

**NEGÓCIOS SOCIAIS: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS
BRASILEIROS ENTRE 2015 E 2019**

ANDRÉ LUIZ DA SILVA

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL - USCS

MARIA LÚCIA SOARES DO AMARAL

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL - USCS

RAQUEL DA SILVA PEREIRA

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL - USCS

NEGÓCIOS SOCIAIS: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS BRASILEIROS ENTRE 2015 E 2019

Introdução

A partir do século XX a estrutura de setores econômicos de natureza jurídica brasileira vem na prática se modificando quanto a sua organização. Na intersecção do Segundo Setor, que representa as entidades empresariais, com o Terceiro Setor, que engloba as entidades sem fins lucrativos, surge o Setor Dois e Meio, que tem em sua composição os negócios de impacto social (BORNHAUSEN, 2017). Vale ressaltar que o Setor Dois e Meio ainda não está assim formalizado, mas já existe de fato, ainda que não se diferencie contabilmente do Segundo Setor.

O Setor Dois e Meio vem se organizando para atender as demandas das dimensões clássicas do desenvolvimento sustentável: a econômica, a ambiental e, sobretudo, a social. Ao contrário dos negócios tradicionais, que têm como principal característica somente a finalidade de obter lucro financeiro, a partir desse modelo de negócio, as empresas do Setor Dois e Meio têm direcionado seu olhar para negócios que tenham como objetivo também o impacto social, além do lucro gerado ser aplicado na própria empresa para aumentar e potencializar o seu impacto.

Os termos relativos aos negócios deste setor têm nomenclaturas diferentes e podem estar associados aos distintos contextos e cultura das regiões onde estão inseridos tais como: empresa social; empreendedorismo social; negócios com impacto social e negócios inclusivos. No Brasil, país considerado emergente, também não há definição única aceita sobre o termo a ser empregado (COMINI, BARKI, AGUIAR, 2012). De acordo com Mello (2016) os conceitos sobre negócios sociais ainda estão sendo construídos, pois essa temática é nova no País.

Petrini, Scherer e Back (2016) definem negócios de impacto social as organizações que têm como intenção a solução de necessidades pertinentes a problemas sociais, por meio da oferta de produtos e serviços e inclusão de indivíduos ou grupos. São empreendimentos que têm a missão explícita de gerar impacto social ou ambiental, ao mesmo tempo em que produzem resultado financeiro positivo de forma sustentável (ALIANÇA, 2015). Conforme Yunus (2010), criador desse modelo de negócio, a finalidade dos negócios de impacto social é resultar em melhores condições de vida das populações que estão na base da pirâmide.

A geração de artigos científicos sobre o tema vem aumentando a cada ano, entretanto, como esse campo de conhecimento está em processo de construção, necessita de base conceitual e autores referidos para o desdobramento do estado da arte sobre o assunto (ROSOLEN, TISCOSKI e COMINI, 2014).

PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

Nessa perspectiva, a presente pesquisa se justifica no mapeamento das produções científicas brasileiras que envolvem o tema e responde às seguintes perguntas: O que tem sido publicado nos periódicos nacionais sobre negócio de impacto social? Quem publica sobre essa temática?

O objetivo geral desta pesquisa é mapear a produção de artigos científicos brasileiros sobre negócios de impacto social, no período de 2015 a 2019, nas bases científicas da Scientific Electronic Library Online (SciELO) e Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL) e de eventos da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD): Encontro de Estudos em Estratégia (3Es); Encontro da ANPAD (EnANPAD); Encontro de Administração Pública da ANPAD (EnAPG); Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD (EnEO); Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (EnEPQ); Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho (EnGPR) e Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. Como objetivos específicos estabeleceu-se: identificar e analisar autores, instituições a que estão vinculados; periódicos que publicam sobre o tema e o que foi pesquisado sobre o tema.

Fundamentação Teórica

Apresenta-se a seguir as diversas definições, terminologias e bases teóricas relativas aos negócios do Setor Dois e Meio.

Negócio social

O termo negócio social passou a ter evidência a partir da premiação do Nobel da Paz, ao economista Muhammed Yunus, no ano de 2006, reconhecido pela criação do Grameen Bank, o primeiro banco no mundo especializado em microcrédito, cujo objetivo principal é a diminuição da pobreza (BARKI, 2014).

