

Negócios de Impacto Social: um estudo bibliométrico sobre as publicações nacionais e internacionais (2009-2018)

TAYZE CRISTINE ARAUJO AGUIAR

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE (UFCG)

VINICIUS FARIAS MOREIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE (UFCG)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao CNPq (Chamada Universal 01/2016, processo 431471/2016-9) e ao Programa de Pós Graduação em Administração (PPGA/UFCG) pelo apoio dado para o desenvolvimento desta pesquisa.

Negócios de Impacto Social: um estudo bibliométrico sobre as publicações nacionais e internacionais (2009-2018)

1. INTRODUÇÃO

O Brasil é um país de desigualdades, principalmente nos âmbitos econômico e social. Possui muitas precariedades nos setores de educação, saúde, habitação etc., as quais o setor público acaba por vezes negligenciando (Roman-Calderón, Odoardi & Battistelli, 2015; Comini, 2016). É a partir desse contexto que vem ganhando importância as discussões sobre os negócios de impacto social, os quais possuem a capacidade de solucionar e/ou amenizar problemas sociais e ambientais a fim de transformar a realidade existente (Rosolen, Ticoski & Comini, 2014; Comini, 2016; Petrini, Scherer & Back, 2016).

Os negócios sociais, negócios de impacto social, negócios inclusivos ou negócios híbridos, possuem em sua essência gerar benefícios ambientais e sociais, além disso, esse tipo de empreendimento possui uma lógica capaz de gerar sustentabilidade financeira (Dees, 1998; Comini, 2016; Petrini, Scherer & Back, 2016).

De acordo com um mapeamento de negócios de impacto social e ambiental realizado pelo Pipe.Social¹ (2019), foi visto que esse tipo de negócio ainda é novo no Brasil, revelando que 74% desses negócios têm menos de cinco anos de atuação e estão concentrados principalmente na região Sudeste (62%), seguida do Sul (14%), Nordeste (11%), Norte (7%) e Centro-Oeste (5%). Assim, é possível perceber que a temática ainda é muito recente e que precisa ser mais bem explorada.

Segundo o FTFS² – Força Tarefa de Finanças Sociais “é preciso aprofundar e desenvolver negócios que reduzam a pobreza, diminuam a vulnerabilidade de pessoas e comunidades e propiciem o alcance do equilíbrio sustentável com o meio ambiente, tarefas críticas e urgentes em nossa sociedade”.

Os negócios de impacto social são empreendimentos emergentes no Brasil. Encontra-se estudos realizados por algumas organizações e institutos como o ICE³ – Instituto de Cidadania Empresarial, Yunus⁴, Pipe.Social e autores como Rosolen, Ticoski, Comini (2014), que realizaram um mapeamento da produção científica das publicações nacionais e internacionais no período de 1997 a 2012; Comini (2016), que analisa a relação entre inovação social e negócios sociais; Romani-Dias, Iizuka & Walchhutter (2017), que investigou os resultados e lacunas presentes nas pesquisas sobre empreendedorismo social e negócios sociais resultando numa agenda para pesquisas futuras; contudo, são estudos iniciais conceituais, quantitativos e estruturais para a base do modelo de negócio, dando espaço para novas pesquisas, principalmente empíricas.

Buscando atualizar informações aos estudos da área e trazer contribuições para pesquisas futuras, este trabalho oferece um mapeamento bibliométrico acerca da produção científica sobre negócios sociais, considerando as publicações nacionais e internacionais, entre 2009 e 2018.

Esta pesquisa diferencia-se das demais por trazer não só o cenário atual de forma quantitativa, mas também apresenta o mapeamento das redes de relacionamento de citação e acoplamento bibliográfico, que permite identificar quais os principais países, autores, principais periódicos e principais estudos que formam redes de pesquisas, tradições intelectuais e evolução do tema, bem como insights para pesquisas futuras e amadurecimento dos estudos na área. Romani-Dias *et. al.* (2017) afirmam que “é preciso reconhecer que existe um espaço para se conhecer a produção acadêmica e a trajetória futura nessa temática, de tal forma a que as pesquisas, especialmente no Brasil, possam avançar de maneira consistente” (p.3). Assim este artigo busca dar suporte para que pesquisadores, organizações e demais interessados no tema contribuam com esse avanço.

Além da introdução, este trabalho é composto por uma discussão teórica acerca dos Negócios de Impacto Social (NIS), Procedimentos Metodológicos, Resultados e Discussão, e Conclusões.

2. NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL (NIS)

O empreendedorismo social tem sido visto como a criação de empreendimentos que possuem propósito social, indo além da perspectiva econômica. Esses empreendimentos têm surgido com mais frequência em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento, os quais detêm níveis mais altos de desigualdades sociais, pobreza e camadas sociais negligenciadas pelo setor público (Moura, Comini & Teodósio, 2015; Gaiotto, 2016). Assim, de acordo com Serra, Moura e Junqueira (2015), empreendedores locais são impulsionados pela necessidade de sustentabilidade e criam negócios sociais (visando lucro) ou cooperativas (sem relações de lucratividade) para sanar problemas pontuais, gerando impacto social e agregando valor à sociedade. Desta forma, os empreendimentos sociais buscam por soluções sustentáveis, o que ultrapassa as vantagens advindas dos aspectos meramente financeiros (Silva, Moura & Junqueira, 2015; Gaiotto, 2016).

Para Silva, Sousa e Sousa (2016) “o empreendedorismo social é uma das alternativas utilizadas para amenizar os problemas de cunho social, principalmente nos países subdesenvolvidos” (p. 383). Porém, estes autores trazem um entendimento um pouco diferenciado do apresentado por Gaiotto (2016), pois falam do empreendedorismo social com o intuito de desenvolver empresas que possuem fins lucrativos em sua essência, mas que voltam seu olhar para o âmbito social como meio complementar para a construção de valores sociais e econômicos (Silva, Sousa & Sousa, 2016).

Assim, o empreendedorismo social visa preencher as lacunas deixadas pelas empresas de economia tradicional, bem como dos governos, possuindo como diferencial a missão de criação de valor social, enquanto os demais empreendimentos visam, de forma prioritária, gerar lucro (Medeiros *et al.*, 2017).

