

Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: Um Estudo Bibliométrico da Publicação Nacional e Internacional

Talita Rosolen, Gabriela Pelegrini Tiscoski e Graziella Maria Comini

Resumo

Este estudo propõe-se a realizar um mapeamento da produção científica nacional e internacional dos últimos quinze anos sobre empreendedorismo social e negócios sociais. Apresenta caráter teórico-descritivo e emprega técnicas bibliométricas para analisar seis bases científicas, sendo três internacionais (Scopus, EBSCO e ISI Web of Knowledge) e três nacionais (SciELO, Spell e EnANPAD). Diante dos resultados, foi possível identificar que a produção científica sobre o tema se intensificou nos últimos seis anos, mas ainda está em processo de construção e necessita de base conceitual e autores referenciados para que possa alcançar para níveis superiores de contribuição para o desenvolvimento do estado da arte desse campo do conhecimento.

Palavras-chave

Empreendedorismo Social. Empresa Social. Negócios Sociais. Negócios Inclusivos. Bibliometria.

Abstract

This study aims to elaborate a map of national and international scientific production of the last fifteen years about social entrepreneurship and social business. It has a theoretical and descriptive approach and employs bibliometric techniques to analyze six scientific bases: three international (Scopus, EBSCO and ISI Web of Knowledge) and three national (SciELO, Spell and EnANPAD). Given the results, it was identified that the scientific literature on the topic has been intensified over the last six years, but it is still under construction and it needs conceptual basis and referenced authors to help it achieve higher levels of contribution to the development of state-of-the-art in this field of knowledge.

Keywords

Social Entrepreneurship. Social Enterprise. Social Business. Inclusive Business. Bibliometry.

INTRODUÇÃO

O sistema econômico vigente trouxe desafios de ordem social e ambiental que inicialmente eram ignorados ou subestimados, mas que atualmente passam a ocupar cada vez mais espaço nas discussões e atuação de empresas, governo e sociedade civil. As consequências provocadas pelo aumento das desigualdades sociais e do desgaste dos recursos naturais são alguns exemplos da abrangência dessas discussões.

Na tentativa de prover respostas e soluções a esses desafios, começam a surgir novos modelos de organizações, os quais têm como intuito a geração de valor social e/ou ambiental além do valor econômico. Esses empreendimentos apresentam produtos e formatos inovadores para atender a uma demanda da sociedade, e sua organização pode variar entre o modelo privado e o do terceiro setor. Entretanto, como novo campo de estudo, os negócios sociais também carecem de definições e consenso a respeito de uma terminologia única (COMINI, BARKI, AGUIAR, 2012).

A diversidade de nomenclaturas e conceitos ao redor do tema pode ser explicada principalmente pela variedade de realidades em que estes empreendimentos sociais se formam, dados os contextos econômicos, sociais e políticos de cada região. Ademais, como o tema origina de diversos segmentos da sociedade, surgem também concepções particulares ligadas à visão de cada setor sobre o conceito. O fenômeno começou com a disseminação do termo empreendedor social nos Estados Unidos e atividades de geração de renda em organizações da sociedade civil. Entretanto, hoje, apresenta maior complexidade e uma variedade de atores envolvidos, como corporações, ONGs, governos, consumidores, investidores, entre outros (YOUNG, 2008). Negócios sociais e negócios inclusivos são termos que também passaram a ser utilizados nesse contexto, principalmente em países emergentes.

Este estudo propõe-se a realizar um mapeamento da produção científica dos últimos quinze anos sobre o tema, tanto no âmbito nacional quanto internacional, utilizando diferentes terminologias diretamente vinculadas a esse campo de estudo, quais sejam: empreendedorismo social, empresa social, negócios sociais e negócios inclusivos (em inglês: *social entrepreneurship*, *social enterprise*, *social business* e *inclusive business*). Para tanto, o levantamento foi realizado em três bases científicas internacionais: Scopus, EBSCO e ISI *Web of Knowledge*, bem como três bases nacionais: SciELO, Spell e EnANPAD.

Os principais aspectos analisados são a evolução da quantidade de publicações nos últimos anos, a origem das publicações e os autores que se destacam tanto em número de publicações quanto de citações. Desse modo, pretende-se contribuir para o entendimento da evolução do tema e das correntes teóricas existentes, bem como para o fortalecimento da discussão de empreendedorismo e negócios sociais no meio acadêmico.

O presente artigo foi estruturado em quatro partes, além desta introdução. A primeira parte é composta por um referencial teórico sobre o tema e as diferentes terminologias utilizadas. Em seguida, serão descritos os procedimentos metodológicos utilizados e, em terceiro lugar, está a apresentação e análise dos dados. Por fim, são apresentadas as considerações finais,

limitações deste estudo e sugestão para pesquisas futuras.

REFERENCIAL TEÓRICO

Empreendedorismo Social e Empresa Social

O empreendedorismo social pode ser entendido como a mais abrangente dentre as terminologias apresentadas neste estudo, isso porque seu conceito compreende um contexto de atuação em diversos tipos de organização. Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006) afirmam que, em uma concepção mais ampla, empreendedorismo social refere-se a uma atividade inovadora com um objetivo social, podendo ocorrer no setor privado, no terceiro setor ou em organizações híbridas.

Assim, o conceito de empreendedorismo social está pautado na criação de valor social e na introdução de inovações de metodologia, serviços ou produtos, as quais gerariam uma transformação social. A inserção da dimensão econômica e da lógica de mercado abriu novas possibilidades para a atuação das organizações que até então contemplavam uma única dimensão (social ou econômica). Nesse sentido, surgem novos termos para caracterizar iniciativas que operam na lógica de mercado, porém com objetivos de geração de valor social: empresas sociais, negócios sociais e negócios inclusivos.

Por ser recente a terminologia em empreendedorismo social, alguns aspectos foram importados do ambiente corporativo e têm sido alvo de debates entre acadêmicos e profissionais. Esses debates têm sido causados pela falta de entendimento comum de um novo conceito que tenta reunir dois tipos de atividades, considerados, *a priori*, nãoconciliáveis: aqueles voltados para a realização de negócios e aqueles voltados para a redução de impactos negativos sociais e ambientais. Como apontam Fischer e Comini (2012), não há uma visão homogênea: em primeiro lugar, as diferentes formas de definir o caráter socioambiental das empresas e, segundo, as várias formas de avaliar o caráter inovador desse tipo de organização.

