



Perspectiva Bibliométrica Acerca da Produção Científica Internacional sobre Negócios de Impacto Social

Bibliometric Perspective On the International Scientific Production on Businesses with Social Impact

Perspectiva Bibliométrica Acerca de la Producción Científica Internacional sobre Negocios de Impacto Social

Maria do Socorro Torres Silva¹
Suzanne Érica Nobrega Correia²
Petruska de Araújo Machado³

Resumo

O rápido crescimento das pesquisas na área dos negócios de impacto social, a sua natureza emergente e a inspiração em diferentes disciplinas contribuem para formar uma literatura bastante fragmentada e sem estruturas dominantes. Diante dessa fragmentação conceitual, e objetivando contribuir para o fortalecimento das discussões no meio acadêmico, o presente estudo se propõe a realizar um mapeamento bibliométrico da produção científica construída em torno do tema, considerando publicações internacionais indexadas na *Web of Science* (WoS) entre 1945 e 2020 para fornecer uma visão abrangente e longitudinal do desenvolvimento do campo. A análise da evolução das publicações; dos autores que mais publicam e os mais citados; dos artigos mais relevantes; dos periódicos mais influentes; dos termos de maior ocorrência; e das redes de cocitação aponta que há um crescimento da produção acadêmica em nível global, marcada por uma grande variedade de tópicos, sendo os mais relevantes: as tensões e os dilemas oriundos da busca por objetivos paradoxais; as perspectivas social e econômica; as dimensões comportamentais/culturais; a variedade de empreendimentos que se encaixam nesse perfil; os aspectos conceituais; as questões relacionadas ao hibridismo organizacional; e a potencialidade dessas organizações na diminuição das desigualdades sociais.

Palavras-chave: modelo de negócios; negócios sociais; estudos bibliométricos.

Abstract

The rapid growth of research in the social impact business area, its emerging nature, and inspiration from different disciplines contribute to forming a very fragmented literature without dominant structures. Faced with this conceptual fragmentation and aiming to contribute to the strengthening of discussions in the academic environment, the present study proposes to carry out a bibliometric mapping of the scientific production built around the theme, considering international publications indexed in the Web of Science (WoS) between 1945 and 2020 to provide a comprehensive, longitudinal view of field development. The analysis of the evolution of publications; the authors who publish the most and the most cited; the most relevant articles; the most influential journals; the most frequent terms; and co-citation networks points out that there is a growth in academic production at a global level, marked by a wide variety of topics, the most relevant being: the tensions and dilemmas arising from the pursuit of paradoxical goals; the social and economic perspectives; behavioral/cultural dimensions; the variety of enterprises that fit this profile; the conceptual aspects; issues related to organizational hybridity; and the potential of these organizations in reducing social inequalities.

Keywords: business model; social business; bibliometric studies.

-
- 1 Mestra e Bacharelada em Administração pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Especialista MBA em Gestão Empreendedora e Inovação (UFCG).
 - 2 Pós-doutora em Administração pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Doutora em Administração pelo Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco (PROPAD - UFPE). Professora da Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade e do Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Campina Grande (PPGA - UFCG).
 - 3 Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) com Intercâmbio Sanduíche na Aston Business School – Aston University. Pesquisadora de Pós-doutorado no Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba (PPGA - UFPB), atuando na Área de Gestão de Sistemas de Informação e Sustentabilidade.

Resumen

El rápido crecimiento de las investigaciones en el área de los negocios de impacto social, su naturaleza emergente y la inspiración en diferentes asignaturas contribuyen para formar una literatura bastante fragmentada y sin estructuras dominantes. Ante esta fragmentación conceptual, y objetivando contribuir con el fortalecimiento de las discusiones en el medio académico, el presente estudio se propone a realizar un mapeo bibliométrico de la producción científica construida en vuelta del tema, considerando publicaciones internacionales indexadas en Web of Science (WoS|wqe) entre 1945 y 2020 para proporcionar una visión global y longitudinal del desarrollo del campo. El análisis de la evolución de las publicaciones; de los autores que más publican y los más citados; de los artículos más relevantes; de los periódicos más influyentes; de los términos de más ocurrencia; y de las redes de cocitación indica que hay un crecimiento de la producción académica a nivel global, marcada por una gran variedad de tópicos, siendo los más relevantes: las tensiones y los dilemas proveniente de la búsqueda por objetivos paradójicas; las perspectivas sociales y económicas; las dimensiones de conducta/ culturales; la variedad de emprendimientos que se cuadran en este perfil; los aspectos conceptuales; las cuestiones relacionadas al hibridismo organizacional; y la potencialidad de estas organizaciones en la disminución de las desigualdades sociales.

Palabras clave: modelo de negocios; negocios sociales; estudios bibliométricos.

Nas últimas décadas, a sociedade tem sofrido os efeitos nocivos relacionados aos hábitos de produção e consumo instituídos no auge do modernismo. Os altos níveis de degradação ambiental, o esgotamento de recursos naturais não renováveis, o aumento das desigualdades sociais são alguns dos desafios que ocupam cada vez mais espaço nas discussões promovidas por governos, empresas e sociedade civil (Rosolen et al., 2014).

Nesse contexto, surgem novos formatos organizacionais cujo propósito básico não se restringe à geração de lucro ou vantagens econômicas. Buscando unir o valor socioambiental e a sustentabilidade financeira na mesma estrutura organizacional (Comini, 2016), os negócios de impacto social, entendidos como uma vertente do empreendedorismo social (Romani-Dias et al., 2017), representam alternativas inovadoras que se propõem a solucionar os problemas socioambientais emergentes.

A despeito do aumento da produção acadêmica identificado nos últimos anos, o campo teórico desses negócios ainda é recente e necessita consolidar sua base conceitual. O rápido crescimento das pesquisas na área, a sua natureza emergente e a inspiração em diferentes disciplinas contribuem para formar uma literatura bastante fragmentada e sem estruturas dominantes (Saebi et al., 2018). Prova disso é a diversidade de nomenclaturas utilizadas para definir as organizações que se encaixam nesse perfil: negócios com impacto social, negócios para base da pirâmide, negócios sociais, negócios inclusivos e empresas sociais (Petrini et al., 2016).

Apesar dessa diversidade, nos países emergentes e em desenvolvimento, a expressão “negócio social” é mais predominante (Rosolen et al., 2014), o que justificou sua escolha no desenvolvimento desse trabalho. Além disso, o foco na perspectiva de novos modelos inclusivos que enfatizam a geração de valor socioambiental respalda a utilização da nomenclatura supracitada (Barki et al., 2020)

Objetivando contribuir para o fortalecimento das discussões sobre negócios sociais no meio acadêmico, o presente estudo realiza um mapeamento bibliométrico da produção científica construída em torno do tema, considerando publicações internacionais indexadas na plataforma *Web of Science* (WoS) durante o período de 1945 a 2020.

Diferentemente de alguns estudos bibliométricos e revisões sistemáticas desenvolvidos na última década (Barboza et al., 2017; Gaiotto, 2016; Romani-Dias et al., 2016, 2017; Rosolen et al., 2014), os resultados da presente pesquisa são estruturados com o auxílio combinado dos softwares *VOSViewer* e *CitNetExplorer*, ferramentas úteis que potencializam e solidificam a construção dos achados (Pradhan, 2016). Ademais, o período selecionado para a coleta de dados fornece uma visão abrangente e longitudinal do desenvolvimento do campo teórico, permitindo a construção de um cenário holístico das contribuições acadêmicas a respeito dos negócios sociais. Foi realizada, ainda, a análise da evolução da temática a nível internacional, identificando as correntes teóricas hegemônicas que permeiam esse campo de estudo.

Considerando o recente crescimento do interesse acadêmico acerca dos negócios sociais, a pesquisa pode contribuir com a comunidade científica, ajudando a compreender a conjuntura das produções sobre o tema, estimulando o surgimento de debates e trabalhos prolíficos que amenizarão a fragmentação conceitual intrínseca ao campo. Para mais, pode proporcionar aos empreendedores sociais uma compreensão aprofundada e sistêmica do seu modelo de negócios, viabilizando uma gestão mais consciente dessas organizações.

