corporação.

Quanto à inovação social, segundo Bignetti (2011), é a consequência do conhecimento aplicado às necessidades sociais, através da participação e da colaboração de toda a sociedade, gerando soluções novas para os problemas sociais, sendo essas soluções duradouras para os grupos sociais, comunidades ou até mesmo para a sociedade em geral. Os principais fins deste tipo de inovação é gerar valor e benefícios coletivos. “Por si só, a palavra “social” remete a algo que é coletivo ou comunitário, por isso revelam um conjunto de necessidades e desejos que estão ligados à sociedade” (BORGES, 2014, p.32).

A inovação social está relacionada em fazer algo novo e/ou melhorado e que possa beneficiar a sociedade como um todo. Segundo Mulgan *et al* (2006), a inovação social se refere a ideias que sejam novas, que tenham como objetivo o social, e seja capaz de satisfazer as necessidades sociais e sejam desenvolvidas e propagadas através de organizações cujo objetivo principal é o social, isso diferencia de inovação de negócios do qual objetivo principal é a maximização de lucro.

Considerando, então, os conceitos apresentados de Responsabilidade Social e Filantropia, pode-se dizer que a responsabilidade social baseia-se apenas em transmitir à sociedade uma nova visão, de ética e de transparência, ou seja, a de que a organização busca contribuir com a sociedade ajudando a amenizar algum tipo de problema social. Pode-se dizer também que as ações de filantropia não são capazes de resolver os problemas sociais, pois são pequenas ações aleatórias feitas pelas empresas para ajudar as instituições sociais, elas apenas atendem a problemas emergenciais. Já as ações de inovação social modificam a vida das pessoas, geram autonomia e resolvem os problemas sociais. São ações de longo prazo que visam combater os problemas sociais, como a pobreza e a desigualdade social (ANAZ, 2014; SERPEK, 2006; BORGER, 2001).

Seja qual for à natureza da inovação social, ela possuirá relação com diferentes integrantes da sociedade, processos, objetos e sistemas mais ou menos complexos, uma melhor

organização dos seus elementos possibilita a realização de novos arranjos ou novas funções sócio-organizacionais. (ROLLIN; VICENT, 2007).

A figura 1 apresenta alguns exemplos de inovação social, de acordo com os conceitos tratados na seção anterior.

INOVAÇÃO SOCIAL	PRÁTICA	OBJETIVO	RESULTADO
<i>Grameen Bank</i> - Fundado por Muhammad Yunus	Empréstimo de dinheiro às pessoas mais necessitadas, castigadas pela pobreza, pessoas que eram rejeitadas por bancos tradicionais, pois elas não tinham o que dar em garantia pelo dinheiro emprestado.	O objetivo de Yunus foi de promover a criação de emprego e a geração de renda nas comunidades mais necessitadas, incentivando, principalmente, o empreendedorismo, sempre em bases sustentáveis e avesso ao voluntariado.	Milhares de pessoas foram beneficiadas com crédito oferecido pelo banco, sendo a maioria mulheres. Através do banco os beneficiários abriram seu próprio negócio, fazendo com que essas pessoas saíssem da linha da miséria e garantissem sua própria renda.
Banco de Palmas	Primeiro Banco comunitário do Brasil, fundado em 1998, no conjunto Palmeira, na periferia de Fortaleza. Desenvolveu um sistema econômico que conta com uma linha de microcrédito. A gestão do banco é feita pela própria comunidade, envolvendo a coordenação, gestão e administração dos recursos; sistema integrado de desenvolvimento local, que promove crédito, produção, comercialização e capacitação ao mesmo tempo, e o circulante local (PALMAS), complementar à moeda oficial ou real.	Atender as necessidades de produtores e consumidores, sendo instrumentos de incentivo ao consumo local (cartão de crédito e moeda social circulante) e alternativas de comercialização (feiras e lojas solidárias), promovendo a geração de emprego e renda para diversas pessoas na comunidade e região.	Criou um mercado solidário na comunidade, criando um mercado solidário entre as famílias, trazendo o crescimento a região e melhorando a renda das famílias e o desenvolvimento da região.
Escola Fundação Bradesco	Proporciona as melhores práticas de educação pedagógica do Brasil e do mundo. Ainda proporciona assistência médico-odontológico, uniformes, alimentação e materiais. A escola esta instalada nas regiões mais carentes socioeconômicas. A renda para manter a instituição é de sua parte como acionista do banco Bradesco.	Objetivo da escola é proporcionar educação e profissionalização para crianças, jovens e adultos.	Na região norte são mais de 17.000 alunos, na capacitação técnica o número de matrículas para área de administração, representa 43% dos alunos matriculados nas escolas. Com taxa de aprovação de 95%, 92 % são alunos que moram na própria comunidade. Contribuindo com a formação de milhares de jovens e adultos, desde a educação básica até a capacitação técnica.
Fundação Telefônica Vivo	A fundação desenvolveu a plataforma de desenvolvimento de empreendedorismo.	O objetivo é trabalhar com jovens de comunidades mais pobres para que eles desenvolvam projetos inovadores com o uso de tecnologias.	Capacitação dos jovens, para o mercado de trabalho, podendo eles mesmos desenvolver seu próprio negócio. Além de contribuir para o desenvolvimento da comunidade, gerando emprego e renda.