Os negócios de impacto social são entendidos como um tipo específico de empreendedorismo social (Romani-Dias *et. al.*, 2017). Por ser um tema emergente, há vários termos utilizados para este tipo de negócio, como negócios inclusivos, empresas híbridas, negócios sociais e negócios de impacto social, mas todos são utilizados para definir as organizações que tem por finalidade solucionar os problemas sociais e ambientais, mantendo a visão mercadológica e sustentabilidade financeira (Dees, 1998; Teodósio & Comini, 2012; Comini, 2016; Petrini, Scherer & Back, 2016). Esses negócios são, portanto, “uma alternativa dentro do sistema capitalista em função dos desequilíbrios sociais e ambientais” (Romani-Dias *et. al.*, 2017 p. 2), que possuem uma estrutura gerencial visando a maximização do lucro. Nesses casos, o lucro deve estar intrinsecamente ligado ao impacto social que o negócio gera com sua atividade principal (Anacleto, Paiva & Moura, 2017), sendo opcional a distribuição de lucros (Petrini, Scherer & Back, 2016).

Há outra linha de pensamento no qual entende que os negócios sociais têm a missão unicamente de solucionar problemas sociais sendo autossustentáveis, mas sem a distribuição de dividendos (Yunus, Moingeon & Lehmann-Ortega, 2010). Esse tipo de negócio surge visando interferir nos âmbitos socioeconômicos, integrando os diferentes atores, sejam eles os impactados ou os impactantes, sempre em busca da inovação, do desempenho financeiro e da transformação social (ICE; FTFS, 2015). Há ainda os negócios voltados para a “Base da Pirâmide”, que é outra expressão utilizada quando se fala em negócios sociais, que são as pessoas que possuem pouco poder aquisitivo, no qual esse tipo de negócio também consegue alcançar (Pralhad & Hart, 2002).

Os negócios de impacto social (NIS) são caracterizadas como empresas que desenvolvem e oferecem soluções escaláveis para a resolução de problemas no âmbito social,

voltados para a população de baixa renda e suas principais características são: foco na baixa renda, intencionalidade, potencial de escala, rentabilidade, impacto social e distribuição ou não de dividendos (Artemisia⁵, 2018), e que devem além de promover a solução dos problemas sociais com produtos e serviços, pode ainda fazê-lo através da inclusão de indivíduos e grupos em seus processos (Petrini, Scherer & Back, 2016). Contudo, o lucro desse tipo de negócio não pode se sobressair diante do impacto, pois ele é apenas um instrumento de suporte para que haja maior efetividade na resolução do problema que o negócio tem a finalidade de resolver (Anacleto, Paiva & Moura, 2017; Romani-Dias *et. al.*, 2017). “O desacordo sobre se deve ou não distribuir lucros está intimamente ligada ao formato do negócio social” (Comini, Barki & Aguiar, 2012, p.393).

De acordo com Comini, Barki e Aguiar (2012), existem três perspectivas que podem explicar as características dos negócios de impacto social que pode identificar o quão próximo o negócio está, se há mais características voltadas para a visão colaborativa ou mercadológica, ou ainda se há um equilíbrio entre os dois. A Figura 1 apresenta um resumo sistemático destas.

Perspectiva	Conceito Geral	Principais características	Modelo de Governança
Europeia	“nascida da tradição de economia social (associativismo e cooperativismo), enfatiza a atuação de organizações da sociedade civil com funções públicas.” (Comini, 2016, p. 33).	<ul style="list-style-type: none"> • Negócio com propósito social e ambiental; • Receita e lucro reinvestidos no negócio ou na comunidade; • Propriedade social (participação dos stakeholders); • Valorização do coletivo. 	Aberta e Participativa.
Norte-Americana	“são organizações privadas com lógica de mercado dedicadas a solução de problemas socioambientais.” (Comini, 2016, p. 33).	<ul style="list-style-type: none"> • Não depende de financiador público estatal; • Proprietário como responsável pelo impacto social a ser gerado, por meio de iniciativa de mercado; • Busca vantagens competitivas em busca de lucro; • Pode ou não haver distribuição do lucro após impostos aos proprietários e investidores. 	Individual.
Países Emergentes	“empreendimentos socioambientais que atuam na lógica de mercado e que visam a redução da pobreza e a transformação das condições sociais que marginalizam ou excluem pessoas.” (Comini, 2016, p. 33).	<ul style="list-style-type: none"> • Negócios inclusivos; • Intencionalidade; • Criação de valor para a comunidade; • Autossustentável, rentável e benefícios sociais; • População de baixa-renda como produtores e não apenas como consumidores. 	Aberta e participativa ou individual.

Figura 1. Principais correntes que explicam os Negócios de Impacto Social

Fonte: Adaptado de Comini, Barki & Aguiar (2012); Teodósio & Comini (2012); Comini (2016).

Dessa forma, torna-se possível compreender o *continuum* na tipologia de negócios de impacto social onde alguns estão mais próximos do social e outras do mercado. Assim, mesmo havendo uma diversidade dos termos utilizados para definição deste tipo de negócio, as três perspectivas apresentadas possuem convergência no que diz respeito ao foco do negócio ser na resolução de problemas e que devem ter lógica de mercado. As divergências giram em torno do que cada perspectiva entende como sendo a forma mais eficaz para atingir o objetivo do negócio (Comini, Barki & Aguiar, 2012; Teodósio & Comini, 2012; Comini, 2016).

Entendidos os principais conceitos acerca da temática e suas características, segue-se para o próximo tópico onde serão explicados os procedimentos metodológicos utilizados nesta pesquisa. Para fins deste artigo, será utilizado o termo “Negócios de Impacto Social”.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa caracteriza-se como estudo bibliométrico, utilizando as técnicas de análise de citação, cocitação e de acoplamento bibliográfico. O método bibliométrico tem sido bastante utilizado e busca analisar a qualidade científica das publicações de determinado tema. A análise de citação apresenta os principais autores, journals, países, documentos, a partir da quantidade de citações realizadas dentro de determinado período. As análises de cocitação e acoplamento bibliográfico conseguem delinear as tradições intelectuais e sua evolução (Van Raan, 2005; Cobo; López-Herrera; Herrera-Viedma; Herrera, 2011; Ruas; Pereira, 2014; Van; Waltman, 2016; Merigó et al. 2016).