As próximas quatro seções do estudo são as seguintes: a primeira contempla uma discussão teórica sobre os negócios sociais; a segunda detalha os procedimentos metodológicos adotados; a terceira apresenta os resultados alcançados a partir das análises dos dados. Finalmente, são apresentadas as considerações finais, contribuições teóricas e práticas, sugestões para pesquisas futuras e limitações do estudo.

Negócios Sociais

As discussões sobre negócios sociais, normalmente, partem da perspectiva do empreendedorismo social, compreendendo um amplo ambiente de atuação para diversos tipos de empreendimentos sociais (Rosolen et al., 2014; Yaari et al., 2019). O empreendedorismo social, fenômeno multinível e de vários estágios, surge da necessidade de preencher as lacunas sociais em áreas que foram negligenciadas pelo Estado e/ou mercado (Saebi et al., 2018; Trivedi & Stokols, 2011).

Neste âmbito, há uma ampla gama de organizações com formatos independentes, cujos projetos não se vinculam a movimentos sociais, tampouco a iniciativas empresariais e mercadológicas. Dentre estas, há propostas que buscam ofertar serviços básicos a populações que não conseguem acessá-los por vias públicas ou privadas; algumas se dedicam a gerar emprego e renda para pessoas que não ingressam no mercado formal de trabalho; e outras que se empenham em criar soluções para os problemas ambientais, a fim de garantir a sobrevivência das gerações futuras (Battilana & Lee, 2014; Comini, 2016).

Os negócios sociais são, por sua vez, um tipo particular de organização no contexto do empreendedorismo social, que compreende diversos prismas teóricos (Romani-Dias et al., 2017). Caracterizam-se por atender às novas demandas sociais alinhando à lógica de mercado a lógica social, buscando conciliar a geração de valor social e econômico na mesma estrutura organizacional (Jahchan et al., 2016; Wilson & Post, 2013; Yudha & Sudhartio, 2019).

Entendidos como novos modelos organizacionais que focam na geração de valor socioambiental (Barki et al., 2020), os negócios sociais não são instituições de caridade, ou instituições capitalistas, ou ativistas sociais. Diferenciam-se por utilizar meios comerciais para atingir uma missão social ou ambiental, combinando o melhor desses dois aspectos, ao criar valor para a sociedade em áreas ignoradas pelos mercados e/ou governos, enquanto desenvolvem operações financeiras sustentáveis, que permitem sua subsistência (Santos et al., 2015). Nesse sentido, os negócios sociais desenvolvem produtos e serviços para clientes e mercados, incorrendo em receitas e despesas, tal como uma empresa “regular”, embora seu objetivo central seja servir à sociedade (Yunus et al., 2010).

Segundo Petrini, et al. (2016), um dos grandes desafios para a compreensão dessas organizações consiste na diversidade de nomenclaturas utilizadas para descrevê-las. Dessa forma, Teodósio e Comini (2012) explicam que esta pluralidade de termos está ligada a dois fatores: as diferentes maneiras de definir o caráter social dos projetos; e as várias formas de avaliar o impacto social e o caráter inovador dessas organizações. As distintas associações geográficas também contribuem para a heterogeneidade de definições dos negócios sociais (Granados et al., 2011). Apesar disso, estes empreendimentos representam uma manifestação comum de que são iniciativas visando resolver problemas sociais através de mecanismos de mercado (Teodósio & Comini, 2012).

Dentre as abordagens utilizadas para compreender os negócios sociais, destacam-se três: 1) a abordagem econômica, baseada na obra de Amartya Sen, que defende a criação de condições socioeconômicas favoráveis para mitigar a pobreza; 2) a perspectiva relacionada à satisfação das necessidades da população de baixa renda, ou base da pirâmide; e 3) a vertente do hibridismo organizacional presente nos negócios sociais (Iizuka et al., 2015; Yaari et al., 2019).

Existem três enfoques básicos para descrever as variedades de um negócio social: 1) a perspectiva europeia, que enfatiza o papel das organizações da sociedade civil com funções públicas, destacando o associativismo e o cooperativismo; 2) a norte-americana, segundo a qual os negócios sociais são organizações privadas com lógica de mercado voltada à base da pirâmide; e 3) a dos países em desenvolvimento, que realça a atuação das iniciativas focadas na redução da pobreza e na transformação das condições sociais de indivíduos marginalizados (Comini et al., 2012).

No que se refere à destinação dos resultados gerados por estes empreendimentos, Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010) defendem que o lucro de um negócio social deve ser totalmente reinvestido, sendo permitido aos investidores e proprietários recuperarem apenas o montante aplicado nas operações. Esse posicionamento, entretanto, não é unânime na academia. Alguns autores afirmam que a distribuição de lucros, além de fazer parte da lógica de mercado, serve como atrativo para um maior número de parceiros externos e contribui para multiplicar as iniciativas na área (Chu, 2007).

Procedimentos Metodológicos

Objetivando realizar um mapeamento da produção científica internacional acerca dos negócios sociais, utilizou-se a técnica de análise bibliométrica, que consiste na aplicação de um conjunto de métodos estatísticos para delinear a evolução da ciência e/ou disciplinas através da performance de publicação de autores e instituições (Koseoglu, 2016). Os princípios básicos da bibliometria são amparados nas Leis de *Bradford* (produtividade de periódicos), de *Lotka* (produtividade científica de autores) e de *Zipf* (frequência de palavras) (Guedes & Borschiver, 2012).

O banco de dados foi gerado em junho de 2020, por meio da busca, na plataforma *Web of Science* (WoS), de artigos que continham os principais termos vinculados ao campo teórico, citados por Comini (2016): *social business*, *social enterprise*, *inclusive business* e *hybrid organizations*. Considerando o índice *Social Sciences Citation Index* (SSCI), a pesquisa inicial retornou 1.129 documentos, publicados no intervalo de 1945 a 2020 (todos os anos). Para

fins de refinamento, foram filtrados apenas artigos de língua inglesa, pertencentes às categorias *negócio* e *gestão*, totalizando 383 artigos (Figura 1).

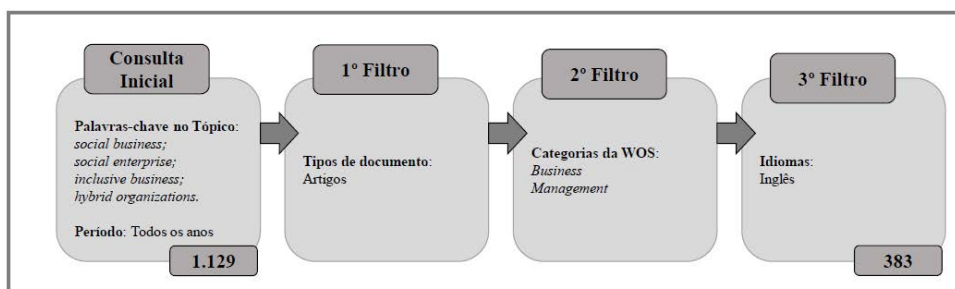


Figura 1. Constituição da amostra da pesquisa.

Fonte: Elaboração própria (2020).

A análise dos dados ocorreu com o auxílio dos softwares *VOSViewer* versão 1.6.14 e *CitNetExplorer* (*Citation Network Explorer*) versão 1.0.0, que permitem a construção de redes bibliométricas e a visualização e análise de redes de citação de publicações acadêmicas, respectivamente (Pradhan, 2016). O uso conjunto dessas ferramentas possibilitou a realização de avaliações sofisticadas de *clusters*, em níveis individual e agregado, facilitando a exploração da literatura científica (van Eck & Waltman, 2017). Nesta fase foram analisados: 1) o número de publicações, 2) os autores mais produtivos e citados da área, 3) os artigos e periódicos mais influentes, 4) o mapa de coocorrência de termos mais frequentes e, por fim, 5) as redes de cocitação.

Análise e Discussão dos Resultados

Tendência da Produção Científica sobre Negócios Sociais

Número de publicações por ano.