Figura 1- Práticas de inovação social

Fonte: Fundação Bradesco (2014); Melo Neto Segundo (2008); SILVA (2014); Yunus; Moingeon; Lehmann-Ortega (2010); Ribeiro (2009)

A Telefônica Vivo e o Banco Bradesco, conforme evidencia na figura 1, demonstram ações de inovação social no âmbito empresarial, ou seja, o direcionamento de parte de seus lucros como forma de melhorar a qualidade de vida das comunidades, bem como criar alternativas para gerar emprego e renda, por meio de formação educacional e fomentar novas idéias por meio do empreendedorismo.

Esses exemplos são considerados formas de inovação social capazes de mudar a vida das pessoas, seja, com a educação escolar, ou com o incentivo ao empreendedorismo. Através da união de diversos atores da comunidade pode-se desenvolver mecanismo de mudanças sociais. Como nos casos citados, percebe-se a importância da inovação social na sociedade.

4 METODOLOGIA

Com base nos objetivos e no problema constituído na concepção da pesquisa delineou-se os procedimentos metodológicos.

No que se refere aos objetivos, caracteriza-se como exploratória e descritiva. “A pesquisa exploratória têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2008, p.27). Já a pesquisa descritiva tem por objetivo interagir abertamente com os personagens, com a intenção de compreender quais as condições específicas do objeto de estudo, a realização da coleta de dados, estabelecendo relação entre as variáveis, conhecendo assim características daquele grupo (GIL, 2008).

Quanto aos procedimentos de pesquisa bibliográfica e de campo em abordagem qualitativa. A pesquisa bibliográfica desenvolveu-se com a utilização de revistas e periódicos, artigos científicos, dissertações, dentre outros.

A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas baseadas em um roteiro semi-estruturado, onde participaram da pesquisa administradores ou proprietários de maiores empresas do município de Cacoal, dos seguintes segmentos: supermercado, instituições financeiras dentre elas as cooperativas de crédito, concessionárias, cerâmicas e frigoríficos.

A escolha desses seguimentos apóia-se na ideia de que tais organizações possuem maior capacidade financeira, bem como na possibilidade de destinação de partes de seus lucros para o desenvolvimento de projetos de caráter social.

Para se chegar ao quantitativo de empresas dos segmentos comerciais selecionados para a pesquisa recorreu-se à Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo de Cacoal (SEMICT). De posse da listagem de empresas procedeu-se a seleção das mesmas nos segmentos priorizados na pesquisa, sendo essas empresas as maiores pagantes de ISS para o município de Cacoal-RO, conforme relatório. O quantitativo de empresas e de entrevistas realizadas consta da figura 2.

Ramo de atividade	Quantitativo de empresas informadas pela SEMICT	Quantitativo de empresas pesquisadas
Concessionárias	4	4
Cerâmicas	3	2
Frigoríficos	2	2
Supermercados	5	4
Instituições financeiras	8	8
Total	22	20

Figura 2 – Quantitativo de empresas participantes da pesquisa
Fonte: pesquisa de campo (2015)

A pesquisa, por meio de entrevistas e roteiro semi-estruturado foi realizada no período de 08 de março a 31 de março de 2015, nas 20 (vinte) empresas selecionadas dos ramos de supermercado, instituições financeiras, concessionárias, cerâmicas e frigoríficos.