O propósito deste artigo encontra-se em realizar um mapeamento da produção científica nacional e internacional sobre o tema. Como unidade de análise buscou-se por artigos nacionais e internacionais, no período de 2009 a 2018, utilizando as terminologias “negócios sociais”, “empresas sociais”, “negócios inclusivos” e “empresas híbridas” citadas por Comini (2016) na língua portuguesa na base de dados Scielo e “social business”, “social enterprise”, “inclusive business” e “hybrid organizations” na língua inglesa, na Social Science Citation Index (SSCI) da Web of Science, considerando a sua relevância e riqueza de informações dentre as demais plataformas. Para refinamento dos dados, foram filtradas publicações pertencentes apenas às categorias “Negócio”, “Gestão” e “Economia”. No total foram selecionados 728 artigos, 100 na base nacional e 628 na base internacional, compreendendo o período de dez anos de publicações (2009 a 2018) e dentro das categorias definidas.

Para fins desta pesquisa, utilizou-se a base nacional Scielo e a base internacional Social Science Citation Index (SSCI) da Web of Science, também utilizado em outras pesquisas de mesma natureza, por ser considerado uma fonte de dados com alta confiabilidade (Rossetto et al., 2018).

Para a análise dos dados coletados, utilizou-se das ferramentas do Microsoft Office Excel para criação de tabelas e gráficos e o software Vosviewer versão 1.6.7 para análises mais complexas de clusterização e mapeamento, a fim de facilitar a apresentação dos resultados.

A seção a seguir apresentará os resultados e discussões a respeito dos dados coletados conforme os procedimentos metodológicos descritos nesta seção.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para responder ao objetivo principal deste artigo, que pretende identificar o panorama geral das pesquisas sobre negócios de impacto social e oferecer insights para pesquisas futuras, buscou-se analisar os dados considerando os seguintes indicadores bibliométricos: total de publicações, evolução histórica, países mais influentes nas bases estudadas, revistas mais influentes em relação à temática em análise e principais autores. As análises estão divididas entre as bases nacionais e internacionais considerando as particularidades das ferramentas presentes em cada base de dados.

4.1 Base Nacional

Na base nacional foi encontrado um total de 100 artigos publicados ao longo dos últimos dez anos a partir das palavras-chave, filtrados nas categorias “gerenciamento”, “negócios & finanças”. A Tabela 1 apresenta de forma segmentada o total por palavra-chave.

Palavras-chave	Publicações
Negócios Sociais	67
Negócios de Impacto Social	23
Organizações Híbridas	7
Negócios Inclusivos	3

Tabela 1. Total de publicações em base nacional por palavras-chave

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados (2019).

Analisando a Tabela 1 é possível perceber que nos estudos nacionais há predominância da utilização do termo “negócios sociais” e vem crescendo a utilização do termo “negócios de impacto social”. Os termos “organizações híbridas” e “negócios inclusivos”, foram encontrados com menor frequência nas bases de pesquisa com dados nacionais. A Figura 2 demonstra a evolução das publicações nacionais ao longo dos últimos dez anos, segmentado por palavra-chave.

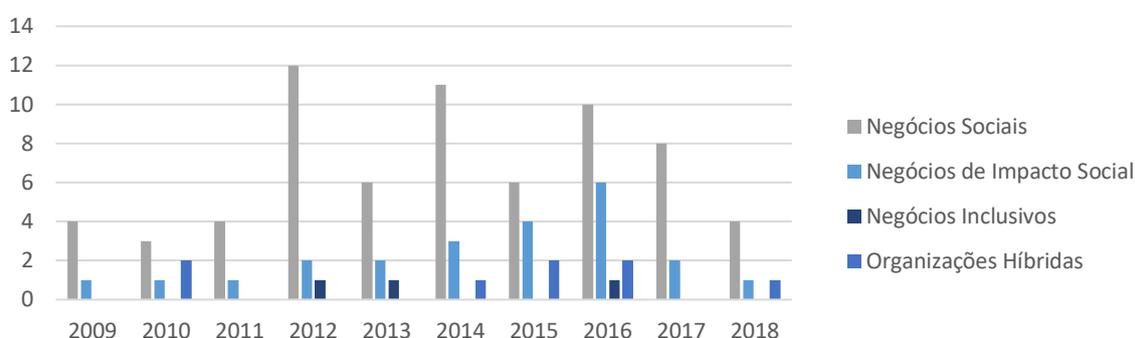


Figura 2. Evolução histórica das publicações nacionais

Fonte: Elaboração própria a partir da Scielo (2019)

De acordo com o Figura 2 vê-se que o termo “negócios sociais” é o mais utilizado desde o início das publicações nacionais e predominantemente utilizado nas publicações nos últimos dez anos. O termo “negócios de impacto social” demonstrou crescimento entre 2014 e 2016, embora tenha apresentado queda nos anos seguintes. A figura expressa ainda uma queda nas publicações nos últimos dois anos, merecendo atenção sobre o rumo das pesquisas futuras sobre o tema.

Embora a pesquisa tenha sido feita em base nacional, foi possível identificar que os países da América Latina têm feito publicações em periódicos brasileiros. As publicações brasileiras são predominantes, nesse caso, com publicações utilizando as quatro palavras-chave utilizadas na pesquisa. Com maior presença, a Colômbia tem avançado nas buscas por revistas brasileiras. Outro ponto observado é que o termo “organizações híbridas” só foi utilizado pelo Brasil enquanto que “negócios de impacto social” tem sido utilizado por todos os principais países apresentados na Tabela 2.

Países	Negócios sociais	Negócios de impacto social	Negócios inclusivos	Organizações híbridas
Brasil	60	16	2	7
Colômbia	6	4	1	
México	1	2		
Argentina		1		

Tabela 2. Países mais influentes nas publicações nacionais

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados (2019).

Buscando apresentar as principais revistas, foram classificadas as três principais que possuem maior relevância conforme a quantidade de publicações – a partir dos filtros utilizados

na pesquisa”. A primeira é a “Revista Brasileira de Gestão de Negócios” com um total de 26 publicações. Em seguida, encontra-se a “RAM - Revista de Administração Mackenzie”, possuindo um total de 12 publicações e a terceira é a “Revista de Administração (São Paulo)” com 8 publicações. As demais revistas, apesar de terem algumas publicações na área estudada, ainda são poucas em relação a estas.

Finalizando as análises da base nacional apresenta-se a seguir o ranking contendo as principais publicações sobre a temática na base nacional por palavra-chave (ver Tabela 3). Estes estudos foram selecionados de acordo com o critério “publicações mais relevantes” presente na base de dados utilizada na pesquisa (Scielo).