Embora a pesquisa tenha sido realizada a partir de 1945, o artigo mais antigo da base de dados que aborda o tema sobre negócios sociais foi produzido em 1975 (Dholakia & Dholakia, 1975), dando início a um período de baixa produtividade que se estende até 1987, quando é publicado o segundo estudo mais antigo da área. Em sua pesquisa pioneira, intitulada *Marketing planning in a social enterprise: a conceptual approach*, Dholakia e Dholakia (1975) fornecem subsídios práticos e teóricos para que os gestores identifiquem e gerenciem a função do *marketing* em empresas sociais.

A Figura 2 mostra a distribuição das 383 publicações indexadas na WoS relacionadas à temática, de 1975 até a data da consulta. Analisando o número total de trabalhos, percebe-se um crescimento da produção científica, ainda que oscilante, entre os anos de 2012 e 2019, período no qual foram publicados mais de 80% dos artigos selecionados.

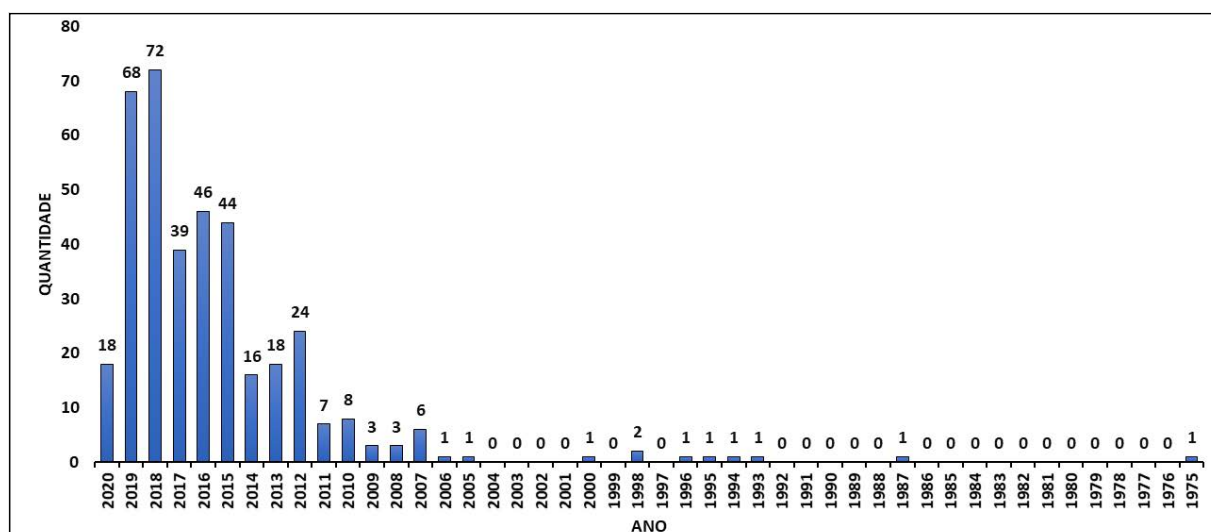


Figura 2. Distribuição das publicações indexadas na WoS sobre negócios sociais.

Fonte: Elaboração própria, a partir da *Web of Science* (2020).

O pico da produção científica foi atingido em 2018, quando foram publicados 72 artigos, isto é, aproximadamente 18,79% do total de registros. Apesar das pequenas variações constatadas em determinados anos, verifica-se uma tendência de crescimento das publicações na última década. Em 2020, a quantidade de artigos indexados continua expressiva, o que garante que o tema continua em evidência.

Autores que mais publicam e os mais citados.

Dentre os 842 autores identificados, apenas 99 possuem duas ou mais publicações sobre o tema. A Tabela 1 exibe a lista dos 10 autores que mais publicaram, bem como os 10 mais citados da área, no período de 1975 a 2020. Sumariamente, estes últimos se propõem a investigar diversos tópicos relativos aos negócios sociais, a saber: o equilíbrio e o gerenciamento de objetivos divergentes (Battilana & Dorado, 2010; Pache & Santos, 2013); a criação de novos formatos organizacionais (Tracey et al., 2011); os desafios, as tensões e os *trade-offs* resultantes do processo de hibridação (Doherty et al., 2014); as dimensões ou áreas-chave dessas organizações (Battilana & Lee, 2014).

Tabela 1.

Top 10 dos autores que mais publicam/mais citados no período de 1975-2020

Autores que mais publicam			Autores mais citados		
Ordem	Autores	Registros	Ordem	Autores	Nº de Citações
1	Phillips, N	7	1	Battilana, J	1705
2	Tracey, P	7	2	Pache, AC	849
3	Haigh, N	6	3	Santos, F	669
4	Haugh, H	6	4	Tracey, P	655
5	Doherty, B	5	5	Haugh, H	558
6	Battilana, J	5	6	Phillips, N	529
7	Lee, M	5	7	Moss, TW	493
8	Vaccaro, A	4	8	Lee, M	479
9	Huybrechts, B	4	9	Doherty, B	396
10	Besharov, ML	4	10	Lyon, F	377

Fonte: Dados extraídos do VOSViewer (2020).

Além de ser a autora mais citada, *Battilana J* também está entre os 10 autores que mais produzem artigos acerca dos negócios sociais. Apesar de possuírem um significativo número de publicações, *Haigh N*, *Vaccaro A*, *Huybrechts B* e *Besharov ML* não aparecem no *ranking* dos 10 autores mais citados. Entretanto, *Haigh N* e *Besharov ML*, em parceria com outros pesquisadores, produziram artigos com significativo impacto em termos de escore de citação (ver Tabela 2).

Artigos mais citados.

Considerando os escores de citação das publicações, a Tabela 2 apresenta a lista dos artigos mais citados na área de negócios sociais, construída com o auxílio do *CitNetExplorer*. Os estudos foram selecionados com base no impacto gerado pela sua publicação, medido pelo *H-Index*. Assim sendo, foram identificados 16 estudos que apresentaram o valor mínimo de 16 em seu escore de citação (Hirsch, 2005).

Tabela 2.
Artigos mais citados no período de 1975-2020

Ordem	Referência	Cit. Escore
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.	121.0
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.	92.0
3	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.	89.0
4	Doherty, B., Haugh, H., & Lyon, F. (2014). Social enterprises as hybrid organizations: a review and research agenda. <i>International Journal of Management Reviews</i> , 16(4), 417–436.	58.0
5	Jay, J. (2013). Navigating paradox as a mechanism of change and innovation in hybrid organizations. <i>Academy of Management Journal</i> , 56(1), 137–159.	58.0
6	Ebrahim, A., Battilana, J., & Mair, J. (2014). The governance of social enterprises: mission drift and accountability challenges in hybrid organizations. <i>Research in Organizational Behavior</i> , 34, 81–100.	50.0
7	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. doi:10.1287/orsc.1090.0522	49.0
8	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(03), 407–442.	47.0
9	Battilana, J., Sengul, M., Pache, A.-C., & Model, J. (2015). Harnessing productive tensions in hybrid organizations: the case of work integration social enterprises. <i>Academy of Management Journal</i> , 58(6), 1658–1685.	44.0
10	Dees, J. G. (1998). Enterprising on profits. <i>Harvard Business Review</i> , 76, 55-67.	36.0
11	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.	29.0
12	Santos, F., Pache, A.-C., & Birkholz, C. (2015). Making hybrids work: aligning business models and organizational design for social enterprises. <i>California Management Review</i> , 57(3), 36–58.	27.0
13	Haigh, N., & Hoffman, A. J. (2011). Hybrid organizations: the next chapter in sustainable business. <i>SSRN Electronic Journal</i> .	24.0
14	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.	23.0
15	Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: towards a convergent theory of the entrepreneurial process. <i>International Small Business Journal</i> , 25(1), 5–26.	23.0
16	Moizer, J., & Tracey, P. (2010). Strategy making in social enterprise: the role of resource allocation and its effects on organizational sustainability. <i>Systems Research and Behavioral Science</i> , 27(3), 252–266.	16.0

Fonte: Dados extraídos do CitNetExplorer (2020).