Após a coleta de dados, os mesmos foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo, seguindo as orientações de Gil (2008): 1º pré-análise onde inicia-se geralmente com os primeiros contatos com os documentos (roteiro de pesquisa); 2º preparação do material para análise; e 3º análise de conteúdo dos dados coletados nas entrevistas com uso do roteiro semi-estruturado e com base no material bibliográfico.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta sessão serão apresentados os resultados dos dados coletados por meio da pesquisa de campo, a qual foi aplicada nos ramos de supermercados, concessionárias, frigoríficos, cerâmicas e instituições financeiras do município de Cacoal. Questionou-se aos entrevistados se as empresas devem contribuir para a melhoria da qualidade de vida de pessoas com vulnerabilidade socioeconômica, visando uma sociedade mais justa ou esta situação é um problema do governo e o mesmo deve buscar alternativas resolvê-lo.

A maioria dos pesquisados responderam que os problemas de vulnerabilidade socioeconômicos devem ser resolvidos pelo governo em conjunto com as empresas. Mas, que o maior responsável para solucionar ou amenizar esses problemas sociais e econômicos é o governo, já que as empresas pagam muitos impostos e não têm incentivos fiscais ou financeiros suficientes para realizar esse tipo de ações.

Sobre quais os problemas de vulnerabilidade social que as empresas conhecem e que estão presentes nas comunidades, junto aos funcionários ou com a família deles, os principais problemas identificados estão destacados na figura 3.

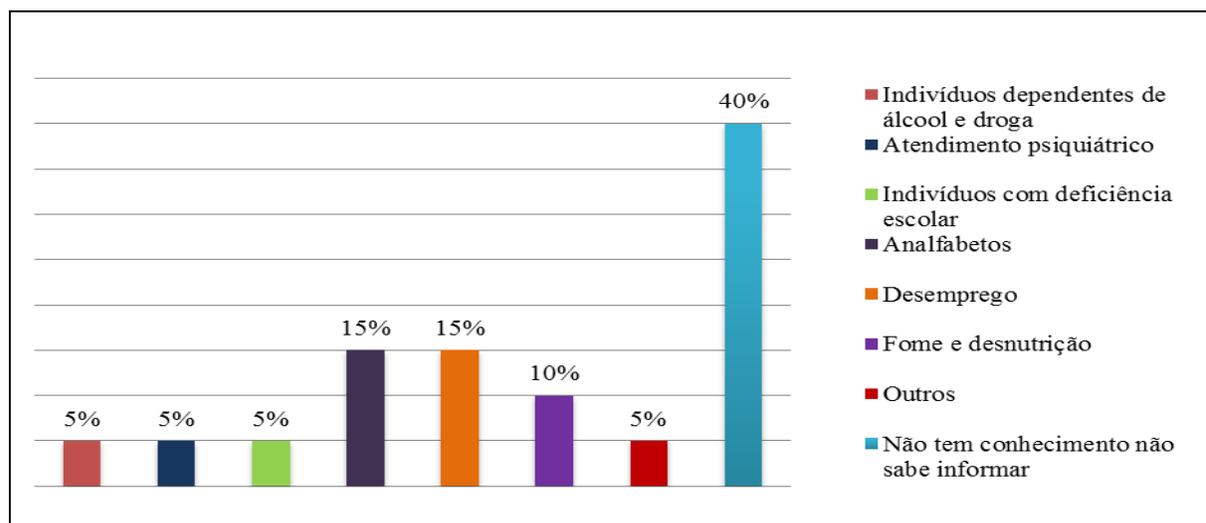


Figura 3: Problemas de vulnerabilidade econômica identificados na comunidade, funcionários e familiares.

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

A figura 3 evidencia que, 40% dos gestores das empresas pesquisadas desconhecem qualquer tipo de problema de vulnerabilidade socioeconômica na empresa ou na comunidade externa.

Quando questionados sobre o que fazem para solucionar ou amenizar os problemas de vulnerabilidade social que têm conhecimento, as empresas do ramo de cerâmicas e do ramo de concessionárias informaram que já desenvolveu alguma prática social.

Das duas cerâmicas pesquisadas uma levou professores até a empresa, estruturou uma sala de aula, doou material escolar para que os funcionários analfabetos pudessem ser alfabetizados. E, a outra cerâmica nos casos de pessoas desempregadas nas famílias dos funcionários, disseram fazer análise do curriculum dessas pessoas e caso atendam o perfil de funcionário que a empresa almeja, a mesma os contratam, o mesmo ocorrem em uma das quatro concessionárias pesquisadas.

As demais empresas pesquisadas informaram que elas têm conhecimento de algum problema de vulnerabilidade socioeconômica, porém não é feito nenhuma ação para amenizar ou solucionar os problemas identificados.

Quanto às ações sociais feitas pelas empresas em forma de doações, percebe-se que a destinação desses recursos são para as mesmas entidades, como pode ser observado na figura 4.