Conforme Yunus (2010), os negócios sociais têm como incumbência a primazia social e a demanda do reconhecimento do ser humano em suas capacidades. Yunus; Moingeon e Lehmann (2010) apontam que um negócio social se representa quando a maior parte do lucro volta para o próprio negócio, com melhores produtos e serviços, preços mais vantajosos, entre outros princípios que beneficiam todos os envolvidos na organização.

Em relação ao significado de negócios sociais, Scherer (2014) descreve que são práticas economicamente viáveis, que buscam atender às necessidades da população de baixa renda, possibilitando oportunidades de acesso a produtos e serviços de qualidade a preços acessíveis, bem como oportunidades de emprego e renda. Para Petrini, Scherer, Back (2016) são organizações que visam solucionar demandas relacionadas a problemas sociais, por meio da oferta de produtos e serviços, incluindo indivíduos ou grupos.

Negócio de Impacto Social

Segundo Barki (2014), a finalidade dos negócios de impacto social é resolver os problemas sociais utilizando os mecanismos de mercado, trazer benefício e atendimento das necessidades sociais. Esses negócios são entendidos como um acontecimento heterogêneo, um modo de organização e ação que usufrui da atividade do mercado para restabelecer temas sociais arraigados, por meio da execução de um serviço necessário ou produto (WILSON e POST, 2013).

Negócio inclusivo

Teodósio e Comini (2012) afirmam que o termo negócio inclusivo é mais presente em países da América Latina e da Ásia. No Brasil, negócio inclusivo seria uma subcategoria de negócio social (COMINI, BARKI e AGUIAR, 2012).

Para Márquez (2009) o termo surgiu mais recentemente e enfatiza a inclusão social dos que estão na base da pirâmide por meio do consumo. Na academia e nas empresas brasileiras o termo ainda é estranho, gerando assim, poucas publicações no País (TEODÓSIO e COMINI, 2012).

Um negócio social pode ser considerado inclusivo quando se está focado em gerar emprego e renda para as pessoas pobres que vivem em áreas de risco social e ambiental (TEODÓSIO e COMINI, 2012).

Empreendedorismo social e Empresa social

O termo empreendedorismo social surgiu nos Estados Unidos, juntamente com o termo negócio social e é utilizado para caracterizar uma empresa que tem como propósito, uma unidade de negócio inserida em uma empresa tradicional ou até mesmo ações ligadas à responsabilidade social corporativa (MELLO, 2016). A abordagem norte-americana é que os investidores buscam relacionar os negócios sociais às empresas que atuam na base da pirâmide (COMINI, BARKI e AGUIAR, 2012).

Segundo Comini, Barki e Aguiar (2012), empresa social é o termo mais utilizado na Europa e sua constituição se deu devido ao baixo custo do oferecimento de serviços de competência das instituições públicas. A finalidade desses negócios é de buscar a inclusão de pessoas pobres e excluídas da sociedade (TEODÓSIO e COMINI, 2012).

Método

Este artigo está baseado em uma pesquisa classificada como de natureza mista e, por ser uma pesquisa bibliométrica, contempla uma etapa de análise quantitativa de dados que apresenta os autores, as instituições a que estão vinculados para estudos futuros e qualitativa porque parte da análise de conteúdo refere-se aos dados bibliográficos (COOPER e LINDSAY, 1998). A pesquisa é de nível exploratório, pois, o conceito de negócio social no Brasil ainda está em construção e é ainda um tema embrionário, com delineamento bibliográfico.

A bibliometria, segundo Guedes e Borschiver (2005) utiliza métodos matemáticos e estatísticos para investigar, quantificar, descrever e prognosticar os processos de comunicação escrita, apresentando os autores, as publicações, periódicos e citações entre outros e está sustentada em leis e princípios, que não serão detalhadas neste artigo, como a Lei de Bradford (Produtividade de periódicos), a Lei de Lotka (Produtividade científica de autores) e as Leis de Zipf (Frequência de palavras).

