

Empreendedorismo social – exercício ensaístico com suporte em insights cartográfico-categoriais

Fabiana Pinto de Almeida Bizarria¹

Flávia Lorenne Sampaio Barbosa²

Danielle Maria Apolonio Rodrigues³

Thais de Sousa Costa⁴

RESUMO

O presente estudo objetiva tecer contribuições à configuração do tema empreendedorismo social em pesquisas brasileiras. O estudo realiza revisão sistemática e agrega duas análises para melhor compreender a cartografia de 47 pesquisas nacionais sobre o tema, de 2014 a 2020. Por análise lexical, possibilitada pelo software Iramuteq, em combinação com a análise de conteúdo, na perspectiva da categorização, e desenvolvida com o auxílio do software ATLAS.ti, foram reunidos e discutidos elementos de configuração e possibilidades de insights teóricos para uma posterior análise mediante processos de teorização, o que o tema requer. Cinco clusters são discutidos: produção acadêmica (18,6%, UCEs), metodologias de pesquisa (24,2%, UCEs), questões/análise/problemas (sociais) (24,8%, UCEs), gestão (do/para o/a partir do) social (16,8%, UCEs) e engajamento (15,5%, UCEs). Em resumo, os resultados evidenciam as fragilidades teóricas e problemáticas resultantes, bem como acarretam em discussões sobre redes, impactos sociais, imaginação conceitual, criatividade (criação de valor social), aprendizagem relacional, processo empreendedor, agentes/atores sociais, processos coletivos e liderança responsiva, em face da contribuição do empreendedorismo social na costura de possibilidades concretas de desenvolvimentos agregadores à vida em sociedade.

Termos para indexação: empresa social, negócios sociais, organizações sociais.

Social entrepreneurship – essayistic training supported by cartographic-categorical insights

ABSTRACT

This study aims to provide contributions to the configuration of the social entrepreneurship theme in Brazilian research. This study performs a systematic review and adds two analyses to better understand the cartography of 47 national researches on the subject, from 2014 to 2020. Through lexical analysis, made possible by the Iramuteq software, combined with content analysis, from the perspective of categorization, and supported by

Ideias centrais

- Categorização do empreendedorismo social em 47 pesquisas brasileiras.
- Fragilidade teórica do empreendedorismo social.
- Empreendedorismo e inovação em questões sociais e ambientais.
- Discussão sobre redes e atores sociais no fomento do capital social.
- Os valores sociais e o impacto na qualidade de vida social de áreas sob vulnerabilidade.

Recebido em
09/07/2021

Aprovado em
18/10/2021

Publicado em
11/05/2022



This article is published in Open Access under the Creative Commons Attribution licence, which allows use, distribution, and reproduction in any medium, without restrictions, as long as the original work is correctly cited.

¹ Psicóloga, doutora em Administração de Empresas, professora do curso de Administração da Faculdade Luciano Feijão (FLF), professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública na UFPI (Mestrado Profissional), em pós-doutoramento no Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, CE. E-mail: bianapsq@hotmail.com

² Administradora, doutora em Administração de Empresas, docente do curso de graduação em Administração da UFPI, docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública e do Programa de Pós-graduação em Administração Pública (PROFIAP), ambos da UFPI, Florianópolis, PI. E-mail: flsbarbosa@ufpi.edu.br

³ Geógrafa, mestranda em Gestão Pública na Universidade Federal do Piauí (PPGP/UFPI), membro do Núcleo de Pesquisa em Gestão Pública (NUPEGEP), professora intérprete de libras do Governo do Estado do Maranhão, São Luís, MA. E-mail: daniapolonio@gmail.com

⁴ Graduanda em Administração, Teresina, PI. E-mail: thaiskosta123@gmail.com

the ATLAS.ti software, configuration elements and possibilities of theoretical insights were gathered and discussed for further analysis through theorization processes, which that theme requires. Five clusters are discussed: academic production (18.6%, ECUs), research methodologies (24.2%, ECUs), social questions/analysis/problems (24.8%, ECUs), social management (of/for/from), (16.8%, ECUs), and engagement (15.5%, ECUs). In summary, the results show the resulting theoretical weaknesses and problems, and brings about discussions on networks, social impacts, conceptual imagination, creativity (creation of social value), relational learning, entrepreneurial process, social agents/actors, collective processes and responsive leadership, given the contribution of social entrepreneurship in the sewing of concrete possibilities of developments that add to life in society.

Index terms: social enterprise, social businesses, social organizations.

INTRODUÇÃO

A sociedade, desde o final do século XX, tem passado por mudanças estruturais econômicas, sociais, políticas e culturais na perspectiva da sustentabilidade (Stanković, 2020). Com isso, ampliam-se discussões sobre problemáticas da sociedade em virtude dos desafios derivados de um modelo de desenvolvimento sustentado no capitalismo (Sahasranamam & Nandakumar, 2020), com repercussões sobre a capacidade do Estado de resolução, ante a gestão pública deficitária (Stanković, 2020).

O empreendedorismo social, nesse caminho, emerge do contexto em que as questões sociais e ambientais são mais amplamente abordadas por ações inovadoras relacionadas ao social, embora sejam competências atribuídas historicamente ao Estado (Genú et al., 2018; Pereverzieva & Volkov, 2020). Para tanto, em torno dessas ações são reconhecidas as necessidades e potencialidades latentes das conjunturas locais, na perspectiva de contribuir com transformações que objetivam desenvolvimento econômico e social (Genú et al., 2018; Sahasranamam & Nandakumar, 2020).

No cenário internacional, experiências pontuais são apresentadas por meio de práticas de empreendedorismo social, em geral, ainda sustentadas pela lógica mercantil, a exemplo de experiência na Eslovênia (Bradač Hojnik, 2020), que avalia a necessidade de maior amparo das políticas públicas de incentivo. Há também experiências em países bálticos e nórdicos (Lavišius et al., 2020) e na América Latina (Saavedra García et al., 2020) que evidenciam o baixo incentivo do Estado.

No âmbito brasileiro, o tema tem se expandido por práticas e pesquisas desenvolvidas em grupos considerados sob vulnerabilidade social, na perspectiva da transformação da realidade dos atores envolvidos (Andrade et al., 2018), de maneira inovadora, em prol do bem-estar social e melhoria da qualidade de vida das comunidades (Ferreira et al., 2014), com ênfase na concepção do desenvolvimento local (Kuyumjian et al., 2014). São temas emblemáticos: stakeholders e ação coletiva (Xavier Filho et al., 2014), participação e solidariedade (Vaz et al., 2015), instituições de ensino, movimentos sociais, associações de moradores (Seba & Casagrande, 2016), características desses empreendimentos (Saavedra García et al., 2020), bem como condições favoráveis ao seu desenvolvimento, partindo do apoio e políticas governamentais (Pereverzieva & Volkov, 2020).

A literatura sobre empreendedorismo social representa um movimento ainda em construção e se apresenta multifacetada, como enfatizam Hota et al. (2020) com suporte nas leituras de Haugh (2005), Austin et al. (2006), Certo & Miller (2008), Ávila et al. (2014), Doherty et al. (2014), Rosolen et al. (2014), Seba & Casagrande (2016), Medeiros et al. (2017), e com inúmeras publicações (Barboza et al., 2017), mas ainda cercada de problemas de definição e de conceituação (Chliovia et al., 2020).

O empreendedorismo social é concebido como negócio social (Barboza et al., 2017; Romani-Dias et al., 2017; Andrade et al., 2018; Silva & Izuka, 2018; Rocha et al., 2019), organizações sociais (Silva et al., 2014; Vaz et al., 2015; Bernardino et al., 2017; Cornélio et al., 2020) em função de sua missão social (Hota et al., 2020; Bruder, 2021), bem como associadas às redes sociais (Silva et al., 2016), e à economia solidária (Lucca & Parnoff, 2016), e comparações entre a versão social e comercial do empreendedorismo (Leal et al., 2015).

Por um lado, compreende-se o “social” como uma modalidade de ação empreendedora com reflexos positivos sobre a economia (Buendía-Martínez & Monteagudo, 2020), com a perspectiva de criar valor econômico e social (Hota et al., 2020); de outro, ressaltam-se as concepções e fragilidades

que delimitam as ações para o social, de acordo com a lógica do capital influente, bem como a necessidade de afirmação com suporte em políticas públicas (Bruder, 2021).

Contribuições importantes foram apresentadas à teorização sobre empreendedorismo social (Gaiotto, 2016), tanto no cenário nacional como internacional (Hota et al., 2020), mas com instabilidade conceitual (Garcia et al., 2018). De todo modo, com a operacionalização de um “discurso” de missão social, as pesquisas, muitas em modelo revisional, centram esforços para demarcar que este é seu principal eixo, mas que é preciso compreender “como” o empreendimento social seguirá sua missão (Bruder, 2021), e o fenômeno avança quando sua institucionalização social confere seu modus operandi normativo, conceitual e metodológico (Pinto et al., 2016), com o propósito de minimizar as fragilidades, variadas interpretações e ambivalências (Chliova et al., 2020), o que reforça a necessidade de refinar estudos que ampliem as bases teóricas do empreendedorismo social.

Assim, com o objetivo de tecer contribuições à configuração do tema empreendedorismo social em pesquisas brasileiras, a pesquisa se debruça em uma proposta de revisão com a ampliação de análise dos resultados, ao mesmo tempo que o processo de categorização permitirá apreender as pesquisas selecionadas para o estudo por meio de seus elementos constituintes, o que permitirá, de maneira mais acurada, apreciar configurações e definir insights como ensaio de teorização com base em categorias constitutivas.