Setor	Ação	Beneficiários
Concessionárias	Doação em dinheiro	CERNIC, ABISAI, Rotary clube, São Camilo.
Supermercados	Doações em alimentos (cesta básica) e frutas e legumes não comercializáveis, mas que podem ser consumidos.	Casa de apoio Hospital São Daniel Comboni, ABISAI, CERNIC, São Camilo, Casa da Sopa.
Frigoríficos	Doação de produto (carne) e dinheiro	CERNIC, ABIC, APMC
Cerâmicas	Dinheiro e Material (telhas e tijolos)	CERNIC, Bombeiro, Policia Militar
Instituições Financeiras	Doações em dinheiro	CERNIC, São Camilo, ABISAI, doações para campanhas de saúde municipal.

Figura 4: Doações para entidades filantrópicas

Fonte: dados da pesquisa (2015)

Quanto à participação em campanhas sociais de agasalho, sangue ou de alimentos promovidas por outras entidades, 70% responderam participar de alguma delas, principalmente em campanhas de arrecadação de alimentos realizadas nos finais de ano.

As ações de prestação de serviços voluntários, a participação das empresas pesquisadas em campanhas sociais, bem como as ações descritas na figura 4 são caracterizadas como filantropia.

Segundo Tenório (2006), a filantropia empresarial é ações de caráter assistencialista, ações essas feitas de maneira temporária e aleatória, por meio de doações financeiras e materiais, para amenizar os problemas temporários da comunidade externa. As empresas participam dessas ações com objetivo de evidenciar para a comunidade uma ideia de preocupação com os problemas sociais ocorridos na mesma (CUNHA, 2005).

Quanto à contratação de pessoas portadoras de necessidades especiais (PNEs), percebe-se uma grande variação com relação ao ramo de atividade das empresas, como demonstra a figura 5.

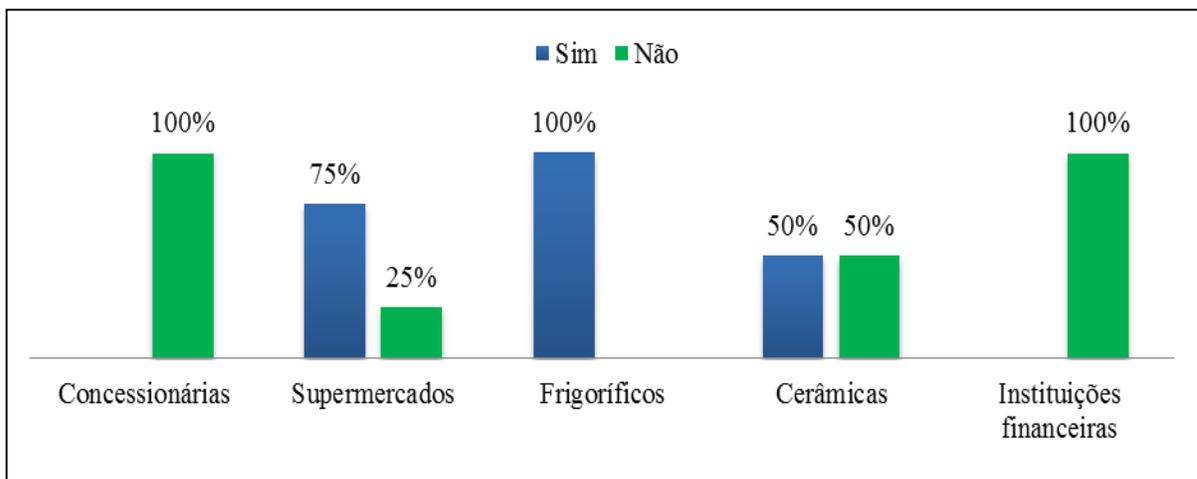


Figura 5: Portadores de necessidades especiais nas empresas.

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Como demonstra a figura 5, as empresas dos ramos de frigoríficos, as cerâmicas e os supermercados pesquisados possuem (PNEs,) o mesmo não ocorre nos ramos de concessionárias e instituições financeiras. As empresas que empregam os (PNEs) dizem que não seguem apenas a legislação, já que muitas delas ultrapassam número de funcionários (PNEs) exigido pela lei, e vêem essa ação como uma forma de responsabilidade social.

No caso das instituições financeiras apenas suas matrizes tem contratado funcionários (PNEs) para atender a legislação, segundo os pesquisados o percentual de contratação de deficientes exigido em lei, cujo procedimento de cálculo se dá pelo total geral de funcionários da empresa (filiais e matriz) e não pelo total de funcionários por filial.