N	Referência
Negócios Sociais	
1	Petrini, M., Scherer, P., & Back, L. (2016). Modelo de negócios com impacto social. RAE-Revista de Administração de Empresas, 56(2), 209-225.
2	Comini, G., Barki, E., & de Aguiar, L. T. (2012). A three-pronged approach to social business: A Brazilian multi-case analysis. Revista de Administração, 47(3), 385-397.
3	de Sousa Teodósio, A. D. S., & Comini, G. (2012). Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context. Revista de Administração, 47(3), 410-421.
Negócios de Impacto Social	
1	Petrini, M., Scherer, P., & Back, L. (2016). Modelo de negócios com impacto social. RAE-Revista de Administração de Empresas, 56(2), 209-225.
2	Wood Jr, T., Costa, C. C. M., Lima, G. D. M. R., & Guimarães, R. C. (2016). Impacto social: Estudo sobre programas brasileiros selecionados de pós-graduação em administração de empresas. Revista de Administração Contemporânea, 20(1), 21-40.
3	Vale, G. M. V., & de Oliveira Guimarães, L. (2010). Redes sociais na criação e mortalidade de empresas. RAE-Revista de Administração de Empresas, 50(3), 325-337.
Negócios Inclusivos	
1	de Sousa Teodósio, A. D. S., & Comini, G. (2012). Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context. Revista de Administração, 47(3), 410-421.
2	Petrini, M., Scherer, P., & Back, L. (2016). Modelo de negócios com impacto social. RAE-Revista de Administração de Empresas, 56(2), 209-225.
3	Camacho Gómez, M., & Pérez Berlanga, G. (2013). Restaurantes Toks: estrategias de responsabilidad social. Innovar, 23(49), 141-155.
Organizações Híbridas	
1	Villadsen, K. (2014). Tecnologia versus ação: uma falsa oposição atribuída a Foucault nos estudos organizacionais. Organizações & Sociedade, 21(71), 643-660.
2	Moura, A., Comini, G., & Teodosio, A. D. S. D. S. (2015). The international growth of a social business: a case study. Revista de Administração de empresas, 55(4), 444-460.
3	Roman-Calderon, J. P., Odoardi, C., & Battistelli, A. (2015). Cause-fit, positive attitudes and behaviors within hybrid Colombian organizations. Revista de Administração de Empresas, 55(4), 408-417.

Tabela 3. Principais publicações nacionais

Fonte: Elaboração própria a partir da Scielo (2019).

Na Tabela 3 lê-se as três principais publicações identificadas como as mais relevantes em suas publicações, classificadas pela base de dados (Scielo), nos últimos dez anos. Como destaque está a pesquisa “Modelo de Negócios com Impacto Social” (Petrini, Scherer e Back, 2016), sinalizada como mais relevante nas pesquisas a qual propõe um modelo de Negócio de Impacto Social, que contribua para a identificação dos elementos presentes nesse tipo de negócio. Há destaque também para a publicação “Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context” (Teodósio & Comini, 2012), que visa discutir sobre as diferentes concepções presentes na literatura científica sobre negócios inclusivos.

Outra publicação apresentada pela base nacional como de maior relevância após os filtros é “A three-pronged approach to social business: a Brazilian multi-case analysis” (Comini, Barki & Aguiar, 2012), que tem como objetivo apresentar e caracterizar as definições de negócios sociais com base nas perspectivas europeia, norte-americana e dos países emergentes, resultando ainda num quadro analítico que contribui para a compreensão do campo desse tipo de negócio presente no contexto brasileiro.

Assim, observa-se que na maioria dos trabalhos citados como mais relevantes, o foco principal é sobre a conceituação e modelagem desse tipo de negócio no cenário brasileiro, os quais pode-se dizer que são os pioneiros na estruturação da base teórica a nível nacional. Outro ponto observado é que há mais pesquisas teóricas do que empíricas, abrindo espaço para que novas pesquisas se utilizem dessa base teórica e façam as pesquisas aplicadas para o avanço dos estudos nessa área.

4.2 Base internacional

Na base internacional foram pesquisados os termos na língua inglesa – social business, social enterprise, inclusive business, hybrid organizations – filtrados para apenas “artigos” nas áreas de ‘negócios’, ‘economia’ e ‘gestão’, sendo assim selecionados 628 artigos, publicados nos últimos dez anos. Na Tabela 4 são apresentados o total de publicações (artigos) por palavra-chave publicados nos últimos dez anos, dentro das categorias “gestão”, “negócios” e “economia”.

Palavras-chave	Publicações
Social Enterprise	383
Hybrid Organizations	149
Social Business	79
Inclusive Business	17

Tabela 4. Total de publicações em base internacional por palavras-chave

Fonte: Elaboração própria a partir da WOS (2019).

Observando os dados da Tabela 4 é notório que na base internacional se tem um volume considerável de publicações em comparação à base nacional, que pode justificar-se pelo tema ter origem estrangeira. O termo mais utilizado nas publicações internacionais é “social enterprise” que compreendeu 383 artigos publicados nos últimos dez anos nas áreas de negócios, economia e gestão. O termo “hybrid organizations” e “social business” também tem sido bastante utilizado nos estudos sobre esse tipo de negócio. O termo menos utilizado na literatura é o de “inclusive business”. A evolução histórica das publicações internacionais utilizando-se estes termos é apresentada pela Figura 3.

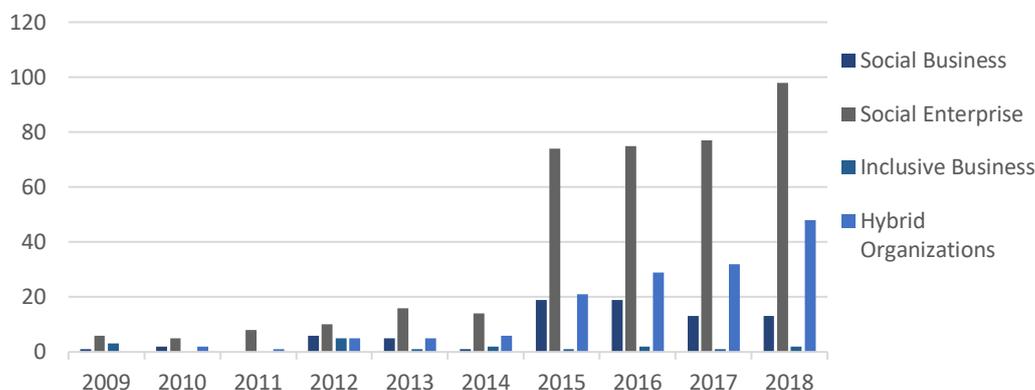


Figura 3. Evolução histórica das publicações internacionais

Fonte: Elaboração própria a partir da WOS (2019).