Com suporte em uma revisão sistemática de artigos extraídos da base de dados brasileira Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL, 2022) e do evento *Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas* (Egepe), da Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe, 2022) nos anos de 2014 a 2020, objetiva-se definir categorias relativas ao empreendedorismo social com auxílio dos softwares Iramuteq (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Texte set de Questionnaires*) (Iramuteq, 2022) e Atlas.ti (*Archiv fuer Technik Lebenswelt und Alltagssprache – text interpretation*) (Atlas.ti, 2022).

Empreendedorismo social

O surgimento do empreendedorismo social tem sido atribuído ao movimento de relacionar inovação ao desenvolvimento sustentável com amparo em políticas públicas (Lavišius et al., 2020) sob a lente da inovação inclusiva (Alonso et al., 2020), defendida pelas Nações Unidas por meio da Agenda 2030, em função do estímulo à inovação social e sustentabilidade (Lavišius et al., 2020). Além disso, o interesse no tema confronta as problemáticas sociais não atendidas por intervenções do Estado e contribuições com base em suas práticas (Gaiotto, 2016).

Saavedra García et al. (2020), com base na leitura de Talbot et al. (2002), dão ensejo a uma maior discussão sobre o tema quando apresentam empresas que firmaram acordos com finalidades sociais, após a popularização veiculada pelos estudos de Bill Drayton. Na sequência, pesquisas buscam compreender o tema por seus atores, ao enfatizar a criatividade e o espírito empreendedor em busca de benefícios coletivos com suporte em valores sociais (Saavedra García et al., 2020), que supõe uma visão holística e inovadora do empreendedorismo, voltada para a sustentabilidade (Pereverzieva & Volkov, 2020).

Dessa forma, os estudos buscam modelos mais abrangentes que caminhem com proposições da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) em resposta aos problemas sociais, econômicos e ambientais críticos (Galindo-Martín et al., 2020), enquanto a presença de políticas públicas de incentivo revela-se fundamental ao sucesso desses empreendimentos (Bradač Hojnik, 2020), bem como aspectos culturais de uma dada região ou país (Buendía-Martínez & Monteagudo, 2020).

Buendía-Martínez & Monteagudo (2020) e Saavedra García et al. (2020), ao estudarem o assunto, definem características e objetivos relacionados ao empreendedorismo social como um negócio social que reúne elementos empresariais sem fins lucrativos ou individualizados, na perspectiva de aditar valores que perpassam pelo benefício econômico, social, ecológico e de qualidade de vida. Pereverzieva & Volkov (2020), no entanto, consideram que o desempenho econômico e social, como

missão, pode implicar dificuldades adicionais para a teoria do empreendedorismo social, posto que não evidencia as motivações pró-sociais subjacentes, como sinalizam Sahasranamam & Nandakumar (2020), ou os valores sociais e culturais expressos nos comportamentos dos atores envolvidos (Leal et al., 2015).

De outro modo, Ávila et al. (2014) e Mendonça et al. (2015) lembram que empreendedorismo social difere das experiências filantrópicas, por meio das Organizações não Governamentais (ONGs), pois estas visam à autossustentação, enquanto as organizações que visam ao empreendedorismo social abrem o leque dos negócios, à luz do desenvolvimento social inclusivo e sustentável, com coesão entre o econômico e o social (Lavišius et al., 2020). Ao ser agregado valor social à sociedade (Leal et al., 2015), aborda-se a mudança social de difícil apreensão, considerando-se que as condições em que ocorre são complexas e temporalmente não definidas (Hota et al., 2020).

Na perspectiva de Hota et al. (2020) sobre Certo & Miller (2008), Short et al. (2009) e Lehner & Kaniskas (2013), teorizações em torno do empreendedorismo social associam outras teorias, como a da contingência, a da institucionalização e a baseada em recursos, o que visa compreender a mobilização de recursos em prol da missão do negócio, com pesquisas mais pautadas na compreensão (qualitativa) do que na análise de relações ou descrição de eventos (quantitativa). Pelo fato de o empreendedorismo social ter contribuições importantes em virtude das vulnerabilidades de um sistema econômico excludente (Bruder, 2021), pesquisas têm buscado demarcar seu contexto teórico e contribuições práticas em variados estudos de revisão, ao mesmo tempo que são muitas as definições que balizam a compreensão sobre o que seria esse “tipo” de empreendedorismo (Costatin et al., 2020).

No escopo do funcionamento da empresa social, têm-se em discussão a gestão social e seu aporte sustentado na ideia de participação, bem como a natureza econômica de sua organização (Silva et al., 2014), balizada pela premissa da economia solidária (Medeiros et al., 2017). Sob a óptica do empreendedorismo schumpeteriano, Leal et al. (2015), por exemplo, apresentam a distinção entre as organizações com fins sociais e as com teor comercial, ao mesmo tempo que informam um aumento na profissionalização no campo. Já Gaiotto & Machado (2016) apresentam os desafios gerenciais para a garantia da sustentabilidade desses negócios, bem como dão ênfase no valor emancipatório.

Por outro lado, a combinação do empreendedorismo social com a inovação social na perspectiva da economia solidária é empreendida por Souza et al. (2014) e Medeiros et al. (2017), com impacto na melhoria das condições sociais, em particular a diminuição da pobreza. Sob a visão dos processos organizativos, ainda, reporta-se a Godói-de-Sousa et al. (2014), que levantam atenção sobre as dimensões individual, organizacional e ambiental, sendo levantada particular atenção sobre a liderança e sua capacidade de mobilização em face da mudança social (Godói-de-Sousa et al., 2014).

Em relação aos empreendedores, como pilares dos negócios sociais (Silva & Iizuka 2018), a visão pró-social se apresenta associada às mudanças na sociedade (Seba & Casagrande, 2016), assentadas em inovações e desejo de mudança, bem como capacidades gerenciais relacionadas ao planejamento e ao risco inerente à natureza do negócio (Saavedra García et al., 2020). Ainda, busca-se compreensão sobre as práticas cotidianas desses atores (Campos et al., 2018), por meio da capacidade de articulação entre empreendedorismo social e as instituições públicas (Pereverzieva & Volkov, 2020).

São atribuídas aos empreendedores sociais habilidades relacionadas ao pragmatismo, com foco na oferta de bens e serviços, comprometimento, visão de futuro e capacidade de gerar engajamento (Sousa & Paiva Junior, 2014). Além disso, são diferenciais a criatividade e capacidade de formação e mobilização de redes sociais (Genú et al., 2018), o que remete à compreensão dos potenciais das redes em prol do desenvolvimento do empreendimento (Corrêa & Teixeira, 2015), assim como da relevância das redes conectadas para a sua efetivação, por meio da identificação dos atores sociais e sua relação com os demais agentes sociais (Hota et al., 2020), especialmente no que tange à obtenção de recursos para o funcionamento do negócio (Corrêa & Teixeira, 2015).

Em relação ao desenvolvimento formativo desses empreendedores, Seba & Casagrande (2016) acrescentam a relevância do papel das instituições de ensino; quanto às competências gerenciais, estas são fundamentais (Santos et al., 2016; Andrade et al., 2018); e com relação à identificação de oportunidades de novos negócios, apresenta-se habilidade referenciada por Rocha et al. (2019) por meio da abordagem *effectuation*. Aspectos motivacionais também são considerados quando se aborda a gestão de negócios sociais, a exemplo do trabalho de Vaz et al. (2015), bem como a influência desses negócios na ampliação da participação de grupos sociais específicos, como, por exemplo, a oferta de oportunidades de trabalho para mulheres (Estivaleta et al., 2018).

METODOLOGIA (T1)

Com o objetivo de definir categorias relativas ao empreendedorismo social em pesquisas presentes na base de dados SPELL (2022) e no evento Egepe (Anegepe, 2022) entre os anos 2014 e 2020, realizou-se análise em três etapas: i) revisão sistemática de artigos selecionados; ii) análises do corpus textual com suporte no software Iramuteq; e iii) elaboração de categorias com base nos dados.

Foram selecionados 47 artigos para a revisão sistemática, cuja leitura segue a proposta de identificar possíveis lacunas de investigação (Busalim & Hussin, 2016). Nesta, é preciso seguir procedimentos sistematizados, critérios adotados, para identificar e selecionar artigos para posterior avaliação e interpretação (Rother, 2007; Galvão & Pereira, 2014). Com abrangência do método, é possível fazer inferências e apresentar desenhos teóricos em relação ao tema investigado, com base no corpus da pesquisa (Torraco, 2005; Whittemore & Knafl, 2005).

Para tanto, seguiu-se a sequência de etapas de Whittemore & Knafl (2005): i) identificação de uma questão problema, ii) levantamento da literatura, iii) avaliação dos dados, iv) análise dos dados e v) apresentação dos resultados. Optou-se pela base de dados SPELL (2022), de conteúdo aberto, vinculada à Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (Anpad), que reúne 132 periódicos específicos da área com mais de 55 mil documentos de pesquisa. Além disso, recorreu-se ao evento nacional da área de empreendedorismo, no caso o Egepe, da Anegepe (2022), que acontece a cada dois anos desde 2000.