No que diz respeito às concessionárias, não há exigência legal para que as empresas contatem pessoas (PNEs) segundo elas também não há restrição alguma em contratá-los, desde que tenha o perfil procurado pela empresa.

Cabe ressaltar que a Legislação que regulamentava a contratação de Pessoas Portadoras de Necessidades Especiais, a Lei 8.213/1991 (BRASIL, 1991), estabelece em seu art.93 que, a empresa com 100 (cem) ou mais empregados está obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência.

Questões de responsabilidade ambiental também foram aplicadas junto aos respondentes. Quando à destinação do lixo considerado comum e o de produção das empresas, estas praticam diversas ações, conforme pode ser observado na figura 6, que mostra o tipo de lixo e a destinação deles por ramo de atividade.

Ramo de atividade	Tipo de Lixo/Destinação		Tipo de Lixo/Destinação	
	Comum		Produção	
Concessionárias	Papeis Papelão e plásticos	Coleta municipal	Óleo, pneu, estopa, peças,	A retirada desses materiais é feita por empresas especializadas no tratamento e reciclagem.
Supermercados	Papeis Papelão e, plásticos e vidro	Coleta municipal	Frutas, legumes e verduras que não são comercializados, mas que estão em bom estado para ser consumido.	Alimentos que não estão em bom estado para a comercialização, mas que podem ser consumidos são doados para entidades filantrópicas ou para sitiantes tratem de animais.
Frigoríficos	Papeis Papelão e plásticos	Coleta municipal	Pêlo e gordura	Venda e compostagem
Cerâmicas	Papeis e plásticos	Coleta municipal	Restos de telhas e tijolos	Usado para recapar o chão na própria empresa
Instituições Financeiras	Plásticos	Coleta municipal	Papéis	São picotados e queimados

Figura 6: Destinação do lixo comum e de produção

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Conforme dados da figura 6, identificou-se que o lixo comum (papeis, papelão, plástico e vidro) de todas as empresas tem a mesma destinação, a coleta municipal. Os resíduos de produção de maneira geral possuem destinação consciente, não são jogados na natureza e no caso dos materiais das concessionárias são tratados por empresas especializadas que os reciclam.

Com relação à preocupação com a qualidade dos produtos, com a forma de produção e exploração, buscou-se identificar se os seus fornecedores possuem ações capazes de diminuir os impactos ambientais, 60% dos gestores responderam não ter conhecimento sobre a maneira que os fornecedores exploram seus produtos e, 40% dos gestores que responderam sim, tentam saber se os fornecedores têm explorado o meio ambiente de maneira consciente, buscando conhecer a responsabilidade da empresa fornecedora para diminuir os problemas ambientais.

Ainda, sobre as ações ambientais das empresas quanto ao uso de água, energia e papel, 35% delas fazem apenas conscientização com os funcionários, buscando a economia de papel, água e energia, principalmente, de energia devido aumento no valor das contas, 65% possuem algum método de controle com o objetivo de diminuir o desperdício desses materiais como, por exemplo: possuem gerador de energia, poço artesiano, equipe de controle de qualidade, controle feito no orçamento pelas matrizes e equipamentos mais econômicos.

As ações sociais como o apoio a atividades culturais e esportivas, a preocupação com a qualidade dos produtos, uso de água, energia e papel, bem como os casos tratados na figura 5 e 6 são consideradas ações de responsabilidade social, ou seja, o compromisso das empresas com a sociedade, um meio de diminuir a intimidação da sociedade e satisfazer as exigências legais. A responsabilidade social não se limita apenas em doações, ela vai além, através dela são

desenvolvidas parcerias com a comunidade, governo e até o envolvimento do corpo de funcionários nos projetos da empresa (BORGER, 2001; TENÓRIO, 2006; SERPEK, 2006).

Para atender ao objetivo geral proposto na pesquisa, que consiste em analisar se as iniciativas empresariais que visam à redução da pobreza e a inclusão social se configuram como inovação social, a pesquisa de campo buscou identificar essas ações as quais foram listadas na figura 7.