Os procedimentos de coleta de dados foram realizados em agosto de 2019 e considerou artigos publicados entre janeiro de 2015 e julho de 2019 nas bases de dados da Scientific Electronic Library Online (SciELO) e Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL) e de eventos da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em

Administração (ANPAD): Encontro de Estudos em Estratégia (3Es); Encontro da ANPAD (EnANPAD); Encontro de Administração Pública da ANPAD (EnAPG); Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD (EnEO); Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (EnEPQ); Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho (EnGPR) e Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. A escolha pela ANPAD justifica-se por ser o principal órgão nacional na área da Administração, à qual os pesquisadores estão vinculados.

A pesquisa utilizou as diferentes palavras-chave que podem estar diretamente vinculados ao tema: “negócio social”; “negócio de impacto social”; “empreendedorismo social”; “empresa social” e “negócio inclusivo”.

Nesta pesquisa foram utilizados os seguintes indicadores bibliométricos: contagem de número de publicações; periódicos; autores e instituições e os critérios utilizados na definição das palavras-chave estão relacionados com a revisão da literatura, conforme já mencionado.

Resultados e Discussão

A partir da pesquisa realizada, verificou-se alguns importantes aspectos sobre as publicações de artigos que referem aos termos pesquisados e que iremos apresentar ao longo deste texto. As leituras dos artigos foram realizadas manualmente e sem a ajuda de *software* ou mecanismos automáticos.

O primeiro resultado refere-se às publicações dos artigos científicos nos eventos da ANPAD e periódicos das bases de dados *SciELO* e *SPELL*, destacados a seguir na Tabela 1.

Tabela 1 - Total de publicações por palavras-chave x bases de dados de eventos e periódicos

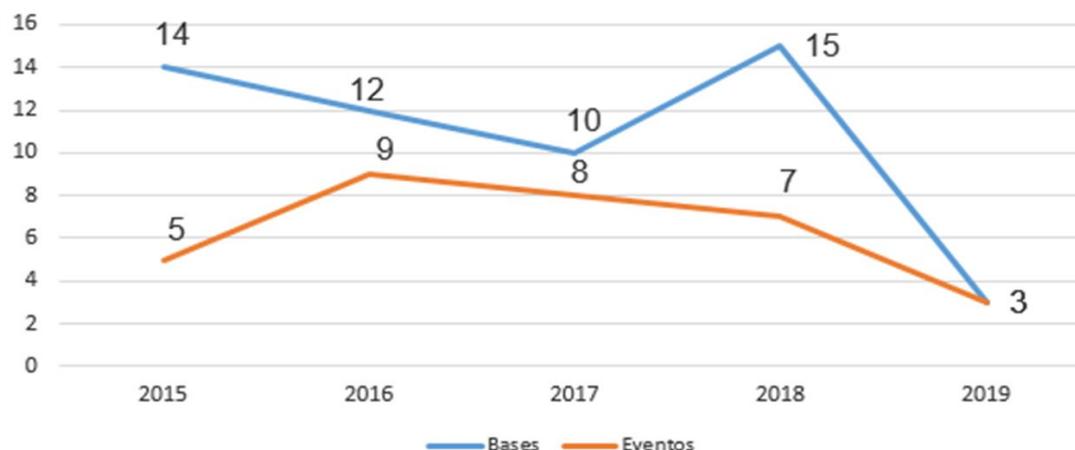
Palavras-chave x base de dados de eventos e periódicos	ANPAD							SciELO	SPELL	Total
	3ES	EnANPAD	EnAPG	EnEO	EnEPQ	EnGPR	Simpósio			
Empreendedorismo Social	1	7	0	2	1	0	0	3	21	35
Empresa Social	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Empresas Sociais	0	2	0	0	0	0	0	1	4	7
Negócio Social	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Negócios Sociais	0	7	1	1	0	3	2	0	19	33
Negócio Inclusivo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Negócios Inclusivos	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Negócios com impacto social	0	2	0	0	0	0	0	0	1	3
Negócios de impacto social	0	2	0	0	0	0	0	0	2	4
Total	1	21	1	3	1	3	2	5	49	86

Fonte: Elaborada pelos autores

A Tabela 1 indica que a base *SPELL* apresentou o maior número de publicações (49), seguida da ANPAD (32) e *SciELO* (05) que representa o menor número de publicações. A pesquisa indica que os termos mais frequentes são "empreendedorismo social" (35) e "negócios sociais" (33). O termo "negócio inclusivo" não apareceu em nenhuma base, esse resultado coaduna com Márquez (2009), que cita que o termo é recente no Brasil.