Para a seleção dos artigos, foi utilizada uma única palavra-chave, no caso, “empreendedorismo social”, presente no título do artigo, pois o objetivo era o de aprofundar a compreensão sobre a temática. O levantamento nas bases foi realizado entre os meses outubro e dezembro de 2020, tendo resultado em 27 textos na base SPELL (2022) e 20 textos nos eventos Egepe (Anegepe, 2022), considerando-se as três últimas edições: 2016, 2018 e 2020.

Para avançar no processo de categorização, seguindo a proposta de Albach (2015), realizou-se a combinação da revisão com a análise do corpus textual na perspectiva de mapear o portfólio com base nos vocábulos presentes nos resumos. O mapeamento foi conduzido com auxílio do software Iramuteq (2022), que realiza análises do software Alceste. É uma análise lexical sobre uma base linguística (Bardin, 2016).

Na etapa exploratória, o Iramuteq apresenta a distribuição dos dados para uma visão geral e o agrupamento que reúne as palavras por padrões estatísticos (Kronberger & Wagner, 2004). Para esse software, as Unidades de Contexto Iniciais (UCI), que definem o número de dados (no caso, 47 resumos), e as Unidades de Contexto Elementares (UCE), que representam os segmentos de texto, são geradas com base em comandos específicos (Camargo & Justo, 2013).

Com a análise, procedeu-se à Classificação Hierárquica Descendente (CHD), conforme o método de Reinert (1990), que classifica as UCES, e, em seguida, por meio do teste qui-quadrado, a CHD gera os agrupamentos (clusters), formados pelo grau de ligação de uma palavra com a classe à qual pertence (Camargo & Justo, 2013). Como resultado dessa etapa, tem-se o dendrograma, que ilustra a formação das classes, com as respectivas palavras estatisticamente mais significativas de cada grupo

(Camargo & Justo, 2013). Para o processo de categorização, os segmentos de textos associados a cada palavra foram selecionados, e alguns apresentados para fins de ilustração da análise em torno das rotulações de cada classe (Kronberger & Wagner, 2004). Realizou-se, ainda, a Análise Fatorial por Correspondência (AFC), que apresenta um plano cartesiano com os clusters, expressando relações de distanciamento entre eles (Camargo & Justo, 2013).

Para a categorização, segue-se a recomendação de Kronberger & Wagner (2004, p.435), no que diz respeito a dar “[...] conteúdo semântico à informação puramente estrutural [...] apoiando-se em outros métodos de análise [...]”, e também a de Nascimento & Menandro (2006), que expressa a relevância de combinar análise lexical com análise de conteúdo. Assim, faz-se a análise de conteúdo, compreendida como um conjunto de procedimentos sistemáticos de descrição das mensagens (Bardin, 2016). Quanto a isso, a análise de expressão, como modalidade de análise de conteúdo, se relevou mais adequada a esses dados, pois ela considera indicadores lexicais e “[...] a eles acrescenta a análise do estilo [...], do encadeamento lógico das idéias, dos arranjos sequenciais e da estrutura da narrativa” (Minayo, 2014, p.310).

Para auxiliar a análise de conteúdo, o software Atlas.ti (2022), versão 7.5.10, facilitou a formação das categorias para o exame. Por meio do software, os códigos teóricos (ou categorias analíticas e categorias operativas) tornaram-se explícitos por meio da formação de um esquema de codificação (Kelle, 2004). O processo envolve o recorte dos segmentos de texto em unidades de registros e de contexto, com suporte em classificação e agregação, que definem as categorias de análise por regras de contagem (Bardin, 2016). Com a análise dos segmentos de textos, foi possível encontrar subcategorias que facilitam a compreensão do contexto da pesquisa.

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Com os documentos selecionados, processou-se análise léxica com 47 Unidades de Contexto Inicial (UCIs) (47 resumos), que foram divididas em 212 Unidades de Contexto Elementar (UCEs), 7.446 números de ocorrências de palavras, com 1.395 formas (palavras), das quais 1.028 eram ativas (adjetivo, advérbio, substantivo, verbos, formas não comuns) e 356 complementares.

A CHD (Classificação Hierárquica Descendente), que realiza o cruzamento de matrizes de segmentos de textos e palavras, reteve 161 UCEs, ou seja, 75,94% dos segmentos de texto. Além disso, identificou 5 classes (clusters) de palavras, reunidas no dendrograma (Figura 1).

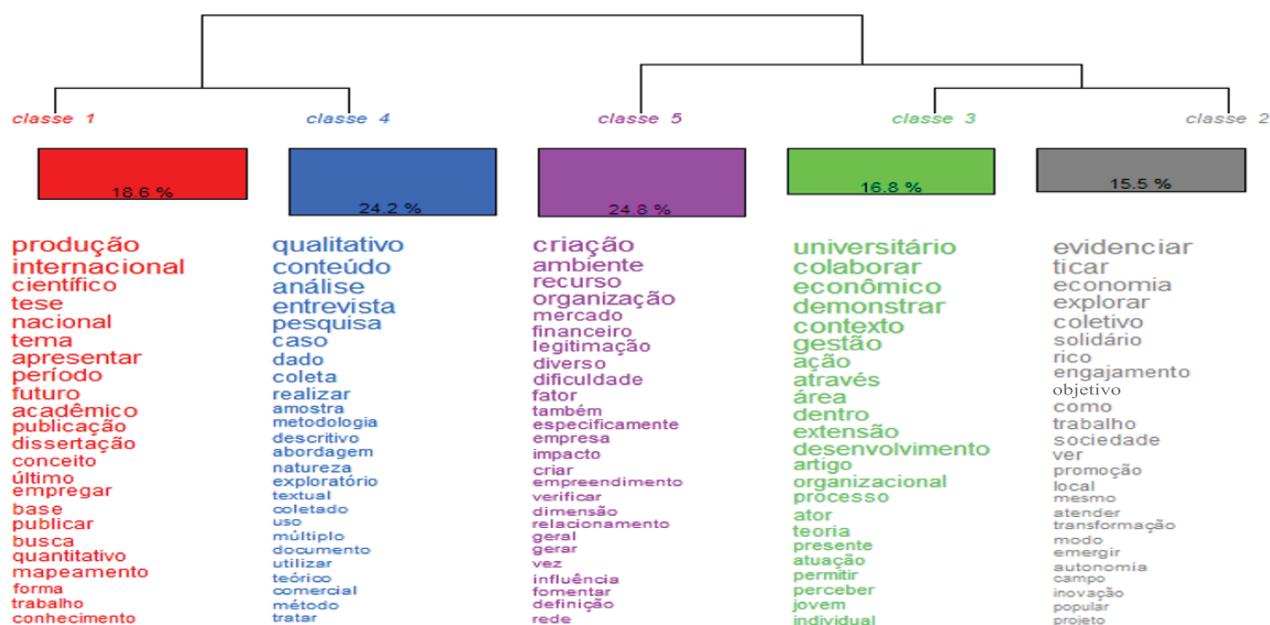


Figura 1. Dendrograma de classificação hierárquica descendente (CHD)⁽¹⁾.

⁽¹⁾Figura gerada pelo software Iramuteq.

Com a separação final dos clusters (estabilização), o software identifica as palavras significativas de cada agrupamento (Tabela 1) e o percentual de UCEs vinculadas a cada cluster, o que permite visualizar a representação de cada cluster em relação ao total do corpus.

Tabela 1. Palavras mais significativas – clusters 1, 2, 3, 4 e 5⁽¹⁾.