O termo empresa social começou a ser empregado nos Estados Unidos, quando as organizações não governamentais começaram a expandir suas atividades comerciais. Esse movimento foi impulsionado pela escassez de recursos gerada pela retração do financiamento estatal, iniciado no fim dos anos 1970 (KERLIN, 2006).

Para Kerlin (2006), na visão norte-americana, é notório o entendimento do termo como maneira de englobar organizações de diversos tipos envolvidas em atividades socialmente benéficas. Empresas sociais podem ser definidas como empresas de duplo propósito e que adequam metas de lucro com objetivos sociais (híbridas), ou organizações sem fins lucrativos empenhadas em desenvolver atividades comerciais que ofereçam suporte à execução de sua missão (organizações com fins sociais).

Ainda na corrente norte-americana, Dees (1998) assinala que as empresas sociais se aproximam de uma orientação de mercado, como maneira de manterem sua atividade social

e se tornarem menos dependentes de doações e subvenções e mais de honorários e contratos. Essa tendência, segundo o autor, tem como razões: o desenvolvimento do capitalismo e a crescente confiança no poder da concorrência e do lucro como promovedores da eficiência e da inovação; a promoção do bem estar social sem causar dependência aos beneficiados; a busca por fontes de financiamento mais sustentáveis (o desenvolvimento de atividades que geram renda parece ser mais confiável que as doações e subsídios); mudança no foco das instituições que destinam recursos às organizações não lucrativas, pois passaram a preferir fomentar empresas com abordagens mais comerciais; e ação de forças competitivas (empresas tradicionais e não lucrativas com orientação de mercado).

Sobre a atuação das empresas sociais, Dees (1998) evidencia uma gama de serviços suportados por elas, tais como educação, artes, cuidados médicos, moradia, combate à fome, poluição ambiental, violência doméstica e uso de drogas. Ou seja, segundo o autor, elas atuam em áreas onde o mercado por si só não irá suprir adequadamente as necessidades e/ou completando as atividades exercidas pelo governo.

Além da perspectiva norte-americana, a qual se refere a empresas sociais como organizações do setor privado que operam de acordo com a lógica de mercado com foco em soluções viáveis aos problemas sociais, Fischer e Comini (2012) propõem que existem outras duas principais linhas de pensamento sobre o conceito de empreendimentos sociais. A perspectiva europeia, nascida de uma tradição de economia social, como associações e cooperativas, destaca as atividades de organizações da sociedade civil com funções públicas. É também a linha de pensamento predominante nos países em desenvolvimento, que enfatiza iniciativas de mercado que visam reduzir a pobreza e transformar as condições sociais dos indivíduos marginalizados ou excluídos.

Galera e Borzaga (2009) afirmam que o desenvolvimento de empresas sociais na Europa pode ser entendido em um contexto de novas formas de apoio do governo para as organizações do terceiro setor e atendimento às emergentes necessidades sociais, resultantes da evolução profunda das sociedades europeias. Os autores definem empresa social como organizações que executam atividades comerciais com o objetivo de arrecadar fundos para financiar uma atividade social (GALERA; BORZAGA, 2009).

Da mesma forma, Herranz *et al.* (2011) afirmam que um empreendimento social pode ser definido como uma organização sem fins lucrativos que fornece um produto comercial baseado em taxas ou serviço, em um ambiente de mercado competitivo, como uma estratégia para apoiar a sua missão social.

Apesar das diferenças entre os países da Europa, a maioria das empresas sociais é fundada pela sociedade civil com o objetivo de promover serviços de interesse coletivo, oferecendo suporte a grupos com alto risco de exclusão social. Assim, para a empresa social europeia, a produção de bens e serviços está intimamente ligada à sua missão. Ou seja, se o objetivo é desenvolver serviços sociais, a atividade econômica é a entrega de tais serviços (DEFOURNY; NYSSSENS, 2010).

Uma característica fundamental das empresas sociais europeias para Galera e Borzaga

(2009) é a dimensão coletiva, derivada da forte tradição cooperativa. A empresa social é baseada em um dinamismo coletivo com diferentes *stakeholders* (beneficiários, funcionários, voluntários, autoridades públicas, doadores, entre outros), participando do conselho de administração da empresa. Assim, a atuação do empreendedor social é vista como apoiada por um grupo, cujos membros são coletivamente responsáveis pelo cumprimento dos objetivos da empresa.

Para a rede de pesquisadores EMES (*Emergence of Social Enterprise in Europe*), referência internacional no assunto, empresas sociais são definidas como organizações que objetivam explicitamente beneficiar a comunidade, criadas por um grupo de cidadãos e onde o retorno do investimento feito pelos investidores é sujeito a limites. Dessa maneira, elas valorizam a independência e a diminuição de riscos econômicos relacionadas às atividades socioeconômicas (EMES, 2012).

O modelo de governança é um dos pontos de maior importância na definição das empresas sociais europeias. A lógica de processos de tomada de decisão participativos e transparentes é um pré-requisito para sua caracterização. No entendimento europeu, essa dimensão coletiva e participativa das empresas sociais reduz a probabilidade de comportamentos oportunistas de indivíduos isolados (GALERA; BORZAGA, 2009).

Essas organizações possuem perfil de prestação de serviços públicos e, em sua maioria, são, de fato, financiadas por recursos governamentais. Isso faz com que algumas de suas práticas de gestão sejam diferenciadas do contexto norte-americano.

Negócios Sociais e Negócios Inclusivos

O movimento do empreendedorismo social também foi intensamente disseminado nos países em desenvolvimento, porém o termo empresa social não adquiriu tanta aceitação em regiões como a América Latina e Ásia. Assim, surgiram novas nomenclaturas, como negócios sociais e negócios inclusivos

O termo negócios sociais passou a ganhar evidência com o destaque de Muhammed Yunus, empreendedor social criador do *Grameen Bank*, ganhador do Prêmio Nobel da Paz de 2006 e autor de artigos acadêmicos na área. Foi utilizado não somente um novo termo, mas surgiu também uma nova visão a respeito dos negócios sociais.