O Gráfico 1 mostra as publicações de artigos em eventos e periódicos por ano, considerando-se em que 2019 só foi possível analisar os meses de janeiro à julho.

Gráfico 1 - Total de publicações em eventos e periódicos por ano



Fonte: Elaborado pelos autores

Observa-se no Gráfico 1 que no ano de 2018 houve maior número de publicação nos periódicos das bases *SciELO e SPEEL*. Enquanto em eventos, o ano que mais se publicou foi em 2016, seguido por 2017 e 2018. O ano de 2019 aparece apenas com três publicações, o que se justifica pelo fato de a pesquisa ter sido realizada até o mês de julho.

A seguir, o Quadro 2 apresenta os autores e as quantidades de publicações no período pesquisado.

Quadro 1 - Publicações por autor

Total de publicações	Autoria	Instituição
6	Graziella Maria Comini	Universidade de São Paulo - USP
6	Rivanda Meira Teixeira	Universidade Federal do Paraná - UFPR
5	Aline dos Santos Barbosa	Universidade de Mogi das Cruzes - UMC
4	Armindo dos Santos de Sousa Teodósio	Pontfícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC Minas
4	Edson Sadao Izuka	Fundação Educacional Inaciana Padre Sabóia de Medeiros - FEI
4	Lucimar da Silva Itelvino	Universidade Nove de Julho - UNINOVE
4	Marcello Romani-Dias	Universidade Positivo - UP
4	Priscila Rezende da Costa	Universidade Nove de Julho - UNINOVE
3	Cristina Dai Pra Martens	Universidade Nove de Julho - UNINOVE

3	Edmilson Alves de Moraes	Fundação Educacional Inaciana Padre Sabóia de Medeiros - FEI
3	Henrique Mello Rodrigues de Freitas	Universidade Nove de Julho - UNINOVE
3	Irene Dobarrío Machado Ciccarino	Faculdades IBMEC Rio de Janeiro - IBMEC-RJ
3	Janette Brunstein	Universidade Presbiteriana Mackenzie - Mackenzie
3	Viviane Celina Carmona	Universidade Nove de Julho - UNINOVE

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os dados do Quadro 1 mostram que os autores que mais publicaram foram Graziella Maria Comini (USP) e Rivanda Meira Teixeira (UFPR), com seis publicações cada uma. Seguidas por Aline dos Santos Barbosa (UNG), com 5 publicações, Armindo dos Santos de Sousa Teodósio (PUC/MG), Edson Sadao Iizuka (FEI), Marcello Romani-Dias (Positivo), Lucimar da Silva Itelvino e Priscila Rezende da Costa (Uninove), com quatro publicações cada. A Universidade Nove de Julho se destacou em número total de autores que publicaram sobre o tema (5 autores).

Tabela 2 – Sexo dos autores

Ano/Sexo	2015	2016	2017	2018	2019	Total	Percentual (%)
Feminino	33	37	38	35	12	155	62
Masculino	25	23	22	20	6	96	38
Total	58	60	60	55	18	251	100

Fonte: Elaborada pelos autores.

Observa-se na Tabela 2 que no total de 251 publicações, a maioria foi de autoria de pessoas do sexo feminino, o que equivale a 62%. A quantidade de publicações no ano de 2017 pelo sexo feminino superou os outros anos no período pesquisado e pelo sexo masculino o ano de 2015 é o período que mais se publicou.

Tabela 3 – Abordagem mais usual

Abordagem/Ano	2015	2016	2017	2018	2019	Total	Percentual (%)
Qualitativa	20	17	15	17	6	75	87
Quantitativa	1	2	1	0	0	4	5
Quanti-Quali	1	2	2	1	1	7	8
Total	22	21	18	18	7	86	100

Fonte: Elaborada pelos autores

A Tabela 3 traz a abordagem de maior frequência nas publicações. A abordagem de natureza qualitativa apresentou os maiores volumes de publicações, total de 75, equivalente a 87%. A publicações que utilizaram a abordagem de natureza quanti-quali aparece com menor volume (7), o que corresponde a 8% e a quantitativa é abordagem menos utilizada nas publicações pesquisadas, com quatro e equivalente a 5%.