Atividade	Ação	Classificação
Concessionárias		
C1	Projetos voltados à sustentabilidade, preservação e conservação do meio ambiente. Ex: conservação de corais, projeto arara azul. Projeto é financiado pela entidade. O estado de Rondônia ainda não é contemplado com esses projetos.	Responsabilidade Social
C2	Não desenvolve projeto social	-----
C3	Financia o Campeonato Estadual de Futebol de Rondônia.	Responsabilidade Social
C4	Projeto realizado anualmente, que conta com atendimento a saúde, esporte, cultura. Sendo realizado em parceria com outras entidades. Contribui financeiramente (mensal) com o projeto música na comunidade, realizado pela Polícia Militar no município, que atende crianças carentes das comunidades mais carentes da cidade. A empresa não tem feito acompanhamento do projeto.	Responsabilidade Social
Supermercados		
S1	Doação financeira (mensal) para o CERNIC	Filantropia
S2, S3 e S4	Não desenvolvem projetos sociais	-----
Frigoríficos		
F1	Mantém com demais empresas o Instituto Germinare em São Paulo, que oferece educação do ensino fundamental ao médio, além do programa jovem gestor. Em 2015 tem atendido cerca de 500 crianças.	Inovação Social
F2	Doação financeira (mensal) para o CERNIC	Filantropia
Cerâmicas		
C1	Não desenvolve projeto social	-----
C2	Não desenvolve projeto social	-----
Inst. Financeiras		
IF1	A fundação do Banco Itaú financia e desenvolve projetos voltados ao incentivo à leitura nas escolas, bem como as olimpíadas de língua portuguesa, além de financiar projetos sociais do governo. A empresa não tem financiado nenhuma entidade do município.	Inovação Social
IF2	*A Fundação do Banco do Brasil mantém em parceria com a prefeitura do município o projeto AABB comunidade que atende cerca de 120 crianças carentes dos bairros periféricos da cidade, com idade de 6 a 17 anos. Conta com atendimento voltado a complementação educacional, atividades esportivas e exames laboratoriais 2 vezes ao ano. **Quanto aos funcionários, a entidade financia 80% de curso superior, área voltada às atividades bancárias (administração, ciências contábeis, direito e economia).	*Inovação Social (**se o financiamento do curso for considerado fator condicionante na decisão do funcionário para fazer o curso superior). Caso contrário se configura como ação de responsabilidade social.
IF3	A empresa contribui com o funcionário que esteja cursando ensino superior, porém o curso deve ser de áreas afins do banco como ciências contábeis, administração e direito (de graduação a doutorado), o valor do benefício varia de 30% a 80% do valor total do curso.	Inovação Social (se o financiamento do curso for considerado fator condicionante na decisão do funcionário para fazer o curso superior), caso contrário se configura como ação de responsabilidade social.
IF4	O banco conta com a Fundação Bradesco que possui escolas em todos estados brasileiros, na região norte foram atendidos cerca de 17.810 alunos em 2014. É oferecido nas escolas o ensino fundamental e médio, também conta com cursos técnicos (informática, agropecuária, logística), aulas de música e teatro e assistência odontológica.	Inovação Social
IF5	A instituição financia 50% da graduação superior do funcionário, em áreas afins das atividades da empresa (ciências contábeis, administração e economia).	Inovação Social (se o financiamento do curso for considerado fator condicionante na decisão do funcionário para fazer o curso superior), caso contrário se configura como ação de responsabilidade social.
IF6	Banco HSBC - projeto educacional que atende cerca de 350 crianças e adolescentes por ano, que vivem em instituições de acolhimento em Curitiba. Oferece assistência médica por meio de plano de saúde, complemento escolar, preparação para inserção no mercado de trabalho e, no Programa Jovem Aprendiz pela Capacitação Básica para o Trabalho para jovens entre 16 e 18 anos. A referida instituição não desenvolve projetos sociais no Município de Cacoal.	Inovação social
IF7	A empresa doa uma moto para a festa do CERNIC, uma vez ao ano e também financiou a reforma do saguão do aeroporto de Ji-Paraná.	Filantropia e Responsabilidade Social
IF8	O banco contribui com o valor mensal de R\$ 600,00 para o funcionário que esteja cursando ensino superior, independente do curso.	Inovação Social (se o financiamento do curso for considerado fator condicionante na decisão do funcionário para fazer o curso superior), caso contrário se configura como ação de responsabilidade social.

Figura 7: Classificação dos projetos sociais.
Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Como demonstra a figura 7, as ações sociais desenvolvidas no município de Cacoal em sua maioria são de caráter filantrópico e de responsabilidade social, das vinte empresas pesquisadas apenas oito informaram realizar práticas que podem ser tratadas como de inovação social, considerando os financiamentos de educação, com as observações tratadas na figura 7.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar se as iniciativas empresariais que visam à redução da pobreza e a inclusão social se configuram como inovação social. Verificou-se que as iniciativas sociais identificadas nos ramos de atividades pesquisados (frigoríficos, cerâmicas, concessionárias, supermercados e instituições financeiras) em sua maioria não são caracterizadas como inovação social.