Com a observação dos dados presentes na Figura 3 pode-se ver que os estudos sobre “social enterprise” vem crescendo consideravelmente ao longo dos últimos dez anos ao passo que as pesquisas utilizando o termo “social business” tem decrescido. No último ano (2018) houve mais de cem publicações a respeito da temática apenas nas áreas estudadas nesta pesquisa – negócios, economia e gestão – considerando as quatro palavras-chave, o que sinaliza o crescente interesse por pesquisas na área com publicações a nível internacional.

Ainda foi analisado por meio dos mapas de acoplamento bibliográfico, as redes existentes entre os países que pesquisam sobre temas comuns e quais os principais países em cada *cluster*, os quais foram identificados pelos objetivos dos artigos segmentados por país. A Figura 4 apresenta os mapas de acoplamento bibliográfico separado por palavras-chave, onde filtrou-se por países que tivessem no mínimo três publicações e cinco citações.

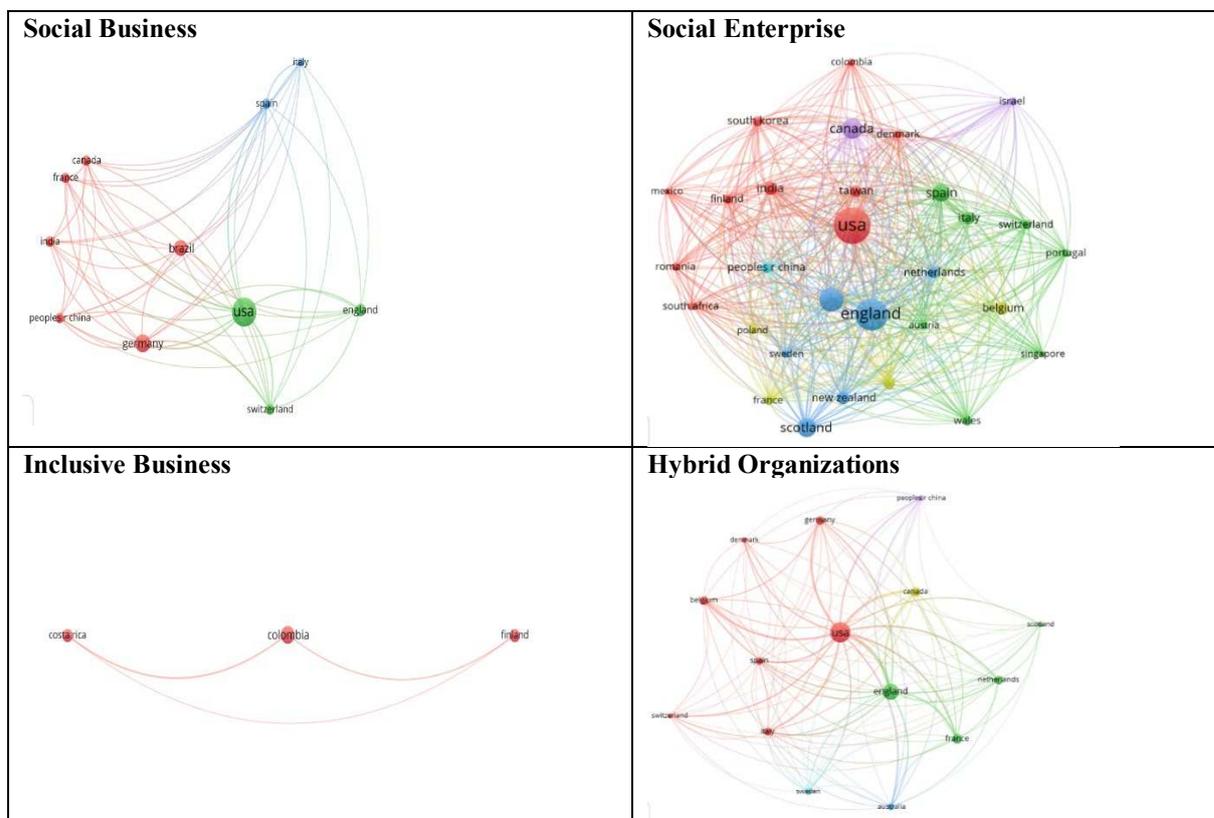


Figura 4. Acoplamento bibliográfico das publicações nos países por palavra-chave
 Fonte: Elaboração própria a partir do Vosviewer (2019).

Observando a Figura 4 no tópico “Social business” é possível perceber a formação de três clusters. O primeiro cluster (vermelho) é liderado pela Alemanha, tendo relação direta com as pesquisas do Brasil, Canadá, França, Índia e China. Esses países têm realizado pesquisas em torno da construção do modelo de negócio e suas características, criação de valor e estratégias para o social resource based-view (SRBV) e mensuração do impacto. O segundo cluster (verde) é liderado pelos EUA em rede com a Suíça e Inglaterra, que de modo geral discutem sobre microcrédito, criação de valor e colaboração. O terceiro cluster (azul) é composto por dois principais países, Itália e Espanha, que tem pesquisas sobre vantagem competitiva em negócios sociais e híbridos e performance dos negócios sociais.

A análise da Figura 4, no que se refere à palavra-chave “social enterprise”, foram encontrados 5 clusters principais. O primeiro cluster (vermelho) é liderado pelo EUA e possui

publicações que formam rede com a Colômbia, Dinamarca, Finlândia, Índia, México, Romênia, África do Sul, Coreia do Sul e Taiwan. Estes países de modo geral possuem pesquisas em torno da lógica dos negócios sociais, estudos de caso para compreensão do tema e modelagem do negócio. O segundo cluster compreende a Espanha (líder), Áustria, Itália, Portugal, Singapura, Suíça e Gales. As pesquisas concentram-se nas linhas de estudo sobre as motivações para a criação de empresas sociais. No terceiro cluster (azul), são identificados a Inglaterra (Líder), Austrália, Países Baixos, Nova Zelândia, Escócia e Suécia, trazendo trabalhos importantes com agendas de pesquisas e finanças sociais. O quarto cluster (amarelo) compreende a Bélgica, França, Alemanha e Polônia. No quinto cluster (roxo) estão contidos o Canadá e Israel.