Tabela 4 – Estados brasileiros com maior número de autorias de publicações

Estado/Ano	2015	2016	2017	2018	2019	Total	Percentual (%)
AL	0	2	1	0	0	3	1
BA	0	0	0	5	0	5	2
CE	6	0	10	0	0	16	7
GO	0	4	0	4	0	8	4
MG	1	11	5	0	0	17	8
MS	0	1	0	2	0	3	1
MT	0	1	0	1	0	2	1
PA	0	0	0	1	0	1	0
PE	0	0	5	2	0	7	3
PI	0	1	0	0	0	1	0
PR	8	8	6	1	9	32	15
RJ	4	0	3	4	0	11	5
RN	1	0	0	0	0	1	0
RS	8	10	3	4	0	25	12
SC	0	0	1	0	3	4	2
SE	5	0	0	0	1	6	3
SP	15	18	19	17	3	72	34
Total	48	56	53	41	16	214	100

Fonte: Elaborada pelos autores

A Tabela 4 mostra que os estados que se destacaram em número de autorias de publicações foram São Paulo (72), Paraná (32), Rio Grande do Sul (25), Minas Gerais (17) e Ceará (16), destes, dois estados são da região sudeste, dois do sul e um do nordeste.

Para se verificar a frequência das palavras-chaves dos 86 artigos pesquisados, utilizou-se o *software Wordart*, para se criar nuvem de palavras, conforme Figura 1.

7	Universidade Estadual do Ceará - UECE
7	Universidade Federal de Pernambuco - UFPE
6	Universidade Estadual de Londrina - UEL
6	Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
5	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC Minas
5	Universidade de Fortaleza - UNIFOR
5	Universidade Presbiteriana Mackenzie - Mackenzie
4	Fundação Educacional Inaciana Padre Sabóia de Medeiros - FEI
4	Instituto de Ensino e Pesquisa - Insper
4	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio
4	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS
4	Universidade Estadual de Maringá - UEM
4	Universidade Federal de Goiás - UFG
3	Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM
3	Faculdades IBMEC Rio de Janeiro - IBMEC-RJ
3	Politécnico do Porto
3	Universidade Estadual de Santa Cruz - UES
3	Universidade Federal de Sergipe - UFS
3	Universidade Federal de Uberlândia - UFU
3	Universidade Regional de Blumenau - FURB

Fonte: Elaborado pelos autores

O Quadro 3 apresenta os 14 periódicos que tiveram o maior número de publicações igual ou superior a dois.

Quadro 3 - Periódicos x Instituição de Ensino x total de publicações

Periódicos	IES a que estão vinculadas	Total
RAE-Revista de Administração de Empresas	Fundação Getúlio Vargas (FGV)	4
Revista de Administração, Contabilidade e Economia	RACEF (FUNDACE/USP)	4
Revista Capital Científico - Eletrônica	Universidade Estadual do Centro Oeste- UNICENTRO	3
Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas	Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas	3

	Empresas – ANEGEPE	
Revista Ibero-Americana de Estratégia	Universidade Nove de Julho - UNINOVE	3
Desenvolvimento em Questão	Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ	2
Gestão & Regionalidade	Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS)	2
Gestão e Sociedade	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	2
International Journal of Innovation	Universidade Nove de Julho - UNINOVE	2
Pensamento & Realidade	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)	2
Revista Ciências Administrativas	Fundação Edson Queiroz - FEQ	2
Revista de Administração da UFSM	Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)	2
Revista de Ciências da Administração	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	2
Revista Interdisciplinar de Gestão Social	Universidade Federal da Bahia (UFBA)	2

Fonte: Elaborada pelos autores

Neste quadro destacam-se a Revista de Administração de Empresas da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas e a Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE, instituição fundada por professores da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto (FEA-RP) da Universidade de São Paulo (USP) com quatro publicações cada uma. A Revista Capital Científico – Eletrônica destinada às áreas de Administração, Ciências Contábeis, Direito, Economia, Secretariado Executivo, Serviço Social, Turismo e Urbanismo da Universidade Estadual do Centro Oeste (UNICENTRO) do estado do Paraná, a Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, da área de administração, mantida pela Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (ANEGEPE) e a Revista Ibero-Americana de Estratégia, que abrange a área de administração e pertencente à Universidade Nove de Julho (Uninove) com três publicações, respectivamente.