Das empresas 20 (vinte) empresas pesquisadas apenas 8 (oito) apresentaram desenvolver práticas de inovação social, sendo que duas dessas empresas não desenvolvem projeto de inovação social no município de Cacoal e, sim em outros estados brasileiros. Das iniciativas de inovação social que ocorrem no município, todas elas são praticadas por empresas do ramo de instituições financeiras.

A fundação do Banco do Brasil que conta também com a parceria do governo municipal, oferece para crianças carentes da comunidade educação, cultura e lazer, o mesmo ocorre com a fundação Bradesco que oferece ensino fundamental e médio, além de esporte e atendimento médico. Além disso, foi identificado que as instituições financeiras custeiam até 80% do valor do curso superior para os seus funcionários, com objetivo de melhorar a qualidade de vida dos mesmos e o seu desempenho profissional na empresa.

Entende-se que as iniciativas de inovação social que foram identificadas na pesquisa colaboram com o desenvolvimento social dos beneficiados, melhorando a qualidade da educação dos mesmos e que, de alguma maneira ajuda a reduzir as despesas do município, no que se refere à educação desses alunos e ainda melhora o desempenho profissional dos funcionários beneficiados com ações de inovação social, bem como contribui com o desenvolvimento das empresas. O financiamento de curso superior realizado pelas instituições financeiras pesquisadas podem ser caracterizados como inovação social caso o financiamento do curso superior for fator condicionante para o funcionário realizar o curso, caso contrário será tratado como responsabilidade social.

Quanto às demais práticas sociais identificadas, o estudo revelou que as empresas pesquisadas procuram interagir de alguma maneira com a sociedade, seja por meio da filantropia com a participação em campanhas, através de doações, patrocínios, ou por meio da responsabilidade social que, ocorre também de maneira eventual, para passar a sociedade uma ideia de preocupação social.

Revelou, também, que as empresas foco do estudo operam no mercado ainda com pensamento mais tradicional, ou seja, centrada somente no desempenho econômico, apresentando poucas contribuições para o desenvolvimento social e para a gestão sustentável.

Os resultados apresentados trazem importantes contribuições acadêmicas como o conhecimento das práticas sociais desenvolvidas pelas empresas dos ramos de atividades

pesquisadas no município de Cacoal-RO, já que não há relatos de estudos sobre a inovação social na região, bem como uma ferramenta de difusão de conhecimento sobre o tema na academia.

Pode-se considerar que as empresas pesquisadas possuem boas condições financeiras e uma boa imagem de suas marcas na região em que estão inseridas, por tal razão podem contribuir de maneira significativa com o desenvolvimento social que vise à inclusão social e a redução da pobreza da comunidade local, através de projetos sociais. Por tanto sugere-se para as empresas pesquisadas a implantação de projetos sociais como cursos profissionalizantes voltado a geração de renda de jovens e mulheres mais carentes das comunidades.

REFERÊNCIAS

ANAZ, Silvio. **A inovação social aponta novos caminhos para as empresas**. Revista HSM management, edição 103, pp.58-72, mar/abri, 2014.

ANGELO, Fernanda Dias; JABBOUR, Charbel, J.C; GALINA, Simone Vasconcelos Ribeiro. **Inovação ambiental**: das imprecisões conceituais a uma definição comum no âmbito da Gestão Ambiental proativa, ano 6 n° 4, p. 143-155, 2011.

ARANTES, Elaine. **Investimento em responsabilidade social e sua relação com o desempenho econômico das empresas**. Conhecimento interativo, v. 2, n. 1, p. 03-09, jan./jun. 2006. São José dos Pinhais, Paraná, 2006.

BIGNETTI, Luiz Paulo. **As inovações sociais**: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. n° 1, v.47, pp.3-14, 2011.

BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade social**: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial. 2001. 257 fls. **Tese**. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BOSSINK, Bart. A. G. The interorganizational innovation processes of sustainable building: A Dutch case of joint building innovation in sustainability. **Building and Environment**, p.1-7, 2007.

BOEHE, Dirk Michael; LARENTIS, Fabiano; TONI, Deonir De; MATTIA, Adilene Álvares. **Papel das relações interorganizacionais e da capacidade de inovação na propensão para exportar**. Revista Eletrônica de Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2011.