Na análise relativas à palavra-chave “inclusive business”, identificou-se apenas um cluster que compreende três países: Costa Rica, Colômbia e Finlândia e têm sua linha de pesquisa voltada à inovação para negócios inclusivos e agenda de pesquisas na área.

Por fim, a palavra chave “hybrid organizations”, revelou dois clusters principais. O primeiro cluster (vermelho) forma uma rede de sete países: USA (líder), Bélgica, Dinamarca, Alemanha, Itália, Espanha e Suíça. Suas pesquisas se concentram na construção de empresas híbridas, pesquisas avançadas sobre o tema e governança. O segundo cluster (verde) contém a Inglaterra (líder), França, Países Baixos e Escócia, pesquisando sobre agenda de pesquisa e modelo de negócio. Além desses 2 clusters há os países que possuem relações diretas com os clusters mencionados, são eles: Austrália, Canadá, China e Suécia.

A seguir, a Tabela 5 apresenta as três principais publicações por palavra-chave, identificadas – após aplicação dos filtros - pelo número de citações, o que demonstra assim a relevância destas perante a rede de pesquisadores da temática em questão.

N	Referência	Número de Citações
<i>Social Business</i>		
1	Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building social business models: Lessons from the Grameen experience. <i>Long range planning</i> , 43(2-3), 308-325.	305
2	Cull, R., Asli Demirgüç-Kunt, A., & Morduch, J. (2009). Microfinance meets the market. <i>Journal of Economic perspectives</i> , 23(1), 167-92.	203
3	Smith, W. K., Gonin, M., & Besharov, M. L. (2013). Managing social-business tensions: A review and research agenda for social enterprise. <i>Business Ethics Quarterly</i> , 23(3), 407-442.	154
<i>Social enterprise</i>		
1	Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: Past contributions and future opportunities. <i>Strategic entrepreneurship journal</i> , 3(2), 161-194.	387
2	Battilana, J., & Lee, M. (2014). Advancing research on hybrid organizing—Insights from the study of social enterprises. <i>The Academy of Management Annals</i> , 8(1), 397-441.	268
3	Tracey, P., Phillips, N., & Jarvis, O. (2011). Bridging institutional entrepreneurship and the creation of new organizational forms: A multilevel model. <i>Organization science</i> , 22(1), 60-80.	262
<i>Inclusive business</i>		
1	Mina, A., Bascavusoglu-Moreau, E., & Hughes, A. (2014). Open service innovation and the firm's search for external knowledge. <i>Research Policy</i> , 43(5), 853-866.	90
2	Halme, M., Lindeman, S., & Linna, P. (2012). Innovation for inclusive business: Intrapreneurial bricolage in multinational corporations. <i>Journal of Management Studies</i> , 49(4), 743-784.	89
3	Gebauer, H., & Reynoso, J. (2013). An agenda for service research at the base of the pyramid. <i>Journal of Service Management</i> , 24(5), 482-502.	29
<i>Hybrid Organizations</i>		

1	Battilana, J., & Dorado, S. (2010). Building sustainable hybrid organizations: The case of commercial microfinance organizations. <i>Academy of management Journal</i> , 53(6), 1419-1440.	629
2	Pache, A. C., & Santos, F. (2013). Inside the hybrid organization: Selective coupling as a response to competing institutional logics. <i>Academy of Management Journal</i> , 56(4), 972-1001.	393
3	Battilana, J., & Lee, M. (2014). Advancing research on hybrid organizing—Insights from the study of social enterprises. <i>The Academy of Management Annals</i> , 8(1), 397-441.	268

Tabela 5. Principais publicações nas bases internacionais por palavra-chave

Fonte: Elaboração própria a partir da WOS (2019).

As pesquisas internacionais sobre a temática estudada no presente artigo apresentam maior quantidade de pesquisas empíricas em relação às publicações nacionais, as quais ainda estão se moldando às realidades desse tipo de negócio presentes no país.

A Tabela 6 apresenta os dez journals mais relevantes, seguindo a ordem dos que são mais citados.

Journal	Qtd. Documentos	Qtd. Citações
Academy of Management Journal	11	1561
Journal of Business Ethics	22	353
Organization Science	5	271
Journal of Management Studies	8	227
California Management Review	13	192
Social Enterprise Journal	57	182
Public Management Review	6	103
Entrepreneurship and Regional Development	9	72
Business & Society	5	70
Journal of Business Venturing	11	68

Tabela 6. Principais journals com publicações sobre a temática

Fonte: Elaboração própria a partir do Vosviewer (2019).

Observando a Tabela 6 nota-se que a Academy of Management Journal aparece como a primeira no ranking, com o maior número de citações perante as demais (1561 citações) mesmo possuindo menos documentos publicados na área em relação à outras (11 documentos), o que sugere que mesmo sendo poucos documentos, estes se apresentam bastante relevantes para a comunidade científica.

Por fim, na Figura 5 apresenta-se as redes de cocitação unindo as pesquisas das quatro palavras-chave utilizadas como base desse estudo, o qual resultou em três principais clusters.

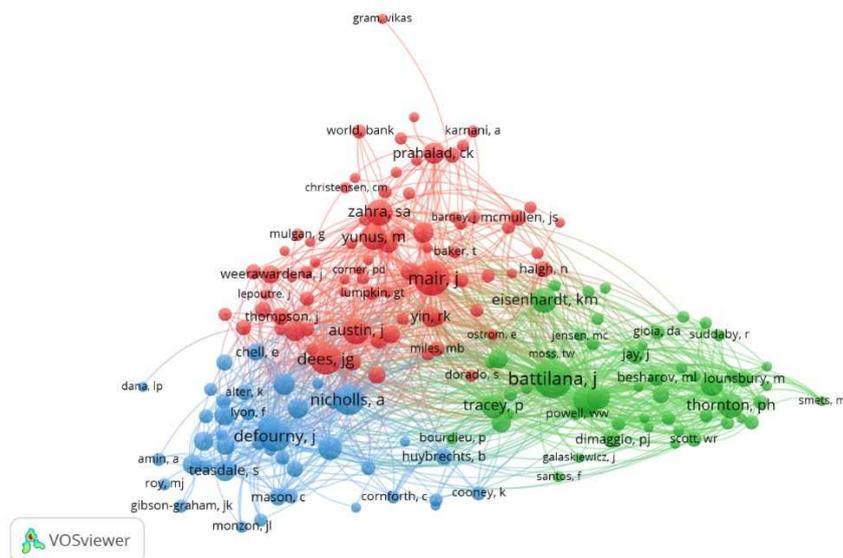


Figura 5. Análise de co-citação de autores
 Fonte: Elaboração própria a partir do Vosviewer (2019).