Observa-se ainda que os cinco periódicos que se destacaram com maior número de publicações, duas são de universidades públicas e três da iniciativa privada. Os demais periódicos se distribuem em três universidades federais, uma estadual, uma municipal, duas privadas, uma fundação, com duas publicações, cada periódico.

A seguir são apresentados alguns dos principais resultados encontrados nos artigos para a temática pesquisada, por meio da análise de alguns de seus resultados, os quais foram organizados em seis categorias:

1. Modelo de Negócios com Impacto Social;
2. Sustentabilidade em Organizações;
3. Inovação Social em Negócios de Impacto Social;
4. Aprendizagem em negócios sociais;
5. Pesquisa Acadêmica sobre Negócios Sociais;
6. Redes sociais.

Em relação à categoria Modelo de Negócios com Impacto Social, Scherer e Petrini (2015) propõem um quadro referência que ajude na identificação dos elementos constituintes de modelo de negócios com impacto social, estruturado em: rede de parceiros; competências da empresa; proposição de valor; a equação do lucro econômico e equação do lucro social.

Na categoria Sustentabilidade em Organizações, Souza *et al.* (2017) identificaram que embora algumas organizações se passem como negócios de impacto social positivo, elas não apresentam práticas sustentáveis em suas atuações. Barbosa *et al.* (2017) verificaram existir distinções entre as empresas tradicionais, que são voltadas para o social, e que há negócios denominados como sociais que possuem, na prática, menos preocupação social que algumas das empresas tradicionais analisadas. Orsiolli e Nobre (2016) evidenciaram que a correlação entre as empresas pesquisadas e seus *stakeholders* fornecedores induz na criação de valores que colabora para o desenvolvimento sustentável.

A categoria Inovação Social em Negócios de Impacto Social traz como resultados a proposição de um modelo conceitual explicativo de atuação sustentável para o desenvolvimento de inovações sociais em negócios de impacto social (COSTA e ITELVINO, 2016). Outro resultado é apresentado por Ciccarino, *et al.* (2018) que identificaram maior atributo ao tipo Construtor Social, de acordo com o empreendedor descrito na obra de Kirzner (1973). E ainda, o resultado de Costa (2018) que propôs uma matriz de alinhamento da *Grounded Theory*, com utilização detalhada do *Software ATLAS.ti*, considerando como exemplo didático a estratégia de ascensão do empreendedorismo inovador, em negócios sociais, que qualificam a oferta de produtos e serviços educacionais e da saúde.

Na categoria Aprendizagem em negócios sociais, Siqueira e Amorim (2018) encontraram que as avaliações têm perfil operacional e financeiro e ocorrem informalmente, as aprendizagens ocorrem também por diversos fatores e obstáculos de alto custo e técnicas são alguns impedimentos no processo de avaliação. Outro exemplo é o de Jahchan *et al.* (2016) que apresentam que existe uma lacuna no ensino de administração na formação de gestores para empreendimentos sociais. Rosolen *et al.* (2019), a partir da perspectiva do público interno indicaram que a aprendizagem ocorre por meio de iniciativas informais, como na execução de atividades cotidianas e interação com colegas e líderes, e por iniciativas formais voltadas para o coletivo, como palestras e treinamentos.

Para Estival *et al.* (2018) os resultados indicaram que a implantação da disciplina Negócios Sociais nos cursos de Administração é considerada como muito importante sob as perspectivas dos discentes, assim como a associação à metodologias inovadoras que promovam maior integração e a aproximação da sociedade regional, por meio de discussões sobre os problemas socioambientais e vocações econômicas locais.

A categoria Pesquisa Acadêmica sobre Negócios Sociais, de acordo com Dias *et al.* (2016) há um progresso teórico e empírico no campo dos Negócios Sociais. As pesquisas têm

sido na compreensão dos Negócios Sociais; na Governança e relação desses empreendimentos com seus *stakeholders*; no alargamento das amostras e referências práticas dentro da temática; na Aprendizagem Organizacional, estrutura e fatores críticos de sucesso e fracasso de Negócios Sociais; nas métricas, indicadores e impactos sociais gerados por essas atividades; na relação entre os Negócios Sociais e a legislação em distintos países.