Nessa corrente teórica, há concordância com o entendimento de Kerlin (2006) de que tais organizações se situam em meio a dois extremos: empresas com fim de lucro e organizações sem fins lucrativos. Entretanto, a abordagem proposta por Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010) diferencia-se ao impor maior rigidez em relação à distribuição de dividendos. Os autores defendem que o proprietário de um negócio social não visa gerar lucro para si próprio, mas tem direito a recuperar seu investimento inicial, se assim desejar. O excedente econômico gerado deve ser reinvestido no negócio e, em última instância, revertido aos beneficiários na forma de redução de preços, serviços melhores e maior acessibilidade.

Os negócios sociais aproximam-se de negócios tradicionais em aspectos como produtos, serviços, clientes, mercados, custos e receitas, porém difere no seu propósito principal que é servir à sociedade e melhorar as condições de vida de populações de baixa renda. Também se distingue de organizações não governamentais por buscar a autossustentação de suas operações por meio da venda de produtos e serviços ao invés de doações ou outras formas de captação de recursos (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

A importância atribuída à solução de problemas sociais, principalmente envolvendo a pobreza, por meio da utilização de mecanismos de mercado fez com que o termo negócio social ganhasse mais espaço na realidade dos países em desenvolvimento. Assim, essa terminologia passa a ser mais frequente no Brasil e em outros países latino-americanos, além de outras variações como negócios com impacto social ou negócios socioambientais.

Além das tipologias apresentadas, vale destacar um termo que surgiu mais recentemente, mas que também passa a ganhar relevância nesse campo de estudos: os negócios inclusivos. Essa vertente, assim como a dos negócios sociais, adquiriu mais espaço no contexto dos países em desenvolvimento, uma vez que coloca grande ênfase na inclusão social por meio do consumo. Entre os principais autores vinculados a essa linha estão Prahalad e Hart, Porter e Kramer, e Reficco. A questão principal que essa corrente abrange é a oferta de produtos e serviços para a “base da pirâmide”, nomenclatura utilizada para designar a parcela da população com menor poder aquisitivo, que está presente principalmente nos países em desenvolvimento.

Prahalad e Hart (2002) chamam a atenção para o crescente número de pessoas que, por conta da melhoria de condições econômicas de seu ambiente, passam a ter acesso à economia de mercado pela primeira vez. Assim, os autores apresentam a abordagem do capitalismo inclusivo como um modelo a ser buscado pelas grandes corporações. Nessa concepção, as empresas deparam-se com uma imensa oportunidade de expansão de seus negócios, ao mesmo tempo em que contribuem com a população de baixa renda. Os autores propõem às grandes corporações o seguinte desafio: “vender para as populações mais pobres e ajudá-las a melhorar suas vidas por meio da produção e distribuição de produtos e serviços de maneira sensível à sua cultura, ambientalmente sustentável e economicamente rentável” (PRAHALAD; HART, 2002, p.3).

Dentro do contexto de modelos inovadores que agregam valor tanto às companhias quanto às populações em situação de vulnerabilidade social, Porter e Kramer (2011) propõem o princípio de criação de valor compartilhado. Os autores apontam três meios para as empresas atingirem esse objetivo: concepção de novos produtos e mercados; redefinição de produtividade na cadeia de valor; e possibilidade de desenvolvimento de *clusters* locais. É necessária uma nova postura das corporações, como a habilidade de cooperar entre si, independente da finalidade ou não de lucro.

Reficco (2011) utiliza o termo negócios inclusivos para abordar os novos modelos propostos por Prahalad e Hart (2002) e Porter e Kramer (2011), e reforça o vínculo do termo com a habilidade de grandes corporações em atuar na redução da pobreza incluindo a base da pirâmide em seu mercado de consumo e produção.

Em vista da crescente importância e disseminação desses novos formatos de organização, bem como a diversidade de nomenclaturas e conceitos utilizados no campo dos empreendimentos sociais, torna-se essencial a sistematização dos conhecimentos para o fortalecimento da área. Este estudo, portanto, propõe-se a mapear e analisar a produção científica nacional e internacional dos últimos quinze anos sobre o tema, de modo a oferecer uma visão global do desenvolvimento deste campo de estudo.

METODOLOGIA

O presente estudo tem um caráter teórico-descritivo. O caráter teórico é representado pelo referencial exposto na seção anterior, abordando o debate conceitual dos principais termos utilizados para caracterizar iniciativas no campo social. E descritivo, pois tem como objetivo descrever as características de uma determinada população.

A bibliometria é uma técnica quantitativa de medição dos índices de produção e disseminação do conhecimento científico. Consiste na aplicação de técnicas estatísticas e matemáticas para descrever aspectos da literatura e de outros meios de comunicação (ARAÚJO, 2006). Embora o uso da bibliometria apresente certas dificuldades, muita informação útil concernente à transmissão de ideias, crescimento e tendências de uma disciplina científica pode ser obtida por meio da abordagem matemática.

Araújo (2006) complementa ainda que, inicialmente voltada para a medida de livros (quantidade de edições e exemplares, quantidade de palavras contidas nos livros, espaço ocupado pelos livros nas bibliotecas, estatísticas relativas à indústria do livro), a bibliometria aos poucos foi se voltando para o estudo de outros formatos de produção bibliográfica, como artigos de periódicos e outros tipos de documentos, para depois trabalhar também a produtividade de autores e do estudo de citações. A produção de indicadores bibliométricos apresenta limitações em seu uso, sendo fundamental considerá-los na interpretação dos dados obtidos com sua aplicação.

Como se trata de um estudo predominantemente quantitativo, onde o trabalho é conduzido com base em um plano previamente estabelecido e parâmetros de análise bem definidos e com o objetivo de medir e quantificar os resultados com maior precisão, minimizando as possíveis distorções na etapa de análise e interpretação dos dados e permitindo mais segurança nas inferências que serão realizadas, a opção pela bibliometria parece um caminho lógico e natural para os propósitos da pesquisa.

Este artigo propõe-se a realizar um mapeamento da produção científica dos anos de 1997 a 2012, utilizando as diferentes terminologias que podem estar diretamente vinculadas a este campo de estudo, quais sejam: empreendedorismo social, empresa social, negócio social e negócio inclusivo (em inglês: social entrepreneurship, social enterprise, social business e inclusive business). Para tanto, a pesquisa ocorreu em três bases científicas internacionais: Scopus, EBSCO e ISI Web of Knowledge, bem como três bases nacionais: SciELO, Spell e EnANPAD.