| Cluster | Eff. s.t. | Eff. total | Percentagem | Chi2 | Tipo | Cenário | P |
|---------|-----------|------------|-------------|-------------|-------------|---------------|---------|
| I | 7 | 7 | 100,0 | 31,96 | nom. | Produção | <0,0001 |
| | 7 | 7 | 100,0 | 31,96 | adj. | Internacional | <0,0001 |
| | 6 | 6 | 100,0 | 27,21 | adj. | Científico | <0,0001 |
| | 6 | 6 | 100,0 | 27,21 | nom. | Tese | <0,0001 |
| | 6 | 6 | 100,0 | 27,21 | adj. | Nacional | <0,0001 |
| | 9 | 12 | 75,0 | 27,17 | nom. | Tema | <0,0001 |
| | 8 | 10 | 80,0 | 26,48 | ver. | Apresentar | <0,0001 |
| | 5 | 5 | 100,0 | 22,53 | nom. | Período | <0,0001 |
| | 5 | 5 | 100,0 | 22,53 | adj. | Futuro | <0,0001 |
| | 7 | 9 | 77,78 | 21,99 | adj. | Acadêmico | <0,0001 |
| | 4 | 4 | 100,0 | 17,91 | nom. | Publicação | <0,0001 |
| 4 | 4 | 100,0 | 17,91 | nom. | Dissertação | <0,0001 | |
| II | 5 | 5 | 100,0 | 28,07 | ver. | Evidenciar | <0,0001 |
| | 6 | 7 | 85,71 | 27,48 | nom. | Economia | <0,0001 |
| | 6 | 8 | 75,0 | 22,7 | ver. | Explorar | <0,0001 |
| | 4 | 4 | 100,0 | 22,31 | adj. | Coletivo | <0,0001 |
| | 5 | 6 | 83,33 | 21,84 | adj. | Solidário | <0,0001 |
| | 5 | 7 | 71,43 | 17,43 | adj. | Rico | <0,0001 |
| | 3 | 3 | 100,0 | 16,63 | nom. | Engajamento | <0,0001 |
| | 3 | 3 | 100,0 | 16,63 | nom. | Objetivo | <0,0001 |
| | 11 | 27 | 40,74 | 15,72 | nom. | Trabalho | <0,0001 |
| | 18 | 60 | 30,0 | 15,72 | nom. | Sociedade | <0,0001 |
| | III | Eff. s.t. | Eff. total | Percentagem | Chi2 | Tipo | Cenário |
| 3 | | 3 | 100,0 | 15,17 | adj. | Universitário | <0,0001 |
| 3 | | 3 | 100,0 | 15,17 | ver. | Colaborar | <0,0001 |
| 4 | | 5 | 80,0 | 14,78 | adj. | Econômico | 0,00012 |
| 4 | | 5 | 80,0 | 14,78 | ver. | Demonstrar | 0,00012 |
| 4 | | 5 | 80,0 | 14,78 | nom. | Contexto | 0,00012 |
| 5 | | 8 | 62,5 | 12,68 | nom. | Gestão | 0,00012 |
| 5 | | 9 | 55,56 | 10,27 | nom. | Ação | 0,00038 |
| IV | Eff. s.t. | Eff. total | Percentagem | Chi2 | Tipo | Cenário | P |
| | 14 | 16 | 87,5 | 38,75 | adj. | Qualitativo | <0,0001 |
| | 11 | 11 | 100,0 | 36,93 | nom. | Conteúdo | <0,0001 |
| | 17 | 23 | 73,91 | 36,09 | nom. | Análise | <0,0001 |
| | 13 | 15 | 86,67 | 35,14 | nom. | Entrevista | <0,0001 |
| | 23 | 40 | 57,5 | 32,11 | nom. | Pesquisa | <0,0001 |
| | 10 | 12 | 83,33 | 24,68 | nom. | Caso | <0,0001 |
| | 13 | 19 | 68,42 | 22,93 | nom. | Dado | <0,0001 |
| | 7 | 7 | 100,0 | 22,89 | nom. | Coleta | <0,0001 |
| 14 | 22 | 63,64 | 21,56 | ver. | Realizar | <0,0001 | |
| V | Eff. s.t. | Eff. total | Percentagem | Chi2 | Tipo | Cenário | P |
| | 9 | 9 | 100,0 | 28,84 | nom. | Criação | <0,0001 |
| | 7 | 7 | 100,0 | 22,14 | nom. | Ambiente | <0,0001 |
| | 8 | 9 | 88,89 | 20,94 | nom. | Recurso | <0,0001 |
| | 11 | 15 | 73,33 | 20,83 | nom. | Mercado | <0,0001 |
| | 4 | 4 | 100,0 | 12,41 | adj. | Financeiro | <0,0001 |
| 4 | 4 | 100,0 | 12,41 | nom. | Legitimação | <0,0001 | |

⁽¹⁾ O percentual indica a percentagem de ocorrência da palavra nos segmentos de texto nesse cluster, em relação a sua ocorrência no corpus; o eff. st significa o número de segmentos de texto que contém a palavra na classe e o eff. total, o número de segmentos de texto no corpus que contém, ao menos uma vez, a palavra citada.

O cluster 1, formado por 18,6% das UCEs, tem como palavras mais representativas: produção, internacional, científico, tese, nacional, tema, apresentar, período, futuro, acadêmico (...), sendo todas estatisticamente significativas, com valor $p < 0,0001$. O cluster 4, que possui relação com o cluster 1 (partição), por sua vez, contém 24,2% das UCEs e é mais bem representado pelas palavras: qualitativo, conteúdo, análise, entrevista, pesquisa, caso, dado, coleta, realizar, amostra (...) ($p < 0,0001$).

O cluster 5 contém 24,8% das UCEs e tem como palavras mais significativas: criação, ambiente, recurso, mercado, financeiro, legitimação, diverso, dificuldade, fator (...) ($p < 0,0001$). O cluster 3, com 16,8% das UCEs, tem como palavras significativas: universitário, colaborar, econômico, demonstrar, contexto, gestão, ação, através, área (...). Por fim, o cluster 2, que possui relação com o cluster 3 (partição), está representado pelas palavras: evidenciar, economia, explorar, coletivo, solidário, rico, engajamento, objetivo, trabalho, sociedade (...) ($p < 0,0001$).

Por meio da análise fatorial por correspondência, o plano cartesiano ilustra, em quadrantes, a relação espacial entre as classes – quanto mais distantes os elementos dispostos no plano, menos eles “falam” das mesmas coisas (Figura 2).

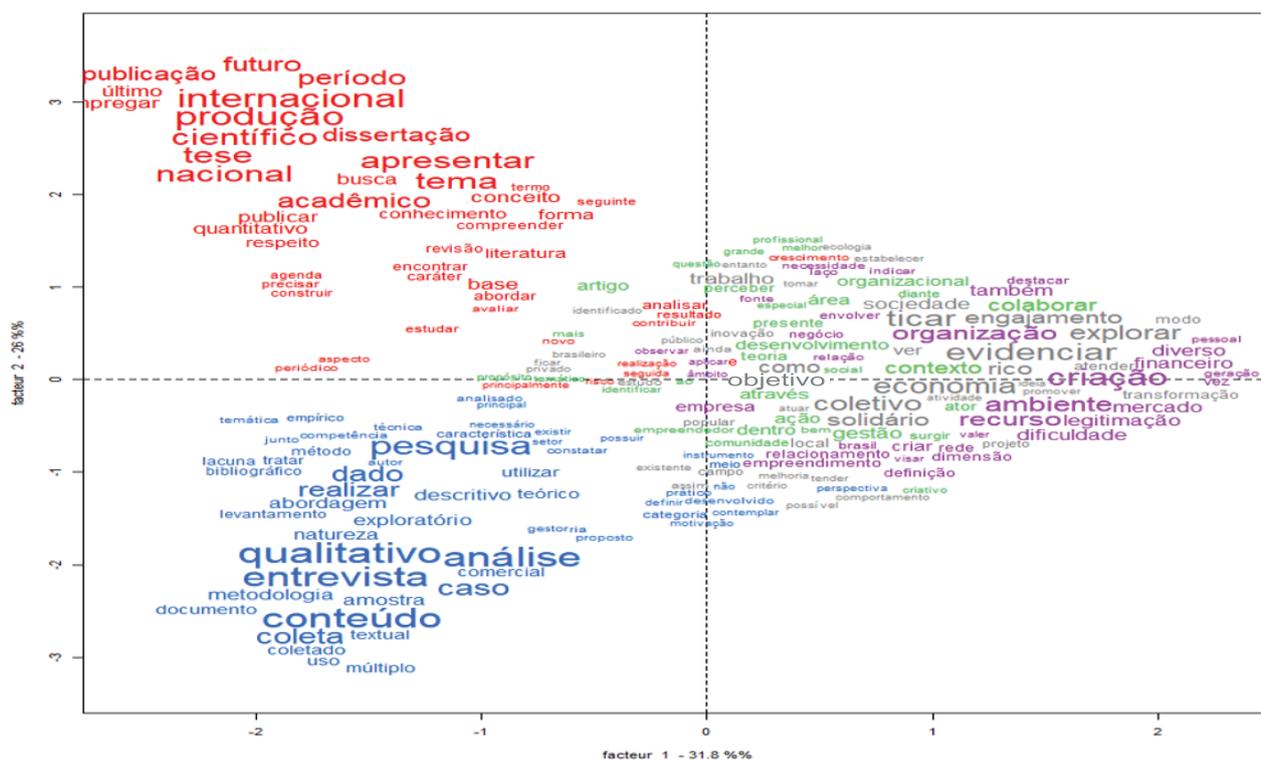


Figura 2. Análise fatorial por correspondência⁽¹⁾.

⁽¹⁾Figura gerada pelo software Iramuteq.

Com os segmentos de textos (Tabela 2), a análise de conteúdo foi realizada com suporte no Atlas.ti (2022), versão 7.5.10, considerando, principalmente, a possibilidade de melhor visualização das categorias e suas hierarquias em esquemas gráficos (*netview*).