Analisando as redes de co-citação, inicialmente observou-se que 628 artigos foram de autoria de 15.967 autores. Após a definição do critério de ter sido citado pelo menos 10 vezes, encontrou-se um total de 429 autores. Ao refinar ainda mais a pesquisa, para autores citados no mínimo 20 vezes, o número reduz para um total de 174 autores, os quais se agrupam em 3 clusters (Figura 4). O cluster 1 (verde), representam os autores que de modo geral pesquisam sobre organizações híbridas e empreendedorismo social. O cluster 2 (vermelho) compreende autores que se concentram mais nos estudos de negócios sociais. Por fim, o cluster 3 (azul) que compreende os estudos sobre empresas sociais.

Foram ainda identificados os autores mais influentes de modo geral, aqueles que possuem o maior número de citações entre si, são Battilana (307 citações), Mair (262), Dees (203), Defourny (203), Nicholls (184), Pache (157), Austin (139), Zahra, (135), Eisenhardt (131) e Yunus (130).

De modo geral, nota-se os rumos das pesquisas sobre negócios sociais, as principais publicações, autores, países e sua evolução no tempo, que demonstra o crescimento das pesquisas nessa temática e sua importância a nível global.

5. CONCLUSÕES

Este trabalho teve como objetivo oferecer um mapeamento bibliométrico acerca da produção científica sobre negócios de impacto social e insights para pesquisas futuras, considerando as publicações nacionais e internacionais, entre 2009 e 2018. As pesquisas foram realizadas nas bases Scielo para publicações nacionais, e, Web of Science para publicações internacionais. Para tanto, considerou-se uma diversidade de termos utilizados para descrever os negócios que têm como objetivo gerar impacto social, mas obtendo visão de mercado, incluindo: empresas sociais, negócios sociais, negócios de impacto social, empresas híbridas e negócios inclusivos. Os resultados apresentados revelam o quantitativo das publicações, evolução histórica, países de origem, principais autores, redes de coautoria e acoplamento bibliográfico.

Foi visto que na base nacional há maior número de pesquisas especialmente associadas ao termo negócios sociais, embora os últimos dois anos mereçam maior entendimento de pequena queda. O termo Negócios de Impacto Social parece ser um fenômeno latino americano, tendo em vista que os principais países que publicam no Brasil utilizaram esse termo como palavra-chave em suas pesquisas, enquanto ao se buscar por esse termo na base internacional,

este converge mais com o que chamam de “social enterprise”. Na base internacional, entretanto, o crescimento é mais visível nos últimos cinco anos, incluindo também artigos publicados por pesquisadores brasileiros. O termo mais comum nas bases internacionais é o “social enterprise” e apresentaram pesquisas mais avançadas empiricamente.

Os países mais relevantes a nível internacional foram Estados Unidos, Inglaterra e Canadá, porém o Brasil aparece no mapa internacional com uma boa quantidade de publicações sobre o tema. Entre os autores mais relevantes estão Petrini, Scherer e Back (2016) e a Graziela Comini, na base nacional e o Muhammed Yunus (2010) e Battilana & Dorado (2010) na base internacional.

O estudo representa o quadro dos últimos dez anos, sendo recomendado atualizações constantes para que se percebam a evolução dos estudos associados à temática, os principais pensadores, trabalhos mais influentes, principais journals e tópicos de pesquisa associados ao tema. Sendo algo novo na literatura, entende-se que seja uma temática em desenvolvimento, sendo necessário perceber diferentes realidades que caracterizem os negócios de impacto social em cada contexto. No Brasil, acredita-se que a agenda de pesquisa ainda necessite ser ampliada, recomendando-se difusão do tema entre acadêmicos e profissionais.

Entre as limitações do estudo, destaca-se o fato da base de dados analisados abranger somente os artigos científicos nacionais disponíveis na base Scielo e internacionais disponíveis na Web of Science (WoS). A restrição a base internacional deve-se ao fato de que apenas ela é capaz de gerar arquivos adequados a serem operacionalizados no software VOSviewer. Portanto, pode ter sido deixado de contemplar algum artigo de contribuição valiosa. Também, pode ter havido perda de artigos no tema, por não constar entre as palavras-chaves os termos alvo desta pesquisa. Desta forma, sugere-se como pesquisa futura, o desenvolvimento de meta-análises que considerem outros repositórios de pesquisas científicas e a ampliação do escopo.

A análise dos resultados aponta para avanços nas pesquisas, principalmente a nível nacional, onde através das principais publicações encontradas, foi possível perceber que a maior parte do estudo são teóricos, abrindo espaço para pesquisas empíricas como estudos sobre estratégias para sustentabilidade financeira dos negócios, métricas para mensuração do impacto, buscando estudar regiões do país ainda pouco exploradas como norte e nordeste, bem como realizar as pesquisas relacionando realidades de negócios de impacto social nacionais com internacionais.

Por último, espera-se que, na prática, se intensifiquem o envolvimento efetivo da academia científica, instituições, governos e demais empresas no fomento aos negócios sociais como alternativas de criação de valor, integrando os pilares sociais e ambientais ao econômico. Esse pode ser um caminho valioso para um desenvolvimento mais justo em torno dos pilares da sustentabilidade empresarial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Austin, J. E. (2010). *The collaboration challenge: How nonprofits and businesses succeed through strategic alliances* (Vol. 109). John Wiley & Sons.

Battilana, J., & Dorado, S. (2010). Building sustainable hybrid organizations: The case of commercial microfinance organizations. *Academy of management Journal*, 53(6), 1419-1440.

Battilana, J., & Lee, M. (2014). Advancing research on hybrid organizing—Insights from the study of social enterprises. *The Academy of Management Annals*, 8(1), 397-441.