Inicialmente, foram estabelecidos os critérios de seleção das formações e bases de dados que fariam parte da análise. Utilizou-se três bases de dados internacionais (Scopus, EBSCO e ISI *Web of Knowledge*) com alto impacto no campo da administração, e três bases de dados nacionais de relevância (SciELO, EnANPAD e Spell).

Após coleta de dados nas três bases internacionais, optou-se por aprofundar a pesquisa com a base Scopus, por ter a maior abrangência sobre o tema e oferecer ferramentas bibliométricas úteis para a consolidação da pesquisa. SciVerse Scopus é um banco de dados de resumos e citações de artigos para jornais/revistas acadêmicos. Abrange cerca de 20 mil títulos de mais de 5.000 editoras internacionais, incluindo a cobertura de 16.500 revistas *peer-reviewed* nos campos científico, técnico e de ciências médicas e sociais (incluindo as artes e humanidades).

Da mesma forma, a pesquisa nas três bases nacionais foi realizada, sendo que a base Spell não apresentou nenhum resultado e, portanto, não influenciou nas análises. O EnANPAD - O Encontro da ANPAD - é um evento promovido anualmente pela Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Com grande quantidade de trabalhos apresentados, é considerado o maior evento do núcleo acadêmico e científico do Brasil, sendo de amplo incentivo à produção científica. Ademais, como é um evento anual, os trabalhos apresentados geralmente se referem a temas de vanguarda e indicam tendências de futuras publicações.

Já a SciELO- *Scientific Electronic Library Online* - é uma biblioteca eletrônica que abrange uma coleção selecionada de periódicos científicos brasileiros. A SciELO é o resultado de um projeto de pesquisa da FAPESP, em parceria com a BIREME e o apoio do CNPq. O Projeto tem por objetivo o desenvolvimento de uma metodologia comum para a preparação, armazenamento, disseminação e avaliação da produção científica em formato eletrônico.

Procedimento para Coleta e Análise dos Dados

Nas bases de dados apresentadas, foi realizada a análise temporal no interstício de 1997 a 2012, sendo utilizados os seguintes termos de buscas artigos publicados para a construção da amostra dessa pesquisa:

<u>Português:</u>	<u>Inglês:</u>
empreendedorismo social	<i>social entrepreneurship</i>
empresa social	<i>social enterprise</i>
negócios sociais	<i>social business</i>
negócios inclusivos	<i>inclusive business</i>

Utilizou-se o método de coleta documental e da busca manual nas bases de dados e do evento dentro do período especificado.

Nos artigos encontrados pelos termos de busca citados e, portanto, constituintes da amostra desta pesquisa, foram analisadas bibliometricamente a evolução histórica, os autores dos artigos e suas universidades, os autores mais citados, os países de origem desses e idiomas. Os resultados foram apresentados por meio do agrupamento por categorias, sendo analisadas as frequências de ocorrência.

Como definições da pesquisa, nas bases de dados, refinou-se somente artigos acadêmicos, de todas as áreas de atuação, nos anos entre 1997 e 2012 e com referidas palavras encontradas em qualquer campo da publicação para as bases internacionais e nacionais, com exceção do EnANPAD, onde foi possível somente filtrar pelas palavras-chave.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir da pesquisa realizada, verificaram-se alguns importantes aspectos sobre as publicações de artigos que referem aos quatro termos pesquisados. Optou-se por separar as análises em publicações nacionais e publicações internacionais, pela diferença de informações disponíveis nas ferramentas de busca das bases de dados.

A apresentação e análise das informações colhidas foram realizadas de forma separada por base de dados para não gerar inconsistências nos resultados, uma vez que cada base possui diferentes ferramentas de busca e análise. Por esse motivo, pode haver repetições de artigos nas diferentes bases de dados. Entretanto, isso não interfere na credibilidade do trabalho, pois o objetivo é realizar a pesquisa, respeitando a abrangência e as particularidades de cada base de dados.

Total de Publicações

Tabela 1 - Total de Publicações

Internacional					
Base	Social Entrepreneurship	Social Enterprise	Social Business	Inclusive Business	Total sem repetições
Scopus	874	1107	206	32	1901
EBSCO	828	687	90	29	1538
ISI	142	121	18	10	273
Nacional					
Base	Empreendedorismo Social	Empresa Social	Negócios Sociais	Negócios Inclusivos	Total sem repetições
SciELO	5	1	1	1	7
EnANPAD	9	1	0	0	10
SPELL	0	0	0	0	0

Fonte: Elaborada pelas autoras.

A pesquisa geral evidencia que os termos mais frequentes utilizados nos artigos são *social entrepreneurship* e *social enterprise*, tanto em inglês nas bases internacionais, quanto em português nas bases nacionais. Esse resultado corrobora o que foi encontrado no referencial teórico, uma vez que foram os conceitos que surgiram inicialmente.

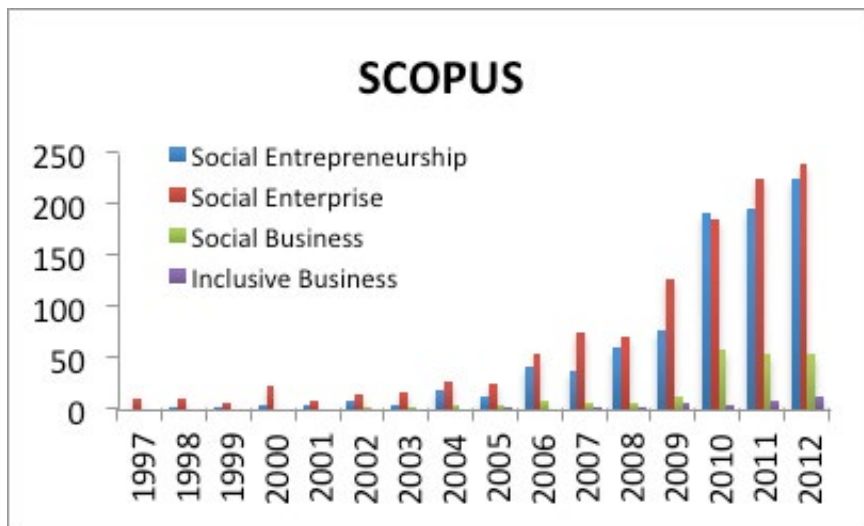
Vale destacar que as bases nacionais apresentaram quantidades extremamente baixas de publicações quando comparadas às bases internacionais. Essas poucas ocorrências podem ser justificadas por dois fatores: parte em decorrência da fragilidade dos sistemas de busca nacional de publicações, frente aos complexos mecanismos internacionais, e também pelo do desenvolvimento ainda inicial do campo no âmbito da academia brasileira.