Tabela 2. Segmentos de textos – base SPELL e evento Egepe⁽¹⁾.

| Segmentos de textos | |
|----------------------------|---|
| Cluster 1 | <p>[...] este estudo propõe-se a realizar um mapeamento da produção científica nacional e internacional dos últimos quinze anos sobre empreendedorismo social e negócios sociais.</p> <p>[...] emprega técnicas bibliométricas para analisar seis bases científicas, sendo três internacionais, Scopus, Ebsco e Web of Science, e três nacionais: Scielo, SPELL e EnAnpad.</p> <p>[...] identificar quais tópicos relacionados a empreendedorismo e empreendedorismo social estão sendo estudados.</p> <p>[...] o trabalho descritivo e quantitativo de natureza bibliométrica busca levantar as características da produção acadêmica</p> <p>[...] saber quais são os atributos que um empreendedor social possui e analisar qual é a percepção dos acadêmicos referente ao empreendedorismo social</p> <p>[...] futuros profissionais podem contribuir para uma sociedade melhor, para melhor compreensão [...].</p> <p>[...] o empreendedor social precisa ter determinadas competências, habilidades, conhecimentos e posturas [...].</p> <p>[...] É estudar as teses e dissertações brasileiras que abordam o tema negócios sociais</p> <p>[...] teses e dissertações que abordam o tema de caráter exploratório</p> <p>[...] principais sugestões de pesquisas futuras dos trabalhos levantados</p> <p>[...] as lacunas assinaladas em pesquisas sobre empreendedorismo social e negócios sociais com o propósito de estabelecer uma agenda futura de pesquisa</p> <p>[...] o empreendedorismo social precisa de aportes teóricos metodológicos, fazendo-se necessário analisar o conceito na atual literatura</p> <p>[...] apesar da existência de revisões sistemáticas ou estudos bibliométricos que tratam do empreendedorismo social e inovação social de forma isolada, ainda são escassos os estudos que abordam esses dois temas de forma conjunta.</p> |

| | |
|-----------|--|
| Cluster 2 | <p>[...] tópicos quentes: empreendedorismo social, economia empresarial, ecologia, ciências ambientais, engenharia, pesquisa educacional, geografia.</p> <p>[...] o empreendedorismo social representa um tipo de engajamento de agentes públicos e privados em esferas críticas da sociedade civil</p> <p>[...] como inovação social, efetivação do projeto, engajamento entre stakeholders e ação coletiva</p> <p>[...] aproveitando o capital intelectual das suas redes por meio da promoção do processo coletivo de tomada de decisão</p> <p>[...] um instrumento útil na promoção do desenvolvimento econômico sustentável</p> <p>[...] as iniciativas de inovação são vistas sob a perspectiva de atender demandas para o bem-estar da sociedade [...] perspectiva da economia solidária</p> <p>[...] o conceito de economia solidária funciona como um vetor de promoção para [...] ideias de inovação social, sendo esses processos muitas vezes concretizados por meio de empreendimentos sociais</p> <p>[...] um agente modificador que enxerga as potencialidades do local</p> <p>[...] processo integrador na formação de competências pessoais e sociais para empoderamento da comunidade</p> <p>[...] do empreendedorismo social para o desenvolvimento das comunidades locais</p> <p>[...] criação de valor social, podendo ser baseado em trabalho coletivo</p> <p>[...] quebra de paradigma mercadológico – o empreendedor social assume lugar de destaque quanto às transformações ocorridas na comunidade</p> <p>[...] procurar atender às demandas sociais e promover transformações na sociedade</p> <p>[...] estabelecer a relação existente entre o empreendedorismo social e a economia solidária</p> <p>[...] o empreendedorismo social emerge como uma possível solução para os problemas sociais da sociedade contemporânea e parece ter se consolidado na prática sem que se tenha ainda uma precisão conceitual</p> <p>[...] compreender os elementos esquecidos no significado do trabalho cooperativista e como a liderança focada na espiritualidade poderia reconquistar o engajamento dos cooperados</p> <p>[...] liderança pautada na autonomia e no voluntarismo.</p> |
|-----------|--|

| | |
|-----------|---|
| Cluster 3 | <p>[...] as adversidades sociais presentes na contemporaneidade colaboram para o surgimento de ações no campo social que buscam minimizar os efeitos negativos do sistema econômico vigente. Nesse contexto, a criatividade social emerge como um meio para alcançar tal propósito.</p> <p>[...] que o empreendedor social necessita ser criativo para se manter atuante, e os fatores relacionais podem colaborar para o desenvolvimento da criatividade</p> <p>[...] que a atuação do empreendedor social em redes está vinculada aos espaços e contextos de aprendizagem</p> <p>[...] uma entidade social tem se constituído por meio da ação empreendedora, utilizando-a como ferramenta de gestão para o enfrentamento de questões ligadas ao desenvolvimento socioeconômico</p> <p>[...] pela imaginação conceitual, que possibilita aos empreendedores atuarem dentro de um espaço social nutrido pela articulação com vários sujeitos</p> <p>[...] teóricos e práticos que sinalizam esse perfil por meio da análise de três dimensões: individual, organizacional e ambiental</p> <p>[...] influências e implicações entre a teoria dos stakeholders e as práticas do empreendedorismo social em seu processo de gestão</p> <p>[...] o empreendedorismo social como alternativa ao desenvolvimento, tendo como viés a economia popular solidária</p> <p>[...] para os <i>millennials</i>, como uma geração que demonstra maior preocupação com os impactos causados pelas organizações e pelos seus hábitos de consumo</p> <p>[...] propor, ainda, uma quarta dimensão como instrumento para mudança social, que representa o comportamento pró-social dos empreendedores</p> <p>[...] investigar o avanço do empreendedorismo social [...] como a teoria da ecologia organizacional</p> <p>[...] correção de externalidades com uma melhora na qualidade de vida dos atores além de geração de renda e emprego digno.</p> |
|-----------|---|

| | |
|-----------|---|
| Cluster 4 | <p>[...] quanto à metodologia, optou-se por uma abordagem qualitativa, tendo sido realizadas dez entrevistas semiestruturadas</p> <p>[...] análise qualitativa de conteúdo acerca do programa Empreender Comunidade</p> <p>[...] estudo de caso de natureza interpretativista, desenvolvido com uso de entrevistas</p> <p>[...] a pesquisa documental, entrevistas semiestruturadas e a observação direta como instrumentos de coleta de dados</p> <p>[...] tem abordagem qualitativa de natureza exploratória e descritiva; utilizou-se o estudo de casos múltiplos como estratégia de pesquisa</p> <p>[...] não existe uma definição clara sobre as competências para o empreendedor social ter sucesso nos negócios</p> <p>[...] informações disponibilizadas no site da empresa; com base nessas informações, foram estabelecidas categorias de análise</p> <p>[...] qualitativa, por meio da coleta e análise de dados secundários – <i>desk research</i></p> <p>[...] ampliação de amostras e referências práticas; [...] diferentes abordagens na compreensão do fenômeno</p> <p>[...] de uma pesquisa exploratória na qual identificaram-se os atores desse campo que contribuem para a melhoria social</p> <p>[...] análise dos fatores relacionais, experiência, motivação, habilidade criativa em um empreendimento social</p> <p>[...] as relações entre o terceiro setor, as inovações sociais e o surgimento do empreendedorismo social</p> <p>[...] como subsidiar os processos teóricos e práticas da gestão de empreendimentos sociais</p> |
|-----------|---|

| | |
|-----------|--|
| Cluster 5 | <p>[...] pressões ambientais: observa-se uma escalada de profissionalização na gestão em que se visa atender a protocolos de interface e transparência na aplicação de recursos</p> <p>[...] redes sociais empreendedoras abordam as relações com outras organizações, com grupos de empresas e com pessoas que os ajudam a criar empreendimentos</p> <p>[...] fase de concepção dos seus negócios, valem-se das suas redes sociais ou de relações para obter recursos e legitimação organizacional</p> <p>[...] recursos mobilizados por meio das redes de relacionamento</p> <p>[...] o empreendedorismo social propõe a criação de ideias inovadoras para solucionar problemas sociais e a identificação de oportunidades oriundas do mercado para financiar uma missão social</p> <p>[...] maior autonomia financeira e de uma menor influência de seus financiadores fez com que organizações sociais buscassem diversificar suas fontes financiadoras por meio da geração de recursos próprios</p> <p>[...] fatores que influenciam a criação de valor nos negócios sociais</p> <p>[...] resultados financeiros positivos, melhorias sociais ou transformação da realidade social e sobrevivência do empreendimento social [...] criação de valor</p> <p>[...] criação de valor [...] diminuição da exclusão social</p> <p>[...] criação de valor em empreendimentos sociais se apresenta de forma multidimensional</p> <p>[...] fatores ambientais, influência familiar e a necessidade de ajudar o próximo</p> <p>[...] a contribuição de instituições de ensino e dos movimentos sociais na estruturação inicial dessas organizações</p> <p>[...] o empreendedor social gerar [...] alto impacto social [...] lidar com situações adversas do mercado e com os inúmeros problemas sociais</p> <p>[...] dificuldades encontradas surgem das características específicas do território</p> <p>[...] fomentam inovações em prol da geração de impacto social significativo</p> <p>[...] capital humano, vontade e viabilidade, capital social, atores do ambiente social e institucional [...] contemplaram as categorias empoderamento, valorização e realização pessoal.</p> <p>[...] o ambiente dos negócios sociais é repleto de incertezas e contingências [...] serem atuantes para o bem-estar da coletividade</p> <p>[...] de proporcionar soluções efetivas para diversos problemas sociais econômicos e [...] ambientais na perspectiva de valorização do caráter humanitário da emancipação social.</p> <p>[...] captação de recursos indispensáveis para sua sobrevivência</p> <p>[...] fatores como autoestima e emancipação dos trabalhadores se fazem presentes como elementos determinantes para o crescimento e manutenção de suas empresas</p> <p>[...] estabelece uma ligação direta com valores sociais que influenciam a proatividade, a inovação e a tomada de risco para empreender em negócios sociais</p> |
|-----------|--|

⁽¹⁾ Os segmentos de texto apresentados são uma seleção dos mais representativos de cada cluster.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com suporte nos resultados relacionados ao cluster 1, definido como Produção Acadêmica (18,6%, UCEs) (Figura 3), em associação com o cluster 4, concebido como Metodologias de Pesquisa (24,2%, UCEs) (Figura 3), compreende-se a natureza dos 47 estudos selecionados para este estudo. Por um lado, o movimento das pesquisas, que situam trabalhos nacionais e internacionais, demonstra atenção a definições e a concepções, em pesquisas de revisão e com uso de bibliometria, que assumem o perfil de mapeamento da produção acadêmica, com a perspectiva de contribuição para a teorização do campo, bem como proposição de agendas futuras. Além das abordagens quantitativas, baseadas em bibliometrias, estudos de casos com entrevistas e análises documentais também são representativos, o que situa a discussão sobre experiências de “empreendedorismo social”.