BORGES, Débora Quevedo. **A contribuição do storytelling em projetos de inovação social**. 2014. 107 fls. **Dissertação**. Universidade Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2014.

BRASIL. **Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências**. Disponível

em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2004/lei/110.973.htm >. Acesso em: 12 out. 2014.

_____. Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. **Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/leis/L8213cons.htm >._Acesso em: 4 julh.2015.

CUNHA, NÚBIA MARIA DIAS DA. **Filantropia empresarial:** entre os ganhos sociais, a exploração do trabalhador e à focalização do atendimento. In: II JORNADA INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS. 23 a 26, 2005. São Luiz-Ma. Universidade Federal do Maranhão. pp.8, 2003.

FUNDAÇÃO BRADESCO. **Educação que amplia horizontes e transforma vidas.** Disponível em: < <http://www.fb.org.br/> >. Acesso em: 25 out.2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HART, Stuart; SHARMA, Aarti; SARKAR, Christian; TATA, Ratan. Ganhar dinheiro não basta. **HSM Management**, novembro-Dezembro 2013.

MELO NETO SEGUNDO, João Joaquim de. **Boletim responsabilidade social e ambiental do sistema financeiro**, Ano 3, nº 29, Abril de 2008. Disponível em: < <http://www.bcb.gov.br/pre/boletimrsa/BOLRSA200804.pdf> >. Acesso em: 13 out. 2014.

MULGAN, Geoff *et al.* **Social Innovation:** what it is, why it matters and how it can be accelerated. **OXFORD said Business School**, 2006. Disponível em: < <http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/Social-Innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated-March-2007> >. Acesso em: 11 out. 2014.

MBC. Movimento Brasil Competitivo. **Manual de inovação.** Brasília, 2008.

OLIVEIRA, N. D. A. **Desenvolvimento sustentável, inovação, tecnologia social e empreendedorismo coletivo, em relacionamentos intercooperativos:** Sistema CREDITAG e cooperativas de produção agrícola de Rondônia. 2013. 279 fls. **Tese** (Doutorado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.

OECD - *Organisation de Coopération et de Développement Économiques*. **Développement durable Les grandes questions.** Paris: Éditions de l'OCDE, 2001.

PHILLS JR., James A.; DEIGMEIER, Kriss; MILLER, Dale T. Rediscovering social innovation. **Stanford Social Innovation Review**, Fall, pp. 34-43, 2008.

RICO, Elizabeth de Melo. **A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável.** São paulo em perspectiva, 18(4): 73-82, 2004. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/spp/v18n4/a09v18n4.pdf>>. Acesso em: 23 mai.2015.

RIBEIRO, Daniel de Araújo. **Microcrédito como meio de desenvolvimento social.** 2009.100 fls. Dissertação (Mestrado em Direito Empresarial). Faculdade de Direito Milton Campos. Nova Lima, 2009.

ROLLIN, J; VICENT, V. **Acteurs et processus d'innovation sociale au Québec:** Université du Québec, 2007. Disponível em: < http://ptc.quebec.ca/rqis/system/files/documents/membres/Sophie%20Duchaine/Ouvrage_2009_pour_ptc.pdf>. Acesso em: 11 out. 2014.

SANTOS, Elenice C. Roginski M. **Filantropia ou Responsabilidade Social?** Sanare. Revista Técnica da Sanepar, Curitiba, v.20, n.20, p. 18-27, jul./dez. 2003.

SERPEK, Paulo. **Responsabilidade social e competência interpessoal.** Curitiba: Ibpe, 2006. Disponível em: < <http://books.google.com.br/books?id=aiEtF7Of1dYC&printsec=frontcover&hl=ptBR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 12 de out. 2014.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro de. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade.** São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Sandra Regina. **Fontes de inspiração.** Revista hsm management, edição 103, PP.58-72, mar/abril, 2014.

SIMANTO, Moyses; LIPPI, Roberta. **Guia econômico valor de inovação nas empresas.** São Paulo: Globo editora, 2003.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade Social Empresarial: teoria e prática.** 2º ed. Rio de Janeiro: editora FGV, 2006.

YUNUS, Muhammad; MOINGEON, Bertrand; LEHMANN-ORTEGA, Laurence. **Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience.** Long Range Planning, vol.43, pp. 308-325, 2010.

ZAWISLAK, Paulo Antônio. **A relação entre conhecimento e desenvolvimento: essência do progresso técnico.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1994. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/decon/publionline/textosdidaticos/Textodid02.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2014.