Bases de Dados Internacionais

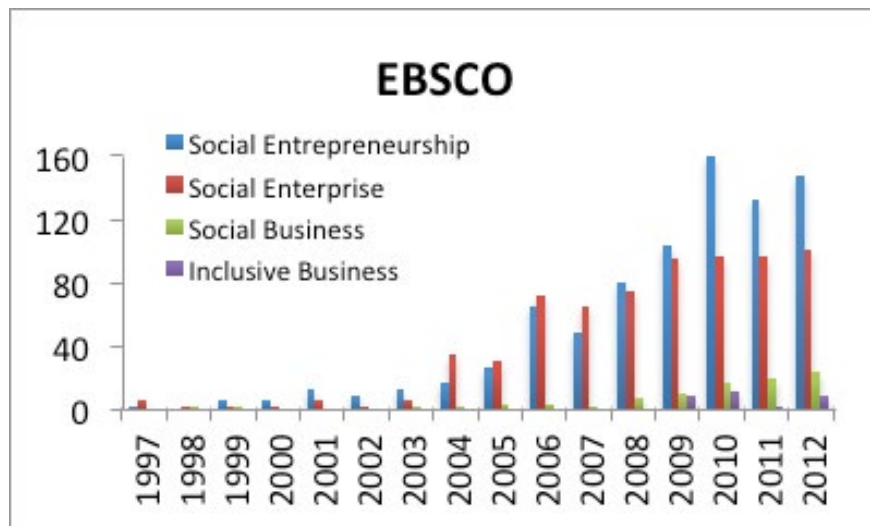
O tema apresenta **números expressivos de** artigos acadêmicos, principalmente com os termos *social entrepreneurship* e *social enterprise*. As bases Scopus e EBSCO, por serem as que abrangem maior número de publicações, são as que apresentam maior frequência de artigos. Chamou a atenção o fato de, no Scopus, o termo *social enterprise* ser mais frequente que os demais, enquanto no EBSCO e ISI o termo principal ser *social entrepreneurship*. Seria necessária uma análise qualitativa e mais aprofundada para explicar essa divergência.

Evolução Histórica das Publicações Internacionais

Figura 1 - Evolução histórica de publicações na base Scopus



Fonte: Elaborada pelas autoras.

Figura 2 - Evolução histórica de publicações na base EBSCO

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Figura 3 - Evolução histórica de publicações na base ISI Web of Knowledge

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Os gráficos de evolução anual das publicações evidenciam o crescimento do número de artigos principalmente a partir de 2006 para os termos *social entrepreneurship* e *social enterprise*. Já os termos *social business* e *inclusive business* começam a aparecer em 2005 e passam a ser mais frequentes a partir de 2009. Essa evolução demonstra a crescente importância que o tema adquire na academia, refletindo o que já ocorre no ambiente das organizações.

Países de Origem

Tabela 2 - Países de origem das publicações

País de Origem	Social Entrepreneurship	Social Enterprise	Social Business	Inclusive Business
Estados Unidos	285	223	57	8
Reino Unido	178	337	39	5
Canadá	76	80	12	
Austrália	64	72	14	
Itália	19	47	5	
Espanha	35	37	5	4
França	18	29	11	
Alemanha	23	39	8	4
Suíça	20	15	8	3
Holanda	29	35	7	
Bélgica	13	29	3	
Suécia	20	19		
Dinamarca	15			
Índia	15	19	6	
China	12	17	6	
Nova Zelândia	14	15		
Finlândia	12	11		
Brasil	13	9	2	
África do Sul	11		4	
Taiwan		15		
México		13		
Romênia		13		
Irlanda		10		
Malásia	12		4	
Israel	10		3	
Bangladesh			3	
Paquistão			3	
Venezuela			3	
Japão			2	

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Quanto à localização de origem dos artigos, os dados foram tabulados considerando os países com maior frequência para cada termo na base de dados Scopus.

É possível identificar a grande concentração de publicações de países de língua inglesa, sendo os países de maior destaque os Estados Unidos e Reino Unido. Canadá e Austrália também apresentam número relevante de artigos sobre o tema, seguidos por Espanha e Itália, também com certo destaque. Uma limitação adicional desta análise é o fato de que o mecanismo de busca utilizado contém em sua maior parte bases norte-americanas e as pesquisas foram realizadas com o termo em inglês, o que dificulta a aparição de publicações em outras línguas e de outros países.

O número total dos artigos por países não foi considerado, pois o objetivo foi pesquisar os termos mais utilizados, e não a quantidade de artigos. Sendo assim, pode ser que um mesmo artigo tenha sido contabilizado em mais de uma coluna, por abordar dois ou mais termos na publicação.

Identificação dos Autores

A respeito dos três autores que redigiram mais artigos sobre os temas em questão na base dedados Scopus, para o termo empreendedorismo social, o autor D.P. Baron publicou mais artigos, seguido de G.S Mort, A.Nichollse P.Tracey. Para o termo empresa social, os autores mais encontrados foram: C.C.Williams, K.M. Fergusson e P.Tracey. Já na temática *social business*, os autores C.Donaldson, R Bakere E.Lancsar. foram os que mais redigiram sobre o tema. Em negócios inclusivos, foram encontrados os autores E. Reficco, J.E. Austin e J.Flores.

A Tabela 3 apresenta o autor que mais redigiu artigos, segundo a base Scopus, na sua temática e a sua universidade e origem:

Tabela 3 - Autores com maior número de publicações

Tema	Autor	N. artigos	Universidade
Social entrepreneurship	David P. Baron	7	Stanford University, EUA
Social enterprise	Colin C. Williams	12	The University of Sheffield, UK
Social business	Cameron R. Donaldson	9	Glasgow Caledonian University, UK
Inclusive business	Ezequiel Reficco	3	Universidad de Los Andes, Colômbia

Fonte: Elaborada pelas autoras.

A partir de pesquisa sobre os históricos dos quatro autores listados acima, verifica-se que todos possuem uma ligação com a temática responsabilidade social e terceiro setor, como por exemplo, David Baron, cujo trabalho é referência na área de responsabilidade social.