Nesse escopo, a pesquisa fornece evidências de uma literatura ainda em fase de ensaios conceituais, delimitações epistemológicas e configuração de práticas, o que vai ao encontro de um tema em debate/construção (Chliova et al., 2020; Hota et al., 2020). Assim, considera-se particular atenção à configuração dos clusters 3, 4, e 5, pois eles indicam síntese de temáticas em função de frequência e recorrência, mas não se apresentam reunidos, e sim dispersos nos textos. Ao passo que o movimento de teorização requer o esforço de abstrações no ensaio de relações, pondera-se que as discussões suscitem novos debates sobre teorizações sobre empreendedorismo social.

Em relação ao cluster 5 (24,8%, UCEs), definido como questões/análise/problemas (sociais) (Figura 3), este reúne o maior volume de UCEs e situa duas questões (subcategorias) conferidas como problemáticas, relacionadas ao empreendedorismo social.

Por um lado, as redes se tornam essenciais em função dos seus atores que partilham e fomentam o capital social; do empoderamento que reflete o movimento do protagonismo e participação necessários às questões de teor social; dos desafios e possibilidades do processo de legitimidade (legitimação) social dos empreendimentos sociais; e da relevância dos movimentos sociais em face da definição de problemáticas e análises na definição da missão institucional. Essas análises são possibilitadas quando a realidade dos atores (contexto social) é compreendida em sua dinâmica multidimensional, o que sugere compreender aspectos da vida em sociedade que favoreçam a vida em suas múltiplas faces (econômica, social, histórica, ecológica, territorial, etc.)

Na dinâmica das redes, surgem as universidades e instituições de ensino como catalisadoras dos processos, por suporte conceitual, metodológico e, ainda, em políticas públicas de pesquisa e inovação, ensino e extensão.

Por outro lado, o impacto social se apresenta como balizador das questões/análise/problemas (sociais), ao passo que reflete a ênfase dada aos resultados desses empreendimentos em solidariedade, valores sociais e qualidade de vida social (trabalho digno). Quanto a isso, ressalta-se que tanto as Nações Unidas como a OCDE, em suas agendas, apresentam proposições de articulações favoráveis à pesquisa e inovação, ensino e extensão na perspectiva da inovação social e da sustentabilidade (Seba & Casagrande, 2016; Galindo-Martín et al., 2020; Lavišius et al., 2020), correlatas ao tema empreendedorismo social.

Sobre o que se apresenta como temas de análise no cluster 5, supõe-se particular atenção às definições que balizam as ações e demandas de uma empresa social. Sua concepção inicial, no caso, a ser ancorada por análise e problemas sociais, dá contornos à ideia de missão social (Hota et al., 2020; Bruder, 2021). Estes, também, podem ser desafios contextuais desses empreendimentos, visto que essas problemáticas são concebidas e compreendidas por concepções e metodologias que ainda se apresentam frágeis (Garcia et al., 2018; Chliova et al., 2020), com uma dinâmica empresarial ainda valorada pela dinâmica econômica, como sugerem Buendía-Martínez & Monteagudo (2020). Também nesse quesito, as políticas públicas são elementares, no curso do fortalecimento de visões sobre desenvolvimento, inovações e sociedade que ensejem contribuições ao reconhecimento do social no atendimento de suas demandas, como também se pode abstrair de Bruder (2021).

A partir do cluster 5, dois clusters se diferenciam, o 3 e o 2 (partição), o que revela relações de proximidade entre eles. O cluster 3, denominado Gestão (do/para o/a partir do) Social (16,8%, UCEs) (Figura 3), compreende quatro subcategorias relacionadas à organização/gerenciamento das empresas sociais, desde o quadro analítico que posiciona necessidade de imaginação conceitual, até a (re) invenção no processo de “organizar-se” e “gerir-se” em prol de questões que emergem do contexto social. Esse movimento imaginativo envolve criatividade na formulação e implementação de estratégias capazes de criar valor social, o que se torna possível por aprendizagens de escopo relacional, que emergem das redes e das interações e interpretações subjacentes. Ações e processos empreendedores é o que se define como atividade a ser consolidada, ao passo que as empresas sociais também devem definir estratégias de sustentabilidade do negócio, em que a defesa do empreendimento, a gestão eficaz, e o perfil empreendedor podem suscitar a superação dos desafios contextuais e atendimento da missão social.

Desafio adicional relacionado aos aspectos organizativos e gerenciais situa o paradigma mercadológico, em geral, associado à concepção de empreendimento amparada pelo lucro, sem maior consideração ao social. Tal desafio, ainda, assinala maior necessidade de envolvimento das políticas públicas, o que, no cenário internacional, incluindo América Latina, se revela incipiente (Bradač Hojnik, 2020; Lavišius et al., 2020; Saavedra García et al., 2020). Já no Brasil, o empreendedorismo social se apresenta forte em realidades sociais de intensa vulnerabilidade (Andrade et al., 2018), e questionar o paradigma mercadológico se faz urgente, em face da possibilidade de desvio de função social desse modelo de empresa, e consequentes fragilidades do atendimento de demandas sociais.

O cluster 2 (15,5%, UCEs) recebe definição de Engajamento (Figura 3), que tem como subcategorias os agentes/atores públicos (sociais), processo coletivo e liderança. A discussão que ampara esse cluster supõe os desafios que empreendimentos assumem em face da sua adjetivação “social”, ao passo que sua configuração organizativa pressupõe participação, no tocante ao engajamento. Este confere ênfase na análise situada de competências e potencialidades, bem como necessidades e problemáticas, a partir dos atores/agentes envolvidos no curso de processos decisórios coletivos (e sociais). Nesse contexto, as lideranças surgem com particular relevância, com uma atuação fortalecedora do engajamento por meio da defesa da autonomia e do voluntarismo. A espiritualidade é, nessa subcategoria, um aspecto que demonstra potencial na mediação da liderança na perspectiva do engajamento social.

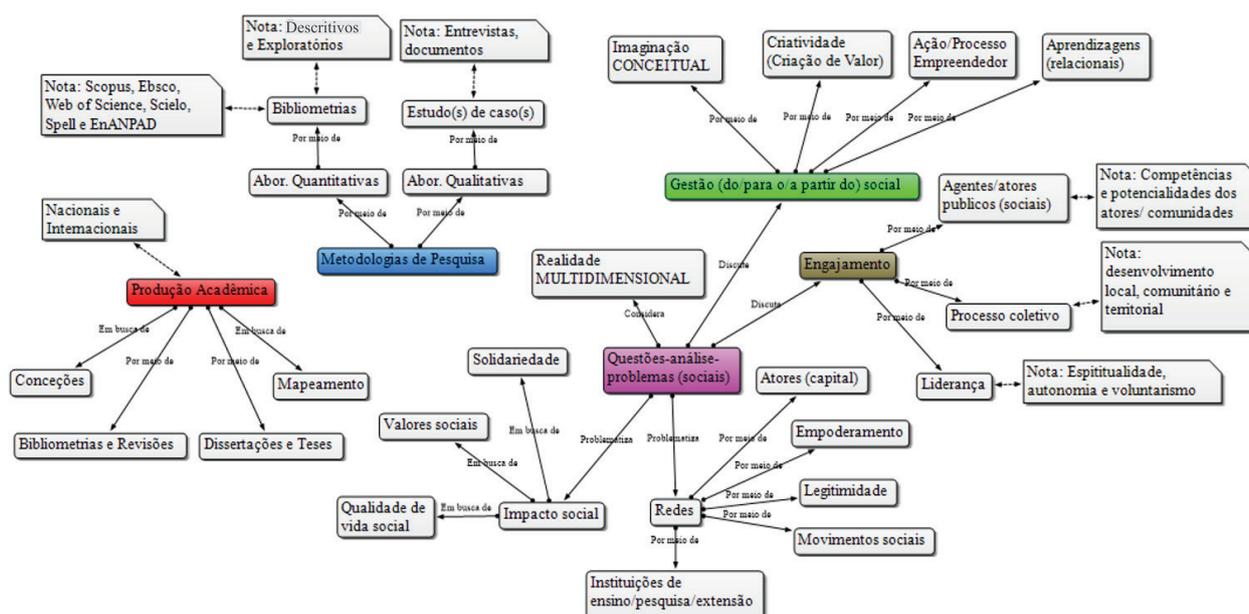


Figura 3. Categorias e subcategorias sobre empreendedorismo social^(1,2).

⁽¹⁾ Desenho elaborado com suporte do software Atlas.ti.

⁽²⁾ O processo de categorização considera como categorias os clusters 1, 2, 3, 4 e 5 (coloridos), e as subcategorias os segmentos de textos representativos de cada cluster.