- Camacho Gómez, M., & Pérez Berlanga, G. (2013). Restaurantes Toks: estrategias de responsabilidad social. *Innovar*, 23(49), 141-155.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402.
- Comini, G. M. (2016). *Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras* (Doctoral dissertation, Universidade de São Paulo).
- Comini, G., Barki, E., & de Aguiar, L. T. (2012). A three-pronged approach to social business: A Brazilian multi-case analysis. *Revista de Administração*, 47(3), 385-397.
- Cull, R., Asli Demirgüç-Kunt, A., & Morduch, J. (2009). Microfinance meets the market. *Journal of Economic Perspectives*, 23(1), 167-92.
- Dees, G. (1998). Enterprising Non-profits. *Harvard Business Review*. January/February, p55.
- Gaiotto, S. A. V. (2016). Empreendedorismo social: estudo bibliométrico sobre a produção nacional e internacional. *REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 5(2), 101-123.
- Gebauer, H., & Reynoso, J. (2013). An agenda for service research at the base of the pyramid. *Journal of Service Management*, 24(5), 482-502.
- Halme, M., Lindeman, S., & Linna, P. (2012). Innovation for inclusive business: Intrapreneurial bricolage in multinational corporations. *Journal of Management Studies*, 49(4), 743-784.
- de Medeiros, C. B., Ribeiro Machado, L. C., de Araújo Pereira, L. C., de Almeida Costa, Í. C., & Pasa Gomez, C. (2017). Inovação Social e Empreendedorismo Social: Uma Análise Sob a Perspectiva da Economia Solidária. *GESTÃO. Org: Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 15(1).
- Merigó, J. M., Cancino, C. A., Coronado, F., & Urbano, D. (2016). Academic research in innovation: a country analysis. *Scientometrics*, 108(2), 559-593.
- Mina, A., Bascavusoglu-Moreau, E., & Hughes, A. (2014). Open service innovation and the firm's search for external knowledge. *Research Policy*, 43(5), 853-866.
- Moura, A., Comini, G., & Teodosio, A. D. S. D. S. (2015). The international growth of a social business: a case study. *Revista de Administração de empresas*, 55(4), 444-460.
- de Oliveira Anacleto, K. C., de Paiva, R. V. C., & Cunha Moura, L. R. (2017). *Propolis Project: Development of a social business model proposal*. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 10(3).
- Pache, A. C., & Santos, F. (2013). Inside the hybrid organization: Selective coupling as a response to competing institutional logics. *Academy of Management Journal*, 56(4), 972-1001.
- Petrini, M., Scherer, P., & Back, L. (2016). Modelo de negócios com impacto social. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 56(2), 209-225.

- Prahalad, C. K., & Hart, S. L. (2002). The fortune at the bottom of the pyramid. *Strategy and Business*, 54-54.
- Ribeiro da Silva, A., Ferreira Sousa, L. F., & Godói de Sousa, E. (2016). Toms Shoes: o empreendedorismo social analisado a partir de práticas sociais do setor privado. *Gestão & Planejamento-G&P*, 17(2).
- Roman-Calderon, J. P., Odoardi, C., & Battistelli, A. (2015). Cause-fit, positive attitudes and behaviors within hybrid Colombian organizations. *Revista de Administração de Empresas*, 55(4), 408-417.
- Romani-Diasa, M., Iizukab, E. S., & Walchhutterc, S. (2017). Agenda de Pesquisa em Empreendedorismo Social e Negócios Sociais. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*, 8(3).
- Rossetto, D. E., Bernardes, R. C., Borini, F. M., & Gattaz, C. C. (2018). Structure and evolution of innovation research in the last 60 years: Review and future trends in the field of business through the citations and co-citations analysis. *Scientometrics*, 115(3), 1329-1363.
- Rosolen, T., Tiscoski, G. P., & Comini, G. M. (2014). Empreendedorismo social e negócios sociais: Um estudo bibliométrico da produção nacional e internacional. *Revista Interdisciplinar de gestão social*, 3(1).
- Ruas, T. L., & Pereira, L. (2014). Como construir indicadores de Ciência, Tecnologia e Inovação utilizando Web of Science, Derwent World Patent Index, Bibexcel e Pajek? *Perspectivas em Ciência da Informação*, 19(3), 52-81.
- Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: Past contributions and future opportunities. *Strategic entrepreneurship journal*, 3(2), 161-194.
- da Silva, M. D. F., de Moura, L. R., & Junqueira, L. P. (2015). As interfaces entre empreendedorismo social, negócios sociais e redes sociais no campo social. *Ciencias da Administração*, 17(42), 121-130.
- Smith, W. K., Gonin, M., & Besharov, M. L. (2013). Managing social-business tensions: A review and research agenda for social enterprise. *Business Ethics Quarterly*, 23(3), 407-442.
- de Sousa Teodósio, A. D. S., & Comini, G. (2012). Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context. *Revista de Administração*, 47(3), 410-421.
- Tracey, P., Phillips, N., & Jarvis, O. (2011). Bridging institutional entrepreneurship and the creation of new organizational forms: A multilevel model. *Organization science*, 22(1), 60-80.
- Vale, G. M. V., & de Oliveira Guimarães, L. (2010). Redes sociais na criação e mortalidade de empresas. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 50(3), 325-337.
- Van Raan, A. F. (2005). For your citations only? Hot topics in bibliometric analysis. *Measurement: interdisciplinary research and perspectives*, 3(1), 50-62.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2014). Visualizing bibliometric networks. In *Measuring scholarly impact* (pp. 285-320). Springer, Cham.

Villadsen, K. (2014). Tecnologia versus ação: uma falsa oposição atribuída a Foucault nos estudos organizacionais. *Organizações & Sociedade*, 21(71), 643-660.

Wood Jr, T., Costa, C. C. M., Lima, G. D. M. R., & Guimarães, R. C. (2016). Impacto social: Estudo sobre programas brasileiros selecionados de pós-graduação em administração de empresas. *Revista de Administração Contemporânea*, 20(1), 21-40.

Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building social business models: Lessons from the Grameen experience. *Long range planning*, 43(2-3), 308-325.

NOTAS

¹ <http://www.pipe.social>, recuperado em 20 de março de 2019

² <http://forcatarefainancassociais.org.br>, recuperado em 22 de novembro de 2018

³ <http://ice.org.br/negocios-de-impacto/>, recuperado em 22 de novembro de 2018

⁴ <https://www.yunusnegociossociais.com>, recuperado em 20 de novembro de 2018

⁵ <http://artemisia.org.br>, recuperado em 20 de novembro de 2018