Tabela 4 - Autores mais citados nas publicações

Autores	<i>Social Entrepreneurship</i>	<i>Social Enterprise</i>	<i>Social Business</i>	<i>Inclusive Business</i>
Acs, Z.J.	50			
Anheier, H.K		48		
Audretsch, D.B	57			
Berger, G.				10
Borzaga, C.		84		
Dees, J.G.	55			
Defourny, J	53	91		
Donaldson, C			29	
Ebrahim			20	
Evers, A		58		
Gartner, W.B.	42			
Graham, S.		50		
Gutierrez, J.M			19	
Hart, S.L.				24
Johannisson, B.	42			
Kauffman, R.J			22	
Laville, J.-L		52		
London, T.				10
Mair, J.	46			9
Marques, P.				8
Morck, R.			22	
Morduch, J			19	
Nicholls, A	47			
Nyssens, M		64		
Porter, M.E.				12
Prahalad, C.K.			21	15
Ram, M.				10
Reficco, E.				39
Salamon, L.M.	46	68		
Sen, A.		44		
Shleifer, A			18	
Smallbone, D.				9
Warrell, D.A.			19	
Williams, C.C.		80		
Yunus, M.			29	
Zahra, S.A.	43			

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Em uma escala entre os dez autores que mais produziram artigos em seus temas, os autores S. Nadine P. Tracey foram os que mais produziram artigo com os temas empreendedorismo social e empresa social, conjuntamente. Com isso, verifica-se que poucos autores utilizam mais de um termo, dentre os quatro analisados, para identificar o seu artigo.

Os únicos autores nacionais citados nesta pesquisa foram E. Barkie e J. Parente, com o artigo “*Consumer behaviour of the base of the pyramid market in Brazil*” publicado na *Greener Management Internationale* em 2007.

Autores mais Citados

Apresentam-se a seguir os autores mais citados e número de artigos encontrados na base de dados Scopus:

Verifica-se que muitos autores são citados de acordo com o respectivo tema, frisando que há diferença entre conceitos e autores. Entre a lista de autores mais citados, podem-se destacar alguns nomes. O primeiro deles é Jacques Defourny, da Universidade de Liège, na Bélgica, como o autor mais citado entre todos os temas, seguido de Carlo Borgaza, da Universidade de Trento, na Itália, tendo os dois autores citações em *social enterprise*.

Interessante notar que, apesar da grande quantidade de referências a Carlo Borgaza e a Jacques Defourny, a busca realizada nas bases de dados para a realização da presente pesquisa não espelhou esse resultado, mostrando poucas publicações desses autores, ao que diz respeito a artigos. Já Ezequiel Reficco foi o autor que mais artigos escreveu e também o mais citado no tema *inclusive business*.

Com o termo *social bussines*, Cameron Donaldson é um dos autores que mais publica, e também o autor mais citado juntamente com Mohamed Yunus. Ambos trabalham no *Yunus Centre for Social Business and Health*, na Universidade de Glasgow, Reino Unido, referência em pesquisas sobre negócios sociais e precursores do termo *social business*.

David Bruce Audretsch, professor da Universidade de Indiana, Estados Unidos, autor mais citado no termo *social entrepreneurship*, é pesquisador na área de empreendedorismo e inovação e não especificamente de empreendedorismo social. Uma possível explicação é que os autores de empreendedorismo social utilizaram as bases do empreendedorismo de negócios para criar esse conceito.

Outras Análises

Sobre o idioma, para as três bases internacionais, o idioma mais utilizado é o inglês. Para a base Scopus, o segundoidioma mais frequente é o francês, seguido do espanhol. Ainda nessa base de dados, surgiram trabalhos em português e tcheco apenas para o termo *social entreperneurship*, alemão e húngaro para o termo *social enterprise* e chinês para *social business*, mostrando assim, novamente, a preferência de termos por determinadas regiões.

A respeito da afiliação dos autores dos artigos, as universidades mais encontradas na fonte Scopus, para o termo *social entrepreneurship* são americanas, como a Indiana University, New York University e Stanford University e inglesas como a University of Cambridge e University of Oxford. Para *social enterprise*, predomina autores filiados a universidades do Reino Unido, como a Open University, University of Birmingham, University of Sheffield e University of Cambridge. Em *social business*, sobressaem-se os autores ligados também a universidades inglesas, como Glasgow Caledonian University e Newcastle University, e para o termo *inclusive business*, **não há um país que** se destaque pela quantidade de artigos. Distribui-se de maneira equivalente entre as Universidades Harvard Business School/EUA, Imperial College London/UK, INCAE Business School/Nicaragua e Costa Rica e Instituto de Empresa/Espanha, Universität Kassel/Alemanha e Hanken School of Economics/Finlândia.

Vale destacar que a única universidade brasileira é a Fundação Getúlio Vargas, com artigo relacionado ao termo *social business*. Novamente, verifica-se a predominância de publicações na língua inglesa.

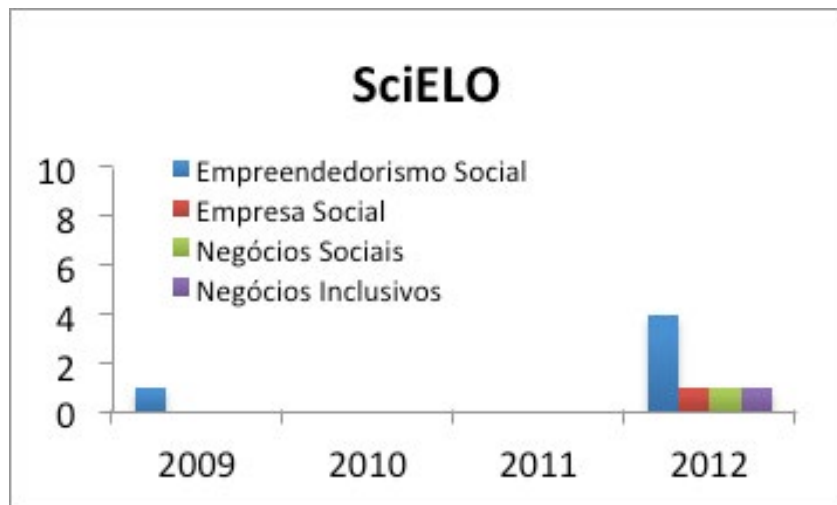
Bases de Dados Nacionais

Observa-se que poucos artigos encontrados nas bases nacionais enquadram-se perfeitamente no tema, grande parcela dos artigos retornados pela busca tinha como foco a teoria de responsabilidade social em empresas. Na base de dados Spell, que apresenta informações a partir do ano de 2008, não foi apresentado nenhum resultado nos termos pesquisados, como já apresentado na tabela anterior.