Analisando a lista dos artigos mais citados, constata-se a emergência do tema na última década, tendo em vista que 13 (81,25%) das 16 publicações foram produzidas a partir de 2010. Além disso, a maioria desses estudos propõem modelos, *frameworks*, tipologias ou diagramas conceituais que contribuem para consolidar o campo teórico dos negócios sociais (Chell, 2007; Dees, 1998; Doherty et al., 2014; Jay, 2013; Moizer & Tracey, 2010; Santos et al., 2015; Tracey et al., 2011; Yunus et al., 2010). A Tabela 3 sintetiza a contribuição teórica dessas pesquisas.

Tabela 3.

Artigos que propõem modelos, frameworks, tipologias ou diagramas conceituais

Título	Contribuições
Social enterprises as hybrid organizations: a review and research agenda	Doherty, Haugh e Lyon (2014) elaboraram um <i>framework</i> de desafios, tensões e <i>trade-offs</i> resultantes do processo de hibridação das empresas sociais.
Navigating paradox as a mechanism of change and innovation in hybrid organizations	Jay (2013) apresentou um modelo processual para ilustrar o paradoxo presente nas organizações híbridas, enfatizando a identidade organizacional, os resultados e o processo de criação de sentido e transformação que permeiam as fases desse modelo.
Bridging institutional entrepreneurship and the creation of new organizational forms: a multilevel model	Tracey, Phillips e Jarvis (2011) desenvolveram um modelo que destaca a natureza multinível do empreendedorismo institucional.
Enterprising nonprofits	Dees (1998) concebeu um <i>framework</i> , denominado “espectro da empresa social”, que auxilia os líderes de organizações sem fins lucrativos a avaliar as opções de autofinanciamento, apontando as possibilidades de comercialização, os riscos e as ameaças inerentes a esse processo.
Making hybridwork: aligning business models and organizational design for social enterprises	Santos, Pache e Birkholz (2015) formularam uma tipologia de quatro modelos de empresas sociais híbridas – <i>Market Hybrid</i> , <i>Blending Hybrid</i> , <i>Bridging Hybrid</i> e <i>Coupling Hybrid</i> – que pode auxiliar os gestores a evitarem o desvio de missão.
Building social business models: lessons from the grameen experience	Yunus, Moingeon e Lehmann-Ortega (2010) criaram um modelo de negócios sociais composto por quatro componentes: proposta de valor; equação do lucro social; do lucro econômico; e constelação de valor.
Social enterprise and entrepreneurship: towards a convergent theory of the entrepreneurial process	Chell (2007) propuseram um modelo parcimonioso do processo empreendedor, que pode ser aplicado tanto a empreendimentos privados, quanto a empresas sociais.
Strategy making in social enterprise: The role of resource allocation and its effects on organizational sustainability	Moizer e Tracey (2010) estruturaram um diagrama de <i>loop</i> causal simples, que mapeia as relações entre a alocação de recursos e diversas outras variáveis influentes na sustentabilidade das empresas sociais.

Fonte: Dados extraídos do *CitNetExplorer* (2020).

O artigo que apresenta o maior escore de citação (121) é o de Battilana e Dorado (2010) intitulado *Building sustainable hybrid organizations: the case of commercial microfinance organizations*. As autoras comprovam, empiricamente, que para equilibrar coerentemente as lógicas de mercado e social, as organizações híbridas precisam criar uma identidade organizacional comum. Nesse âmbito, as políticas de contratação e socialização são cruciais ao desenvolvimento dessa identidade (Battilana & Dorado, 2010).

O segundo artigo mais influente em termos de citação é intitulado *Advancing research on Hybrid organizing – insights from the study of social enterprises*, que é fruto de uma revisão de literatura, a partir da qual Battilana e Lee (2014) propõem cinco dimensões, ou áreas-chave, das organizações híbridas: (1) atividades organizacionais principais; (2) composição da força de trabalho; (3) *design* organizacional; (4) relações interorganizacionais; e (5) cultura (Battilana & Lee, 2014).

O terceiro artigo mais citado, *Inside the hybrid organization: selective coupling as a response to competing institutional logics*, foi desenvolvido por Pache e Santos em 2013. O artigo apresenta um estudo de caso comparativo entre quatro *Work Integration Social Enterprises* (WISEs) francesas, no qual os autores investigam como os empreendimentos híbridos gerenciam internamente os objetivos conflitantes que incorporam. Verifica-se que, para isso, os autores acoplam seletivamente elementos intactos prescritos por cada lógica (Pache & Santos, 2013).

Outro estudo que realiza uma revisão de literatura é o *Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities*, de Short, Moss e Lumpkin (2009), cujos resultados apontam o caráter embrionário das pesquisas e a prevalência de artigos conceituais na área do empreendedorismo social. Os autores sugerem, ainda, a incorporação de métodos multivariados para complementar as técnicas empregadas; a adoção de temas-chave do empreendedorismo estratégico aplicados aos negócios sociais; e a exploração de teorias estabelecidas no campo teórico organizacional, como a Teoria da Contingência, da Criação, da Descoberta, da Difusão da Inovação, entre outras (Short et al., 2009).

No sexto artigo mais citado do ranking, *The governance of social enterprises: mission drift and accountability challenges in hybrid organizations*, Ebrahim, Battilana e Mair (2014) destacam o papel da governança corporativa como ferramenta para evitar desvios de missão e manter o hibridismo das empresas sociais. Para tanto, deve-se a) monitorar a relação entre atividades sociais e comerciais; b) desenvolver estratégias de controle apropriadas à supervisão do desempenho do gerente; e c) implementar formas significativas de prestação de contas aos beneficiários (Ebrahim et al., 2014).

Os artigos intitulados *managing social-business tensions: a review and research agenda for social enterprise*, de Smith, Gonin e Besharov (2013), e *Hybrid organizations: the next chapter in sustainable business*, de Haigh e

Hoffman (2011), abordam as tensões e os obstáculos que o hibridismo impõe às organizações sociais. Enquanto o primeiro categoriza os tipos de tensão que surgem no cotidiano das empresas sociais – tensões de desempenho, de organização, de pertencimento e de aprendizagem (Smith et al., 2013), o segundo aborda, além das características e das ações, os desafios que os híbridos enfrentam para atingir seus objetivos de mudança social, oferecendo opções para que as empresas tradicionais adotem uma abordagem híbrida (Haigh & Hoffman, 2011).

Por fim, o artigo intitulado *Harnessing productive tensions in hybrid organizations: the case of work integration social enterprises*, de Battilana et al. (2015), conduzido sob uma perspectiva metodológica mista, aponta, entre outros fatores, a existência de uma relação paradoxal entre a “impressão social” (a ênfase inicial da equipe de fundação no cumprimento da missão social) e a produtividade dos negócios híbridos (Battilana et al., 2015).

Diante do exposto, percebe-se que os artigos mais influentes na área tratam de questões relacionadas ao caráter híbrido dos negócios sociais, decorrente da combinação entre características próprias às organizações sem fins lucrativos e traços peculiares às empresas comerciais (Wood Jr., 2010). De fato, a oscilação entre objetivos econômicos e sociais representa um grande dilema para aqueles que gerenciam tais empreendimentos.

Assim sendo, muitos estudos investigam os fatores que promovem o equilíbrio das lógicas paradoxais que esses negócios articulam, apontando estratégias que os auxiliam a evitar desvios de missão, e revelando os desafios, as tensões, os *trade-offs* e os riscos específicos ao cotidiano desses empreendimentos.

Buscando solidificar o conhecimento teórico da área, algumas publicações apresentam, ainda, revisões sistemáticas da literatura, indicando os temas, as perspectivas e as abordagens mais frequentes do campo, bem como formulando agendas de pesquisa a serem trabalhadas por pesquisadores contemporâneos.

Periódicos científicos mais influentes.

As 383 publicações foram divulgadas por meio de 128 periódicos científicos. Dentre os 10 mais influentes (Tabela 4), o *Journal of Business Ethics*, o *California Management Review* e o *Entrepreneurship and Regional Development* ganharam destaque por apresentarem a maior quantidade de artigos publicados, sendo 39, 13 e 11, respectivamente.