A liderança, numa perspectiva responsiva, se associa aos desafios gerenciais de empresas sociais na garantia da sustentabilidade dos negócios, como lembram Gaiotto & Machado (2016). Com suporte na leitura de Godói-de-Sousa et al. (2014), admite-se para a liderança a mobilização pró-engajamento em torno dos processos decisórios coletivos que visem a mudanças favoráveis à melhoria das condições de vida em sociedade das pessoas envolvidas. Esse perfil de liderança assume o pressuposto de resposta em alusão à missão social que baliza suas práticas cotidianas (Campos et al., 2018), assumidas como desejo de mudança (Saavedra García et al., 2020).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a possibilidade de tecer contribuições à configuração do tema empreendedorismo social em pesquisas brasileiras, esta pesquisa realiza revisão sistemática e agrega duas análises para melhor compreender a cartografia dos textos em análise. Por análise lexical, possibilitada pelo software Iramuteq (2022), em combinação com a análise de conteúdo, na perspectiva da categorização, desenvolvida com o auxílio do software Atlas.ti (2022), foram reunidos e discutidos elementos de configuração e possibilidades de insights teóricos para uma posterior análise mediante processos de teorização, o que o tema requer.

Em relação aos 5 grupos analisados (clusters), os dois primeiros ilustram o que é compreendido como natural a um corpus de pesquisa em que são reunidos resumos de artigos: a definição da pesquisa, e os métodos e abordagem metodológicos. Os resultados, porém, situam a delimitação em recorrência, e definem a busca por um aporte conceitual mais compreensivo e que supere o levantamento e descrição de temas de pesquisas e relações temáticas, autores, etc. A fragilidade teórica, ainda, é um desafio à concepção e prática do empreendedorismo social, em sociedade cuja concepção mercadológica invade de forma onipresente. Se o que se buscam são teorizações convergentes com a dinâmica para a qual o termo “social” direciona, acredita-se necessário avançar nas concepções de racionalidade e campo teórico epistemológico que ancoram a discussão do/para/a partir do social. O “social” pode contornar questões latentes da sociedade, posto que está limitado à centralidade do mercado capitalista.

Em torno dos três grupos (clusters) seguintes, são acionados elementos necessários ao exercício ensaístico. Em torno do “conceito” ou “campo teórico” do empreendedorismo social considera-se a abrangência da definição sobre questões de análise dos problemas sociais, quando são problematizadas as redes locais e regionais em atenção aos seus atores, e aos movimentos sociais na perspectiva do empoderamento (ativo) e legitimidade da empresa e de suas ações. Essas análises, ainda, precisam apoiar-se em significados atribuídos ao impacto social, no escopo do fortalecimento da solidariedade, dos valores sociais e da qualidade de vida desses atores.

Ao passo que por meio das organizações deriva-se a dinâmica do como estruturar-se, a gestão (do/ para o/ a partir do) social é um segundo eixo a ser contemplado. Neste, o exercício criativo supõe superação de modelos, instrumentos para incluir a imaginação conceitual, ao passo que a dinâmica social exige práticas que emergem e estratégias que se configuram como práticas. Concepções prévias prescritivas deixam pouco espaço para a criação na perspectiva de valor social situado em um dado contexto, o que se apreende por meio de aprendizagens cotidianas empreendidas pelas relações em rede. Empreender nesse contexto convoca valores coletivistas, em processos participativos com ensejo da participação e da defesa de princípios/missão social.

O engajamento, por fim, avança no papel da liderança em face dos empreendimentos sociais. Liderar, nesse movimento, compreende a responsabilidade com o social (pessoas, contextos, missão), o que eleva o processo de liderar na perspectiva do compromisso social, com respeito ao protagonismo e à emancipação. Com isso, a liderança em termos responsivos enseja dinâmica inspiradora, em defesa de grupos sociais, suas necessidades e potencialidades, na costura de possibilidades concretas de desenvolvimento agregadoras à vida em sociedade.

Por fim, é necessário avançar em questões que circundam a evolução do campo, e maior aprofundamento para a consolidação teórico-prática do empreendedorismo social, bem como a formulação de novas possibilidades diante dos desafios das constantes transformações da sociedade. Em particular, estudar pesquisas veiculadas em bases de dados brasileiras reforça o teor contextual do empreendedorismo social, ao passo que o limita no seu aprofundamento. Para tanto, estimam-se, como ponto de partida, processos comparativos, compreensivos e relacionais por meio de estudos em distintas realidades, com o propósito de (re)afirmar a possível unidade teórica, bem como as particularidades de sua expressão nesses contextos (países). Assim, abrem-se campos de estudos e pesquisas qualitativas e quantitativas sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- ALBACH, V. de M. **A difusão da pesquisa em geografia do turismo na Ibero-América**. 2015. 339p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba.
- ALONSO, A.D.; KOK, S.K.; O'BRIEN, S.; O'SHEA, M. The significance of grassroots and inclusive innovation in harnessing social entrepreneurship and urban regeneration. **European Business Review**, v.32, p.667-686, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1108/EBR-05-2019-0102>.
- ANDRADE, J.C. de P.; CAMPOS, C.C. e; SANTOS, J. de J. dos; ROSA, R. de O.; ESTIVAL, K.G.S. Empreendedorismo e negócios sociais: o caso do Escritório de Projetos da Universidade Estadual de Santa Cruz. **RIGS - Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v.7, p.169-181, 2018.
- ANEGEPE. Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Egepe)**. Disponível em: <<https://anegepe.org.br/apresentacao-egepe/>>. Acesso em: 30 mar. 2022.
- ATLAS.TI. Software. Disponível em: <<https://atlasti.com/pt-pt/>>. Acesso em: 30 mar. 2022.
- ÁVILA, L.V.; BARROS, I.C.F.; MADRUGA, L.R. da R.G.; SCHUCH JÚNIOR, V.F.; Características das publicações sobre Empreendedorismo (Social) no Web of Science no período 2002-2011. **Administração Pública e Gestão Social**, v.6, p.88-100, 2014.
- BARBOZA, L.G.S.; SILVA, E. da; BERTOLINI, G.R.F. Negócios sociais no Brasil: a produção de teses e dissertações entre 2005 e 2015. **Revista Capital Científico - Eletrônica**, v.15, p.1-15, 2017. DOI: <https://doi.org/10.5935/2177-4153.20170005>.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BERNARDINO, S.; SANTOS, J.F.; SOARES, M. Contributo do empreendedorismo social para o desenvolvimento de Cabo Verde: um estudo exploratório. **International Journal of Innovation**, v.5, p.132-155, 2017. DOI: <https://doi.org/10.5585/iji.v5i1.124>.
- BRADAČ HOJNIK, B. Overview of Social Entrepreneurship Development in Slovenia. **Transylvanian Review of Administrative Sciences**, v.60, p.5-21, 2020. DOI: <https://doi.org/10.24193/tras.60E.1>.
- BRUDER, I. A social mission is not enough: reflecting the normative foundations of social entrepreneurship. **Journal of Business Ethics**, v.174, p.487-505, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04602-5>.
- BUENDÍA-MARTÍNEZ, I.; MONTEAGUDO, I.C. The role of CSR on social entrepreneurship: an international analysis. **Sustainability**, v.12, p.1-22, 2020. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12176976>.
- BUSALIM, A.H.; HUSSIN, A.R.C. Understanding social commerce: a systematic literature review and directions for further research. **International Journal of Information Management**, v.36, p.1075-1088, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.06.005>.
- CAMARGO, B.V.; JUSTO, A.M. Iramuteq: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, v.21, p.513-518, 2013. DOI: <https://doi.org/10.9788/TP2013.2-16>.
- CAMPOS, G.A.; ALBUQUERQUE, A.; RIZZO, M.R.; YOKOYAMA, N. Existem semelhanças entre as características do empreendedor social e do empreendedor comercial? In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 10., 2018, São Paulo. **Anais**. [São Paulo: Anagepe], 2018. DOI: <https://doi.org/10.17648/egepe-2018-83347>.
- CHLIOVA, M.; MAIR, J.; VERNIS, A. Persistent category ambiguity: the case of social entrepreneurship. **Organization Studies**, v.41, p.1019-1042, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1177/0170840620905168>.
- CONSTANTIN, P.-N.; STANESCU, R.; STANESCU, M. Social entrepreneurship and sport in Romania: how can former athletes contribute to sustainable social change? **Sustainability**, v.12, art. 4688, 2020. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12114688>.
- CORNÉLIO, E. do A.; FREITAS, F.C.H.P. de; MACHADO, M.C.R.; MATOS JÚNIOR, J.E. A expansão do empreendedorismo social no Brasil sob a luz da teoria da ecologia organizacional. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 11., Belo Horizonte, 2020. **Empreendedorismo e pequenos negócios: desafios**,

oportunidades e contribuições para o desenvolvimento territorial sustentável: anais. [São Paulo: Anegepe, 2020]. DOI: <https://doi.org/10.14211/xi-egepe-118123>.

CORRÊA, R.O.; TEIXEIRA, R.M. Redes sociais empreendedoras para obtenção de recursos e legitimação organizacional: estudo de casos múltiplos com empreendedores sociais. **Revista de Administração Mackenzie**, v.16, p.62-95, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1590/1678-69712015/administracao.v16n1p62-95>.

ESTIVALETE, V. de F.B.; ANDRADE, T.; COSTA, V.F. Contribuições do empreendedorismo social para o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v.17, p.172-191, 2018. DOI: <https://doi.org/10.21529/RECADM.2018007>.

FERREIRA, N.A. de C.; LEZANA, Á.G.R.; ROMERO, A.M. Negócio social, empreendedorismo social e empresa social: termos distintos, mesmo objetivo. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 8., 2014, Goiânia. **Anais**. Goiânia: UFG, 2014. p.1-16. Disponível em: <<https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/118.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2022.