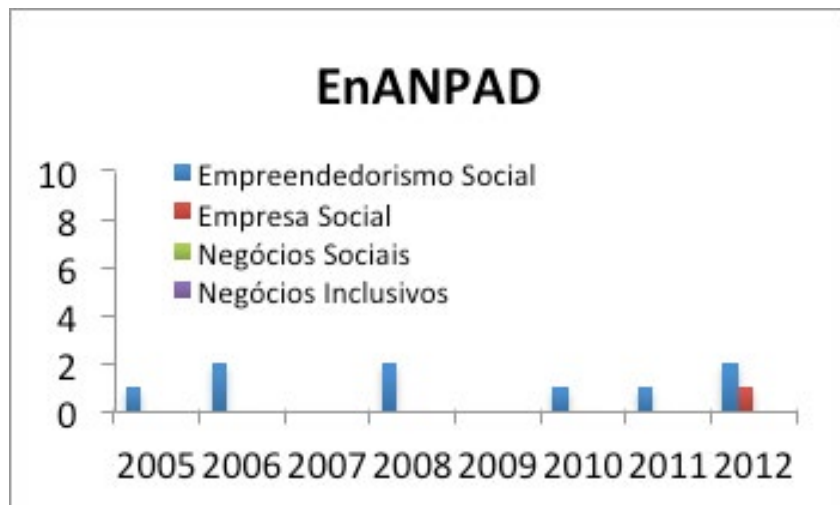
Contrapondo o referencial teórico, que apontou os termos negócio social e negócios inclusivos como mais utilizados nos países da América Latina, a pesquisa bibliométrica retornou apenas um artigo com o termo negócios sociais e um com o termo negócios inclusivos, na base SciELO. Seguindo a tendência internacional, o termo empreendedorismo social apareceu em mais artigos, sendo cinco no SciELO e nove no EnANPAD. O termo empresa social, por sua vez, apareceu apenas uma vez no SciELO e uma no EnANPAD.

Evolução Histórica das Publicações Nacionais

Ao observar a evolução anual de publicações no tema, é possível perceber um aumento significativo de artigos no SciELO em 2012, enquanto no EnANPAD não houve muita variação entre os anos. O início tardio de publicações sobre empreendedorismo e empresa social no Brasil (apenas em 2006) demonstra a imaturidade do tema no âmbito acadêmico nacional.

Figura 4 - Evolução histórica de publicações na base SciELO

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Figura 5 - Evolução histórica de publicações no evento EnANPAD

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Autores e Métodos de Pesquisa nas Bases Nacionais

Sobre as publicações nacionais, de acordo com as listas apresentadas acima, não há autores que se destacam por publicarem mais sobre o assunto. A autora Edileusa Godói-de-Souza teve duas publicações encontradas, uma no SciELO e outra no EnANPAD, com diferentes títulos, assim como Álvaro Guillermo Rojas Lezana. Principalmente nas publicações

encontradas na base SciELO, há autores que são referência no tema empreendedorismo social, como pesquisadores do CEATS - Centro de Empreendedorismo Social e Administração do Terceiro Setor, da Universidade de São Paulo, FEA/USP. Também chama a atenção os autores que são referência internacional no tema: James Austin, Howard Stevenson e Jane Wei-Skillern, os quais publicaram para um periódico brasileiro.

Tabela 5 - Autores com publicações nacionais

SciELO
James Austin;Howard Stevenson; Jane Wei-Skillern
Graziella Comini;Edgard Barki;Luciana Trindade de Aguiar
Edileusa Godói-de-Sousa; Rosa Maria Fischer
Marcos Bidart Carneiro De Novaes; Antonio Carlos Gil
Armindo dos Santos de Sousa Teodósio; Graziella Comini
ClaudioTravaglini
Alexandre Meira deVasconcelos; Álvaro Guillermo RojasLezana
EnANPAD
Álvaro Guillermo Rojas Lezana, Janaína Renata Garcia, José Antonio Fares, Mariana Grapeggia, Paula da Costa Gargioni
Antônio dos Santos Silva, Henrique Cordeiro Martins
Cristina Clara Ribeiro Parente, Allan Claudius Queiroz Barbosa
Edileusa Godói-de-Sousa, João Bento de Oliveira Filho, André Francisco Alcântara Fagundes, Anamélia Borges TannúsDami, José Eduardo Ribeiro de Lima
Luciano Rossoni, Erika Onozato, Rodrigo Rossi Horochovski
Maicon Nishimura, Graziela Dias Alperstedt, Simone GhisiFeuershütte
Marlon Dalmoro, Vanessa Rabelo Dutra, Monize Samara Visentini
MeryBlanck, Raquel Janissek-Muniz
Paulo da Rocha Ferreira Borba
Rúbia Oliveira Corrêa, Rivanda Meira Teixeira

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Vale destacar que, na base de dados SciELO, cinco dos sete artigos encontrados foram publicados em um mesmo periódico, a Revista de Administração da USP. Trata-se de uma edição especial sobre empreendedorismo social publicada em 2012.

Sobre o método de pesquisa, predominou a pesquisa qualitativa por meio de estudos de caso, nas duas bases de dados verificadas. Foi encontrado apenas um trabalho quantitativo e um ensaio teórico em cada base de dados. O mapeamento do perfil das metodologias de estudo empregadas, demonstra que o caráter recente do “fenômeno empreendimentos sociais” rumo para estudos de caso, uma vez que, nesse segmento, os *practitioners* são precursores na academia, o que demonstra a necessidade de pesquisas que transcendam o puro estudo de casos práticos e adentrem no universo dos estudos de natureza conceitual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo pretendeu mapear a produção científica sobre empreendedorismo social e negócios sociais. A partir disso, foram pesquisadas as publicações referentes aos termos relacionados em periódicos de seis bases de dados e no período de quinze anos, apontando os temas mais pesquisados no segmento e identificando os autores e centros de excelência que mais apresentaram trabalhos.