Tabela 4.
Periódicos mais influentes

Ordem	Periódico	Nº de citações	Registros
1	<i>Academy of Management Journal</i>	2108	8
2	<i>Journal of Business Ethics</i>	972	39
3	<i>Organization Science</i>	677	9
4	<i>Strategic Entrepreneurship Journal</i>	517	3
5	<i>Harvard Business Review</i>	475	4
6	<i>Long Range Planning</i>	403	3
7	<i>Journal of Management Studies</i>	397	9
8	<i>California Management Review</i>	343	13
9	<i>Entrepreneurship and Regional Development</i>	265	11
10	<i>Public Management Review</i>	174	8

Fonte: Dados extraídos do VOSViewer (2020).

O *Academy of Management Journal*, juntamente com o *Journal of Business Ethics*, o *Organization Science* e o *Strategic Entrepreneurship Journal*, cujos escopos de pesquisa estão delineados na Tabela 5, foram os periódicos que publicaram os artigos de maior impacto no campo dos negócios sociais, apresentando um número de citações superior a 500.

Tabela 5.
Escopo dos periódicos mais influentes

Periódico	Escopo de Pesquisa
<i>Academy of Management Journal</i>	Pesquisas empíricas que testem, ampliem ou construam a teoria e contribuam para a prática da administração.
<i>Journal of Business Ethics</i>	Contabilidade, comportamento, consumo, governança, responsabilidade e sustentabilidade corporativas, gerenciamento de culturas, economia, feminismo, finanças, problemas globais, humanidades, recursos humanos, relações trabalhistas, leis, políticas públicas, liderança, marketing, filosofia, prática, psicologia, religião, espiritualidade, pequenos negócios, empreendedorismo, empreendedorismo social, sociologia, estratégia, ensino, tecnologia, entre outras, sendo todas as temáticas ligadas à ética nos negócios.
<i>Organization Science</i>	Processos, estruturas, tecnologias, identidades, capacidades, formas e desempenho organizacionais, comportamento e teoria organizacional, gerenciamento estratégico, psicologia, sociologia, economia, ciência política, sistemas de informação, comunicação, ciência cognitiva.
<i>Strategic Entrepreneurship Journal</i>	Empreendedorismo e crescimento econômico, mudança, risco e incerteza, inovação, criatividade, imaginação e oportunidades, estratégia <i>versus</i> empreendedorismo, tecnologia, papel social do empreendedorismo, características comportamentais da atividade empreendedora, ações empreendedoras, inovação e apropriabilidade.

Fonte: Elaboração própria, baseada nos sites dos periódicos (2020).

Ao analisar o escopo dos periódicos que disseminam pesquisas acerca dos negócios sociais, percebe-se que eles abrangem uma ampla gama de tópicos, com uma enorme variedade de perspectivas metodológicas e disciplinares sobre questões relacionadas a estes empreendimentos, sendo considerados bastante relevantes para a comunidade científica.

Análise dos termos de maior ocorrência.

Uma análise de termos de maior ocorrência foi realizada para identificar os prováveis temas de pesquisa na área. De um total de 7.937 termos identificados como os mais recorrentes no título e no *abstract* das 383 publicações, apenas 271 atenderam ao critério de, pelo menos, 10 ocorrências para cada vocábulo. Para efeitos de análise, o *VOSViewer* considera o conjunto de 60% dos termos encontrados como mais significantes, ou seja, 163 termos da base de dados.

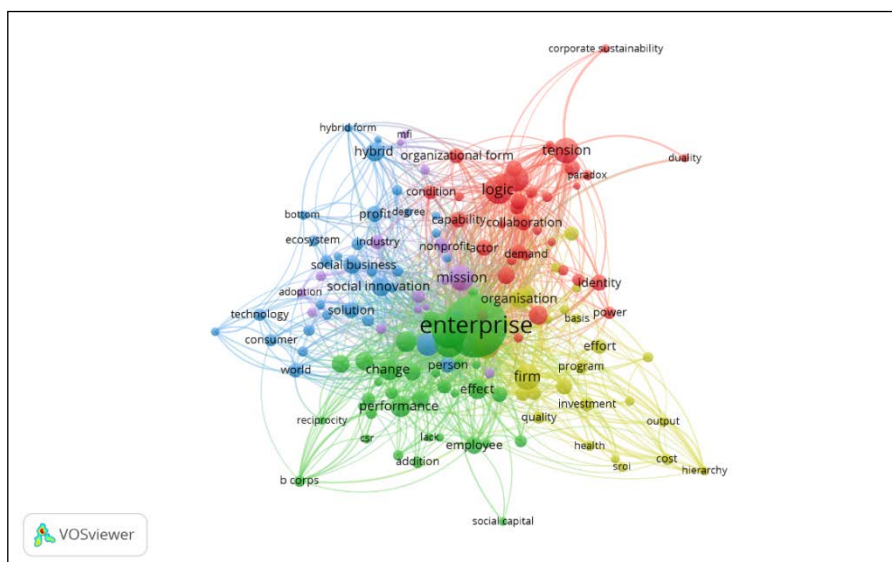


Figura 3. Mapa de Cooocorrência de termos mais frequentes.
Fonte: Gerado pelo *VOSViewer* (2020).

A fim de purificar os dados, 16 palavras não representativas e que apresentavam baixo escore de relevância para a pesquisa foram excluídas, totalizando uma amostra final de 147 termos, dos quais *enterprise* é a palavra com maior ocorrência, aparecendo 604 vezes, conforme Figura 3.

Tabela 6.
Composição dos cinco clusters

Cluster	Itens	Termos em ordem alfabética
1 (Vermelho) Caráter híbrido dos negócios sociais	36	Combination, complexity, duality, existence, hybridity, hybrid organization, identity, institutional complexity, legitimacy, logic, organizational form, paradox, sense, tension.
2 (Verde) Caráter comportamental dos negócios sociais	35	Behavior, change, culture, effect, employee, enterprise, entrepreneur, entrepreneurial activity, future, growth, inclusive business, manager, performance, reciprocity, shift, social capital, social need.
3 (Azul) Caráter social dos negócios sociais	32	Base, BOP, bottom, consumer, ecosystem, entrepreneurial ecosystem, hybrid, poverty, pyramid, scale, social business, social innovation, social value creation, solution, subsistence marketplace, technology, value creation, world.
4 (Amarelo) Caráter estratégico dos negócios sociais	27	Accountability, basis, benefit, charity, community enterprise, cost, effort, firm, governance, hierarchy, individual, investment, market, mission drift, organization, output, policy, program, quality, risk, social return, SROI.
5 (Lilás) Variedade de negócios sociais	17	Access, adoption, CEO, government, industry, local community, mission, nonprofit, pursuit, social impact, social performance, social sector, social venture, variety.

Fonte: Elaboração própria, com base no VOSViewer (2020).

A análise dos termos mais frequentes possibilitou a categorização dos principais temas da área em 5 grupos (*clusters*), detalhados na Tabela 6. O *Cluster 1* foi denominado de *caráter híbrido dos negócios sociais* e representa a vertente do hibridismo organizacional presente no âmago dos negócios sociais (Iizuka et al., 2015), relacionado ao paradoxo, à complexidade e às tensões provenientes da dualidade que essas organizações enfrentam ao associar lógicas antagônicas na mesma estrutura organizacional (Battilana et al., 2015; Battilana & Dorado, 2010; Smith et al., 2013). Nesse contexto, a combinação de propriedades associadas aos setores público, privado e sem fins lucrativos, apesar de proporcionar flexibilidade para o cumprimento da missão dupla, impõe riscos e desafios ao processo de gestão dos negócios sociais, evidenciando a complexidade inerente à sua essência híbrida (Doherty et al., 2014; Jay, 2013; Kannothra et al., 2018).