Na categoria Redes Sociais, Corrêa e Teixeira (2015), trouxeram como resultado que nas redes de relacionamentos dos empreendedores sociais, existem tanto laços fracos como fortes.

CONCLUSÃO

Este artigo teve como objetivo identificar e analisar a produção de artigos científicos brasileiros publicados entre janeiro de 2015 a junho de 2019 sobre a temática do Setor Dois e Meio.

Os resultados indicaram que a produção de artigos científicos sobre o tema aumentou com o passar dos anos, mas a quantidade de publicações é pouca expressiva, talvez porque o tema ainda é novo no Brasil, o que denota estar em processo de construção, necessitando de base conceitual mais consistente, o que corrobora com a classificação desta pesquisa como sendo exploratória. Como alguns principais resultados encontrados nos artigos, foram identificadas seis categorias: Modelo de Negócios com Impacto Social; Sustentabilidade em Organizações; Inovação Social em Negócios de Impacto Social; Aprendizagem em negócios sociais; Pesquisa Acadêmica sobre Negócios Sociais e Redes sociais.

A limitação da pesquisa refere-se à aplicação somente em bases de dados de periódicos e eventos nacionais. Para estudos futuros sugere-se expandir a busca para bases de dados e eventos internacionais e em outros idiomas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALIANÇA PELO IMPACTO. **Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil**. 2015. Disponível em: <<https://aliancapeloimpacto.org.br/o-que-sao-financas-sociais>>. Acesso em: 25 abr. 2019.

BARKI, E. Negócios com impacto social. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, 54(5), 594, 2014.

BORNHAUSEN, R. A. K. **Desafios jurídicos dos negócios de impacto social no Brasil**. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/177472/desafios_juridicos_dos_negocios_de_impacto_social_no_brasil_12_07_2017.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2019.

COMINI, G.; BARKI, E.; AGUIAR, L. T. DE. A three-pronged approach to social business: a Brazilian multi-case analysis social businesses. **Revista de Administração**, v. 47, n. 3, p. 385–397, 2012.

COOPER, H. M.; LINDSAY, J. J. Research synthesis and meta-analysis. In: Bickman, L., Rog, D. J. **Handbook of applied social research methods**. (p. 315-342). London: Sage Publications, 1998.

GUEDES, V. L da S.; BORSCHIVER, S. 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**, v. 6, n. 2, pp. 74-109, 2012.

MELLO, J. P. Negócios Sociais em Contexto Brasileiro: Contradições e Potencialidades como Alternativa Socioeconômica. 2016. 109 f. **Dissertação** (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2016.

MÁRQUEZ, P. Negócios inclusivos en América Latina. **Harvard Business Review**, v. 87, Nº. 5, p. 28-38, 2009.

PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Modelo de negócios com impacto social. RAE - **Revista de Administração de Empresas**, vol. 56, n. 2, pp. 209 -225, 2016

ROSOLEN, T; TISCOSKI, G. P.; COMINI, G. M. Empreendedorismo social e negócios sociais: um estudo bibliométrico da publicação nacional e internacional. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v.3, n.1, p. 85-105, 2014.

SCHERER, P. C. Entendendo os negócios com impacto social: Uma análise dos elementos constituintes do modelo de negócio. 2014. 114 f. **Dissertação** (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

SPLITTER, K.; ROSA, C. A. da; BORBA, J. A. Uma análise das características dos trabalhos “ditos” bibliométricos publicados no Enanpad entre 2000 e 2011. In: ENCONTRO DA ANPAD - ENANPAD, 36., 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2012.

TEODÓSIO, A. dos S. de S.; COMINI, G. Inclusive business and poverty: prospects in Brazilian context. **Revista de Administração – RAUSP**, v. 47, n. 3, p. 410-421, jul/set. 2012.

WILSON, F.; POST, J. E. Business models for people, planet (&profits): exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation. **Small Business Economics**, v. 40, n. 3, 2013.

YUNUS, M. **Criando um negócio social**: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar grandes problemas da sociedade. São Paulo: Elsevier, 2010.

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