Inicialmente, foi realizada uma explanação conceitual dos principais termos utilizados para caracterizar iniciativas no campo social. Em seguida, o estudo foi composto também por uma análise documental e pesquisa quantitativa por meio de análise temporal em séries históricas e estudo bibliométrico. Diante dos resultados, foi possível conhecer a produção de artigos científicos sobre o tema, o qual está em processo de construção e necessita de base conceitual e autores referenciados para que possa alcançar níveis superiores de contribuição para o desenvolvimento do estado da arte desse campo do conhecimento.

Também se constatou que o assunto é contemporâneo, que se encontra em estágio de desenvolvimento e que existem diversas terminologias presentes nas discussões acadêmicas, tanto no país quanto no mundo, referentes a este tema. Além dos quatro termos pesquisados neste artigo, há outras terminologias relacionadas, como *benefit corporation*, *impact investments* e sustentabilidade, que também podem agregar a este campo de estudo e, até mesmo, a outras correntes, como da economia solidária e gestão social. Vale ressaltar que o crescimento de fundos de investimentos voltados para esse tipo de empreendimento tem despertado o interesse de diversas reportagens na mídia. Nesse sentido, a academia deveria acompanhar e analisar com mais profundidade a evolução desse tipo de iniciativas, analisando de forma crítica e criteriosa os resultados de sua ação.

É crescente o número de artigos sobre negócios sociais, mas a pesquisa sobre o tema é recente, por isso, apresenta algumas lacunas que precisam ser preenchidas a fim de auxiliar no desenvolvimento desse novo campo de estudo. Assim, estudos como este, de alguma forma, apresentam uma contribuição social, uma vez que fornecem subsídios para tal. Particularmente, o presente trabalho buscou contribuir com a evolução do conceito a partir de uma reflexão das abordagens mais desenvolvidas até o momento.

A partir dos dados apresentados, concluiu-se que os termos empreendedorismo social e empresa social são os mais disseminados no ambiente acadêmico, por serem mais citados nas publicações científicas. Entretanto, não se pode afirmar que esses termos tenham uma base conceitual formada e estruturada. Essa questão não pode ser respondida por meio desta pesquisa bibliométrica e demonstra uma limitação deste trabalho, para o qual foi realizada apenas análise quantitativa. Assim, sugere-se, para estudos futuros, uma pesquisa com enfoque qualitativo sobre os conceitos apresentados a partir dos autores identificados neste trabalho, de modo a identificar as principais abordagens.

Outra limitação deste estudo é a diferença entre as informações apresentadas pelas diferentes bases de dados utilizadas no estudo. Como não há uniformidade nos resultados fornecidos, não foi possível uma comparação mais precisa entre as publicações nacionais e internacionais.

Esta é a primeira etapa de um estudo mais amplo, que pode prestigiar além de outras terminologias, o cruzamento de outros dados e uma análise qualitativa, identificando quais conceitos e assuntos estão sendo bordados nas publicações aqui apresentadas.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, C.A. Bibliometria: Evolução Histórica e Questões Atuais. **EmQuestão**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32, jan./jun. 2006.

AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? **Entrepreneurship Theory and Practice**, v.30, n.1, p. 1-22, 2006.

COMINI, G.; BARKI, E.; AGUIAR, L. A Three-Pronged Approach to Social Business: A Brazilian Multi-Case Analysis. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v.47, n.3, p.385-397, jul./ago./set. 2012.

DEES, J. G. Enterprising Nonprofits. **Harvard Business Review**, v. 76, n. 1, p. 55+, jan./fev. 1998. Disponível em: <<http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE>>. Acesso em: 09 jan. 2012.

DEFOURNY J.; NYSENS M. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. **Journal of Social Entrepreneurship**, v. 1, p. 32-53, 2010.

EMES. European Research Network. Disponível em <<http://www.emes.net/index.php?id=203>>. Acesso em: 07 dez. 2012.

FISCHER, R.M.; COMINI G. Sustainable Development: From Responsibility to Entrepreneurship. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v.47, n.3, p.363-369, jul./ago./set. 2012.

GALERA, G.; BORZAGA, C. Social Enterprise. An International Overview of its Conceptual Evolution and Legal Implementation. **Social Enterprise Journal**, v. 5, n. 3, p. 18, 2009.

HERRANZ, J.; COUNCIL, L. R.; MCKAY, B. Tri-Value Organization as a Form of Social Enterprise. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 40, n. 5, p. 829-849, 01 out. 2011. Disponível em: < <http://nvs.sagepub.com/content/40/5/829.abstract> >

KERLIN, J. Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 17, n. 3, p. 246-262, 2006. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1007/s11266-006-9016-2>> Acesso em: nov. 2012.

PORTER, M.; KRAMER, M. Creating Shared Value. **Harvard Business Review**. jan./fev. 2011.

PRAHALAD, C. K.; HART, S. The Fortune at the Bottom of the Pyramid. **Strategy + Business**, v.1, p.26, 2002.

REFICCO, E. As Empresas na Sociedade: Os Limites das Boas Intenções. In: **Políticas Sociais: ideias e práticas**. Editora Moderna: São Paulo, 2011.

YOUNG, D. R. A Unified Theory of Social Enterprise. In: SHOCKLEY, G. E.; STOUGH, R. R.; FRANK, P. M. (Ed.). **Non-Market Entrepreneurship** – Interdisciplinary Approaches. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. 2008.

YUNUS, M.; MOINGEON, B.; LEHMANN-ORTEGA, L. Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. **Long Range Planning**, v.43, p. 308-325, 2010.

**Talita
Rosolen**

Mestranda em Administração na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo e bolsista CNPq. Graduada em Administração na USP, foi bolsista e coordenadora do Programa de Educação Tutorial - PET Administração FEA/USP. Tem interesse em pesquisas sobre sustentabilidade corporativa, negócios sociais e formação do administrador.

**Gabriela
Pelegrini
Tiscoski**

Doutoranda em Administração pela Universidade de São Paulo, FEA/USP. Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, especialista em Gestão de Pessoas pela FEPESE/UFSC. Graduada em Psicologia pela Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI e em Administração pela Universidade do Estado de Santa Catarina, UDESC. Professora no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC). Experiência na área de Administração, com ênfase em política e planejamento público, relacionamento interpessoal, aglomerados produtivos, turismo e empreendedorismo.

**Graziella
Maria
Comini**

Economista, com mestrado e doutorado em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, professora de Administração da FEA/USP na área de Recursos Humanos. Coordenadora do Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (CEATS) e representante do Brasil no Social Enterprise Knowledge Network.