Ainda é apontado que aspectos como características do perfil empreendedor social e sua atuação estratégica carecem de aprofundamento, uma vez que são tratados de maneira fragmentada na literatura (Koe Hwee Nga & Shamuganathan, 2010). Neste sentido, o *Cluster 2* foi nomeado de *caráter comportamental dos negócios sociais*, apresentando palavras como *behavior* (comportamento), *change* (mudança), *culture* (cultura), *employee* (empregado), *entrepreneurial activity* (atividade empreendedora), *identity* (identidade) e *manager* (gerente), evidência os esforços teóricos relacionados à compreensão do elemento humano nas organizações sociais. A este respeito, a imagem de “herói incorruptível” atribuída ao empreendedor social na literatura merece ser debatida (e até repensada), uma vez que a busca por objetivos antagônicos é uma prática potencialmente desarmônica, permeada por tensões, incompatibilidades e dilemas que podem influenciar as ações desses indivíduos na condução das organizações (Berglund & Schwartz, 2013; Siegner et al., 2018).

O *Cluster 3*, denominado *caráter social dos negócios sociais*, se refere à atuação dos empreendedores sociais para a promoção da transformação social, a redução da pobreza e a satisfação das necessidades de consumo da base da pirâmide e dos mercados de subsistência. Nesse sentido, os negócios sociais operam como agentes de mudança, provendo soluções estratégicas para os problemas emergentes e criando valor social (Yunus et al., 2010). Por conseguinte, esses empreendimentos são encarados, frequentemente, sob uma perspectiva excessivamente positiva (utópica), definidos como um “raio de esperança” num mundo cheio de pobreza, degradação ambiental e injustiça moral (Smith et al., 2013). Entretanto, alguns pesquisadores realçam a necessidade de estudos que se dediquem a investigar as falhas e o fracasso desse novo modelo de negócios, iluminando os fatores que comprometem sua sobrevivência a longo prazo (Ismail & Johnson, 2019; Kenny et al., 2020).

O *Cluster 4*, denominado *caráter estratégico dos negócios sociais*, apresenta o direcionamento estratégico e a lógica de mercado presentes nas ações dos empreendedores sociais. As palavras *accountability* (prestação de contas), *cost* (custo), *investment* (investimento), *market* (mercado) e *social return* (retorno social) apontam o viés economicista do empreendedorismo social, uma vez que a aferição de lucro e resultados econômicos também faz parte do escopo desses negócios (Chu, 2007).

Os negócios sociais articulam formas, finalidades e características de empresas tradicionais e de organizações da sociedade civil e do governo (Romani-Dias, 2016; Wood Jr., 2010). Finalmente, o *Cluster 5*, que foi nomeado como *variedade de negócios sociais*, é formado por palavras como *government* (governo), *industry* (indústria/fábrica/negócio), *local community* (comunidade local) e *nonprofit* (sem fins lucrativos), que remetem às distintas concepções acerca da variedade de empreendimentos sociais que se originam de diversos setores da sociedade.

Considerando o domínio de pesquisas dos cinco *clusters*, percebe-se, de maneira geral, que os negócios sociais constituem um campo científico bastante profícuo, abarcando estudos relacionados às tensões e aos dilemas oriundos da busca por objetivos paradoxais (hibridismo organizacional), às perspectivas social e econômica desse tipo de organização, ao seu aspecto comportamental/cultural e à variedade de formatos desses empreendimentos.

Análise das redes de cocitação.

Considerando como critério de corte o número mínimo de 20 citações, a Figura 4 exibe a rede de relacionamentos de cocitação composta por 139 autores (nós), os quais se agruparam em três *clusters* principais.

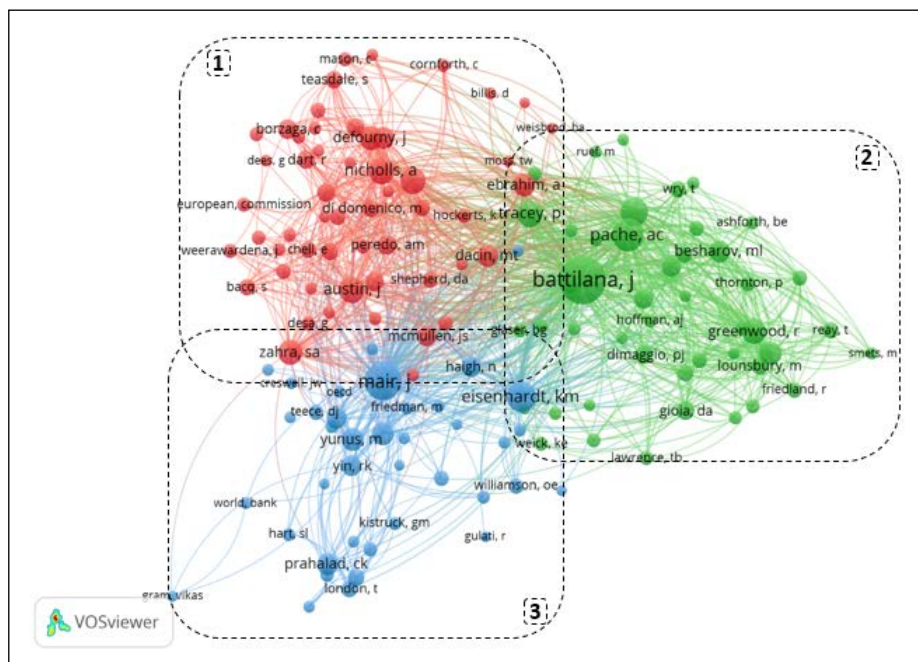


Figura 4. Redes de Cocitação.

Fonte: Adaptado do VOSviewer (2020).

O *Cluster 1* (vermelho) é constituído por 54 autores, sendo os mais citados *Nicholls* (104), *Austin* (98), *Dees* (98), *Zahra* (96) e *Defourny* (83), respectivamente. Em sua maioria, estes autores investigam aspectos conceituais do empreendedorismo social, ligados a definições, abordagens, estruturas, natureza, fronteiras, facetas, legitimidade e tipologias destes empreendimentos.

Na perspectiva destes autores, o empreendedorismo social pode ser definido como qualquer iniciativa empreendedora que incorpore um objetivo social (Austin et al., 2006), originando um modelo de mudança sustentável (Nicholls, 2008). Os empreendedores sociais desempenham, portanto, o papel de agentes da mudança, adotando uma missão para criar e sustentar valor social (Dees, 1998), através de um processo que engloba as atividades e as técnicas realizadas para descobrir, definir e explorar oportunidades que permitam a geração de riqueza social (Zahra et al., 2009).

O *Cluster 2* (verde), com foco no hibridismo organizacional, é composto por 46 pesquisadores, dentre os quais se destacam *Battilana* (336), *Pache* (153), *Smith* (115), *Tracey* (103) e *Greenwood* (91). Assim, temas como desvio de missão, tensões, conflitos, demandas divergentes, paradoxo e complexidade são amplamente discutidos por estes estudiosos. Ao desenvolver suas pesquisas, os autores supracitados adotam uma abordagem semelhante para definir o hibridismo organizacional: a combinação de lógicas institucionais distintas identificadas na criação de novos formatos organizacionais (Battilana & Dorado, 2010; Greenwood et al., 2011; Pache & Santos, 2013; Smith et al., 2013; Tracey et al., 2011) 2013; Smith et al., 2013; Tracey et al., 2011).

Por fim, o *Cluster 3* (azul) é formado por 39 autores, cujos mais relevantes são *Mair* (207), *Eisenhardt* (137), *Yunus* (81) e *Prahalad* (68). Os estudos são predominantemente direcionados a analisar os impactos das ações empreendedoras sociais para a diminuição da pobreza e a satisfação das necessidades dos consumidores da base da pirâmide e dos mercados de subsistência. Neste sentido, os negócios sociais são encarados como empreendimentos autossustentáveis (Yunus et al., 2010), que contribuem para erradicar a pobreza em todas as suas formas, desafiando o *status quo* e o pensamento convencional (Seelos & Mair, 2005), ao empreender esforços para atender a camada da população mundial de baixa renda, que possui um restrito poder aquisitivo (Prahalad, 2009).

Assim como a análise dos termos de maior ocorrência, a construção das redes de cocitação permitiu estabelecer o direcionamento acadêmico dos cientistas, revelando o interesse dos pesquisadores por três vertentes principais: os aspectos conceituais dos negócios sociais; as questões relacionadas ao hibridismo organizacional; e a potencialidade dessas organizações na diminuição das desigualdades sociais e na construção de um mundo melhor e mais justo.

Considerações Finais

O presente estudo realizou um mapeamento bibliométrico da produção científica acerca da área de negócios de impacto social, considerando publicações internacionais indexadas na plataforma *Web of Science* (WoS), no período de 1945 a 2020. Para tanto, foram investigados os seguintes aspectos: evolução das publicações; autores que mais publicam e os mais citados; artigos mais relevantes; periódicos mais influentes; análise dos termos de maior ocorrência; e das redes de cocitação.

Notou-se que há uma tendência de crescimento da produção acadêmica em nível global, evidenciada pelo aumento das publicações internacionais indexadas na WoS na última década. Além disso, a quantidade de artigos indexados sobre o tema no ano corrente já ultrapassa o número de publicações cumulativas no intervalo de 1975 a 2007, consolidando ainda mais o seu caráter *hot topic*.

Analisando a lista dos artigos mais citados, constatou-se um grande esforço teórico na academia voltado à concepção de modelos, *frameworks*, tipologias e diagramas conceituais que contribuem para solidificar a área dos negócios sociais. De modo geral, os artigos mais influentes tratam de questões relacionadas à essência híbrida desses empreendimentos.

Assim sendo, muitos autores se dedicam a investigar os fatores que contribuem para o equilíbrio das lógicas paradoxais que esses negócios combinam, apontando estratégias que os auxiliam a evitar desvios de missão. Os desafios, as tensões, os *trade-offs* e os riscos que permeiam o contexto desses empreendimentos também constituem temáticas recorrentes da literatura. Algumas publicações apresentam, ainda, revisões sistemáticas, indicando as perspectivas e as abordagens mais frequentes desse campo científico, e formulando agendas de pesquisa que direcionam o desenvolvimento de trabalhos futuros.

Os principais achados revelam que a área discute cinco temas de pesquisa: caráter híbrido dos negócios sociais, caráter comportamental dos negócios sociais, caráter social dos negócios sociais, caráter estratégico dos negócios sociais e variedade de negócios sociais. Em síntese, percebe-se que os negócios sociais compreendem uma grande variedade de tópicos, sendo os mais relevantes atualmente: as tensões e os dilemas oriundos da busca por objetivos paradoxais; as perspectivas social e econômica; as dimensões comportamentais/culturais; a variedade de empreendimentos que se encaixam nesse perfil; os aspectos conceituais dos negócios sociais; as questões relacionadas ao hibridismo organizacional; e a potencialidade dessas organizações na diminuição das desigualdades sociais e na construção de um mundo melhor e mais justo.

A análise do campo teórico indica que os negócios sociais possuem uma enorme aptidão para implementar mudanças significativas, necessárias à resolução de problemas socioambientais emergentes e à sustentabilidade dos sistemas sociais e ecológicos do planeta. Na prática, o trabalho auxilia os gestores a compreenderem de maneira mais profunda a natureza de suas organizações, realçando os desafios que emergem não apenas em nível organizacional, como também em aspectos relacionados ao caráter comportamental e ao perfil do empreendedor social – o que evidencia a complexidade intrínseca à condução desses empreendimentos.

Nesse sentido, há aspectos relacionados a essa complexidade que merecem ser explorados para que o campo teórico dos negócios sociais cresça e se fortaleça. Assim sendo, estudos futuros poderiam responder às seguintes questões de pesquisa: (1) quais os benefícios e os riscos inerentes ao gerenciamento de organizações híbridas e negócios sociais?; (2) como construir uma imagem mais “humanizada” e realista dos indivíduos que conduzem esses empreendimentos?; e (3) quais são os fatores de fracasso e as falhas que comprometem a sustentabilidade dessas organizações?

Dentre as limitações do estudo, destaca-se a utilização de uma base de dados composta apenas por artigos em língua inglesa, selecionados a partir de uma pequena quantidade de palavras-chave e coletados em uma única plataforma. Portanto, sugere-se que os trabalhos futuros considerem outros repositórios de artigos científicos, inclusive de âmbito nacional, adicionando termos mais variados para aumentar o escopo da investigação.

Em suma, essa pesquisa oferece um delineamento panorâmico da produção científica de negócios sociais, através da performance de publicação de autores e periódicos, a nível internacional, identificando os principais tópicos teóricos trabalhados nesse campo e fornecendo *insights* relevantes para o desenvolvimento de pesquisas futuras.

Referências

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1–22. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x)

- Barboza, L. G. S., Silva, E. da, & Bertolini, G. R. F. (2017). Social Business in Brazil: The production of theses and dissertations between 2005 and 2015. *Revista Capital Científico - Eletrônica*, 15(1), 1-15. DOI: [10.5935/2177-4153.20170005](https://doi.org/10.5935/2177-4153.20170005)
- Barki, E., Rodrigues, J., & Comini, G. M. (2020). Negócios de Impacto: Um Conceito em Construção. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(4), 477–501.
- Battilana, J., & Dorado, S. (2010). Building Sustainable Hybrid Organizations: The Case of Commercial Microfinance Organizations. *Academy of Management Journal*, 53(6), 1419–1440. DOI: [10.5465/amj.2010.57318391](https://doi.org/10.5465/amj.2010.57318391)
- Battilana, J., & Lee, M. (2014). Advancing Research on Hybrid Organizing – Insights from the Study of Social Enterprises. *Academy of Management Annals*, 8(1), 397–441. DOI: [10.5465/19416520.2014.893615](https://doi.org/10.5465/19416520.2014.893615)
- Battilana, J., Sengul, M., Pache, A.-C., & Model, J. (2015). Harnessing Productive Tensions in Hybrid Organizations: The Case of Work Integration Social Enterprises. *Academy of Management Journal*, 58(6), 1658–1685. DOI: [10.5465/amj.2013.0903](https://doi.org/10.5465/amj.2013.0903)
- Berglund, K., & Schwartz, B. (2013). Holding on to the Anomaly of Social Entrepreneurship Dilemmas in Starting up and Running a Fair-Trade Enterprise. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(3), 237–255. DOI: [10.1080/19420676.2013.777362](https://doi.org/10.1080/19420676.2013.777362)
- Chell, E. (2007). Social Enterprise and Entrepreneurship: Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 25(1), 5–26. DOI: [10.1177/0266242607071779](https://doi.org/10.1177/0266242607071779)
- Chu, M. (2007). Commercial Returns at the Base of the Pyramid. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 32(1–2), 115–146.
- Comini, G., Barki, E., & Aguiar, L. T. de. (2012). A three-pronged approach to social business: A Brazilian multi-case analysis social businesses. *Revista de Administração*, 47(3), 385–397.
- Comini, G. M. (2016). *Negócios sociais e inovação social: Um retrato de experiências brasileiras* [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo]. DOI: [10.11606/T.12.2016.tde-15122016-143942](https://doi.org/10.11606/T.12.2016.tde-15122016-143942)
- Dees, J. G. (1998, January). Enterprising Nonprofits. *Harvard Business Review*, 76(1), 54–67. <https://hbr.org/1998/01/enterprising-nonprofits>
- Dholakia, N., & Dholakia, R. R. (1975). Marketing Planning in a Social Enterprise A Conceptual Approach. *European Journal of Marketing*, 9(3), 250–258. DOI: [10.1108/EUM0000000005072](https://doi.org/10.1108/EUM0000000005072)
- Doherty, B., Haugh, H., & Lyon, F. (2014). Social Enterprises as Hybrid Organizations: A Review and Research Agenda: Social Enterprises as Hybrid Organizations. *International Journal of Management Reviews*, 16(4), 417–436. DOI: [10.1111/ijmr.12028](https://doi.org/10.1111/ijmr.12028)
- Ebrahim, A., Battilana, J., & Mair, J. (2014). The governance of social enterprises: Mission drift and accountability challenges in hybrid organizations. *Research in Organizational Behavior*, 34, 81–100. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2014.09.001>
- 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. DOI: [10.14211/regepe.v5i2.358](https://doi.org/10.14211/regepe.v5i2.358)
- Granados, M. L., Hlupic, V., Coakes, E., & Mohamed, S. (2011). Social enterprise and social entrepreneurship research and theory: A bibliometric analysis from 1991 to 2010. *Social Enterprise Journal*, 7(3), 198–218. DOI: [10.1108/17508611111182368](https://doi.org/10.1108/17508611111182368)
- Greenwood, R., Raynard, M., Kodeih, F., Micelotta, E. R., & Lounsbury, M. (2011). Institutional Complexity and Organizational Responses. *Academy of Management Annals*, 5(1), 317–371. DOI: [10.5465/19416520.2011.590299](https://doi.org/10.5465/19416520.2011.590299)
- Guedes, V. L. S., & Borschiver, S. (2012). Bibliometria: Uma ferramenta estatística para a Gestão da Informação e do

- Conhecimento, em Sistemas de Informação, de Comunicação e de Avaliação Científica e Tecnológica. *Revista Ponto de Acesso*, 6(2), 74–109. [Link](#).
- Haigh, N., & Hoffman, A. J. (2011). Hybrid Organizations: The Next Chapter in Sustainable Business. *Organizational Dynamics*, 41(2), 126–134. DOI: [10.2139/ssrn.2933616](#)
- Hirsch, J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 102(46), 16569–16572. DOI: [10.1073/pnas.0507655102](#)
- Iizuka, E. S., Varela, C. A., & Larroudé, E. R. A. (2015). Social Business Dilemmas in Brazil: Rede Astacase. *Revista de Administração de Empresas*, 55(4), 385–396. DOI: [10.1590/S0034-759020150403](#)
- Ismail, A., & Johnson, B. (2019). Managing Organizational Paradoxes in Social Enterprises: Case Studies from the MENA Region. *Voluntas*, 30(3), 516–534. DOI: [10.1007/s11266-018-00083-3](#)
- Jahchan, A. L., Comini, G. M., & D'Amario, E. Q. (2016). Negócios sociais: A percepção, a consciência e o grau de interesse pelo tema para os alunos de graduação em Administração. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 17(3), 537–566. DOI: [10.13058/raep.2016.v17n3.454](#)
- Jay, J. (2013). Navigating Paradox as a Mechanism of Change and Innovation in Hybrid Organizations. *Academy of Management Journal*, 56(1), 137–159. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.0772>
- Kannothra, C. G., Manning, S., & Haigh, N. (2018). How Hybrids Manage Growth and Social–Business Tensions in Global Supply Chains: The Case of Impact Sourcing. *Journal of Business Ethics*, 148(2), 271–290. DOI: [10.1007/s10551-017-3585-4](#)
- Kenny, K., Haugh, H., & Fotaki, M. (2020). Organizational form and pro-social fantasy in social enterprise creation. *Human Relations*, 73(1), 94–123. DOI: [10.1177/0018726718821413](#)
- Koe Hwee Nga, J., & Shamuganathan, G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259–282. DOI: [10.1007/s10551-009-0358-8](#)
- Koseoglu, M. A. (2016). Growth and structure of authorship and co-authorship network in the strategic management realm: Evidence from the Strategic Management Journal. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(3), 153–170. DOI: [10.1016/j.brq.2016.02.001](#)
- Moizer, J., & Tracey, P. (2010). Strategy making in social enterprise: The role of resource allocation and its effects on organizational sustainability. *Systems Research and Behavioral Science*, 27(3), 252–266. DOI: [10.1002/sres.1006](#)
- Nicholls, A. (2008). *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. OUP Oxford.
- 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. DOI: [10.5465/amj.2011.0405](#)
- Petrini, M., Scherer, P., & Back, L. (2016). Modelo de Negócios com Impacto Social. *Revista de Administração de Empresas*, 56(2), 209–225. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020160207>
- Pradhan, P. (2016). Science Mapping and Visualization Tools used in Bibliometric & Scientometric Studies: An Overview. *INFLIBNET*, 23(4), 19–33. [Link](#).
- Prahalad, C. K. (2009). *The Fortune at the Bottom of the Pyramid, Revised and Updated 5th Anniversary Edition: Eradicating Poverty Through Profits*. FT Press.
- Romani-Dias, M. (2016). *Negócios sociais: Estudo bibliométrico e análise sistemática da literatura nacional e internacional* [Dissertação de Mestrado, Centro Universitário FEI]. DOI: [10.31414/ADM.2016.D.127991](#)
- Romani-Dias, M., Iizuka, E. S., Moraes, E. A. de, Barbosa, A. D. S., Walchhuter, S., & Silva, C. S. da. (2016,

- Setembro). A pesquisa acadêmica sobre negócios sociais no Brasil e no Mundo. In: *Anais do XL Encontro da ANPAD*, Costa do Sauípe-BH. [Link](#).
- Romani-Dias, M., Iizuka, E. S., Walchhutter, S., & Barbosa, A. D. S. (2017). Agenda de Pesquisa em Empreendedorismo Social e Negócios Sociais. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*, 8(3), 1-15. DOI: [10.13059/racef.v8i3.156](#)
- Rosolen, T., Tiscoski, G. P., & Comini, G. M. (2014). Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: Um Estudo Bibliométrico da Publicação Nacional e Internacional. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, 3(1), 85–105.
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2018). Social Entrepreneurship Research: Past Achievements and Future Promises. *Bocconi University Management Research Paper*, 15, 1-49. DOI: [10.2139/ssrn.3329190](#)
- Santos, F., Pache, A.-C., & Birkholz, C. (2015). Making Hybrids Work: Aligning Business Models and Organizational Design for Social Enterprises. *California Management Review*, 57(3), 36–58. DOI: [10.1525/cm.2015.57.3.36](#)
- Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241–246. DOI: [10.1016/j.bushor.2004.11.006](#)
- 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. DOI: [10.1002/sej.69](#)
- Siegner, M., Pinkse, J., & Panwar, R. (2018). Managing tensions in a social enterprise: The complex balancing act to deliver a multi-faceted but coherent social mission. *Journal of Cleaner Production*, 174, 1314–1324. DOI: [10.1016/j.jclepro.2017.11.076](#)
- 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. DOI: [10.5840/beq201323327](#)
- Teodósio, A. dos S. de S., & Comini, G. (2012). Inclusive business and poverty: Prospects in the Brazilian context. *Revista de Administração*, 47(3), 410–421. DOI: [10.5700/rausp1047](#)
- 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. DOI: [10.1287/orsc.1090.0522](#)
- Trivedi, C., & Stokols, D. (2011). Social Enterprises and Corporate Enterprises: Fundamental Differences and Defining Features. *The Journal of Entrepreneurship*, 20(1), 1–32. DOI: [10.1177/097135571002000101](#)
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111(2), 1053–1070. DOI: [10.1007/s11192-017-2300-7](#)
- Wilson, F., & Post, J. E. (2013). Business models for people, planet (& profits): Exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation. *Small Business Economics*, 40(3), 715–737. DOI: [10.1007/s11187-011-9401-0](#)
- Wood Jr., T. (2010). Organizações híbridas. *Revista de Administração de Empresas*, 50(2), 241–247. DOI: [10.1590/S0034-75902010000200008](#)
- Yaari, M., Blit-Cohen, E., & Savaya, R. (2019). Hybrid Organizational Culture: The Case of Social Enterprises. *Journal of Social Entrepreneurship*, 12(2), 291–313. DOI: [10.1080/19420676.2019.1702581](#)
- Yudha, M. G., & Sudhartio, L. (2019). Social Business Model Canvas Development and Forming an Entrepreneurial Ecosystem for Waste Banks to Achieve Sustainability (Case Study in Bali, Indonesia). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 72, 80-86. DOI: [10.2991/icbmr-18.2019.14](#)
- Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. *Long Range Planning*, 43(2–3), 308–325. DOI: [10.1016/j.lrp.2009.12.005](#)

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2008.04.007](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007)

Contato:

Maria do Socorro Torres Silva
E-mail: mariatorresns@gmail.com

Suzanne Érica Nobrega Correia
E-mail: suzanne.ERICA@professor.ufcg.edu.br

Petruska de Araújo Machado
E-mail: petruskamachado@gmail.com

Submetido: 16/11/2020
Revisado: 22/03/2022
Aprovado: 29/04/2022