GAJOTTO, S.A.V. Empreendedorismo social: estudo bibliométrico sobre a produção nacional e internacional. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.5, p.101-123, 2016. DOI: <https://doi.org/10.14211/regepe.v5i2.358>.

GAJOTTO, S.A.V.; MACHADO, H.P.V. Uma abordagem sobre determinantes e dificuldades de crescimento de pequenos empreendimentos sociais. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 9., 2016, Passo Fundo. **Anais**. Passo Fundo: UPF, 2016.

GALINDO-MARTÍN, M.A.; CASTAÑO-MARTÍNEZ, M.-S.; MÉNDEZ-PICAZO, M.-T. The Relationship between Green Innovation, Social Entrepreneurship, and Sustainable Development. **Sustainability**, v.12, art.4467, 2020. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12114467>.

GALVÃO, T.F.; PEREIRA, M.G. Revisões sistemáticas da literatura: passos para sua elaboração. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, v.23, p.183-184, 2014. DOI: <https://doi.org/10.5123/S1679-49742014000100018>.

GARCIA, A.S.; RIBEIRO, O.C. de R.; ANDRADE, D.; SILVA, J.P.N. Empreendedorismo social: um estudo bibliométrico da produção internacional. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 10., São Paulo, 2018. **Anais**. [São Paulo: Anegepe], 2018. DOI: <https://doi.org/10.17648/egepe-2018-83598>.

GENÚ, J.M.; GÓMEZ, C.R.P.; MUZZIO, H. A criatividade no empreendedorismo social: motivação, experiência e habilidade, juntas para o bem comum. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v.7, p.83-106, 2018.

GODÓI-DE-SOUSA, E.; BUENO, J.M.; SOUSA, M.G. de; SANTOS, L.T. dos. Um olhar para o empreendedor social a partir das dimensões individual, organizacional e ambiental. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 8., 2014, Goiânia. **Anais**. Goiânia: UFG, 2014. p.1-16.

HOTA, P.K.; SUBRAMANIAN, B.; NARAYANAMURTHY, G. Mapping the intellectual structure of social entrepreneurship research: a citation/co-citation analysis. **Journal of Business Ethics**, v.166, p.89-114, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04129-4>.

IRAMUTEQ: Interface R para Análise Multidimensional de Textos e Questionários. Software livre construído com software livre. Disponível em: <<http://www.iramuteq.org/>>. Acesso em: 30 mar. 2022.

KELLE, U. Análise com auxílio de computador: codificação e indexação. In: BAUER, M.W.; GASKELL, G. (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2004. p.391-394.

KRONBERGER, N.; WAGNER, W. Palavras-chave em contexto: análise estatística de textos. In: BAUER, M.W.; GASKELL, G. (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2004. p.416-442.

KUYUMJIAN, R.; SOUZA, E.M. de; SANT'ANNA, S.R. de. Uma análise a respeito do desenvolvimento local: o empreendedorismo social no Morro do Jaburu - Vitória (ES), Brasil. **Revista de Administração Pública**, v.48, p.1503-1524, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/0034-76121614>.

LAVIŠIUS, T.; BITĖ, V.; ANDENAS, M. Social entrepreneurship in the Baltic and Nordic countries. Would the variety of existing legal forms do more for the impact on sustainable development? **Entrepreneurship and Sustainability**, v.8, p.276-290, 2020. DOI: [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(19\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(19)).

LEAL, A.; FREITAS, A.A.F. de; FONTENELE, R.E.S. Criação de valor no empreendedorismo social: evidências a partir da comparação com o empreendedorismo comercial. **Revista Gestão Social e Ambiental – RGSA**, v.9, p.51-65, 2015.

LUCCA, V.R.; PARNOFF, L. O empreendedorismo social como alternativa ao desenvolvimento local: o caso da Alumifer de Erechim – RS. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 9., 2016, Passo Fundo. **Anais**. Passo Fundo: UPF, 2016.

MEDEIROS, C.B. de; MACHADO, L.C.R.; PEREIRA, L.C. de A.; COSTA, I.C. de A.; GOMEZ, C.P. Inovação social e empreendedorismo social: uma análise sob a perspectiva da economia solidária. **GESTÃO.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v.15, p.61-72, 2017. DOI: <https://doi.org/10.21714/1679-18272017v15n1.p61-72>.

- MENDONÇA, C.M.O.; MIRANDA, R.O.; FERRAZ, S.F. de S. Empreendedorismo social e a geração de recursos próprios em ONGs cearenses. **Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v.13, p.105-132, 2015. DOI: <https://doi.org/10.19094/contextus.v13i2.638>.
- MINAYO, M.C. de S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 14.ed. São Paulo: Hucitec, 2014. (Saúde em debate, v.46).
- NASCIMENTO, A.R.A. do; MENANDRO, P.R.M. Análise lexical e análise de conteúdo: uma proposta de utilização conjugada. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, ano6, p.72-88, 2006.
- PEREVERZIEVA, A.; VOLKOV, V. Assessment and Forecasting of Favourable conditions for social entrepreneurship development. **Baltic Journal of Economic Studies**, v.6 p.59-66, 2020. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-3-59-66>.
- PINTO, I.M.B.S.; BRUNSTEIN, J.; MARTINS, A.A.C.; DESIDÉRIO, P.H.; CARDOSO SOBRINHO, C.A. Systematic review of the literature social entrepreneurship and skills development: an analysis of past 10 years. **International Journal of Innovation**, v.4, p.33-45, 2016. DOI : <https://doi.org/10.5585/iji.v4i1.67>.
- REINERT, M. Alceste une méthodologie d'analyse des données textuelles et une application: Aurelia de Gerard de Nerval. **Bulletin de Methodologie Sociologique**, v.26, p.24-54, 1990. DOI: <https://doi.org/10.1177/075910639002600103>.
- ROCHA, R.O.; SILVA, J.B. da; TEIXEIRA, R.M.; MONTENEGRO, L.M. A abordagem 'effectuation' em empreendedorismo social. **Desenvolvimento em Questão**, ano17, p.88-111, 2019. DOI: <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2019.46.88-111>.
- ROMANI-DIAS, M.; IIZUKA, E.S.; WALCHHUTTER, S.; BARBOSA, A. dos S. Agenda de Pesquisa em Empreendedorismo Social e Negócios Sociais. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**, v.8, p.1-15, 2017. DOI: <https://doi.org/10.13059/racef.v8i3.156>.
- 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, p.85-105, 2014. DOI: <https://doi.org/10.9771/23172428rigs.v3i1.8994>.
- ROTHER, E.T. Revisão sistemática x revisão narrativa. **Acta Paulista de Enfermagem**, v.20, v-vi, 2007. Editorial. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-21002007000200001>.
- SAAVEDRA GARCÍA, M.L.; CAMARENA ADAME, M.E.; VARGAS SAENZ, M.E. Una aproximación a los conceptos de emprendedor y emprendimiento social. **Revista Universidad & Empresa**, v.22, p.1-27, 2020. DOI: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7976>.
- SAHASRANAMAM, S.; NANDAKUMAR, M.K. Individual capital and social entrepreneurship: role of formal institutions. **Journal of Business Research**, v.107, p.104-117, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.09.005>.
- SANTOS, J.R. dos; CANDIDO, V.L. de S.; PAVÃO, Y.M.P. O empreendedorismo social sob o enfoque da gestão dos *stakeholders*. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 9., 2016, Passo Fundo. **Anais**. Passo Fundo: UPF, 2016.
- SEBA, N.M.; CASAGRANDA, Y.G. Empreendedorismo social: análise da percepção dos acadêmicos de graduação de Campo Grande/MS. **Pensamento & Realidade**, v.31, p.81-106, 2016.
- SILVA, A. dos S.; MARTINS, H.C.; CARVALHO NETO, A. A gestão de Organizações Sociais sob a ótica do empreendedorismo Schumpeteriano. **Teoria e Prática em Administração**, v.4, p.227-260, 2014.
- SILVA, A.R. da; SOUSA, L.F.F.; SOUSA, E.G. de. Toms Shoes: o empreendedorismo social analisado a partir de práticas sociais do setor privado. **Revista Gestão & Planejamento**, v.17, p.384-395, 2016. DOI: <https://doi.org/10.21714/2178-8030gep.v17i1.4445>.
- SILVA, C.S.; IIZUKA, E.S. Mapeamento de negócios sociais e organizações congêneres no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**, v.20, p.123-137, 2018. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2018V20n52p123>.
- SOUSA, B. de; PAIVA JUNIOR, F. G. de. Empreendedorismo social sob a perspectiva da ação empreendedora: a imaginação conceitual dos gestores da associação dos pescadores artesanais de Brasília teimosa na cidade do Recife-PE. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 8., 2014, Goiânia. **Anais**. Goiânia: UFG, 2014. p.1-16.
- SOUZA, A.A. de; BARBOSA, D.M.S.; VITORIANO, F.L.F.; GERVÁSIO, L.R. O empreendedorismo social no contexto da economia solidária. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 8., 2014, Goiânia. **Anais**. Goiânia: UFG, 2014. p.1-13.
- SPELL: Scientific Periodicals Electronic Library. Software. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/>>. Acesso em: 30 mar. 2022.
- STANKOVIĆ, M. Demystifying the relationship between new public management and social entrepreneurship: a conceptual framework. **Sociologija**, v.62, p.438-454, 2020. DOI: <https://doi.org/10.2298/SOC2003438S>.
- TORRACO, R.J. Writing integrative literature reviews: guidelines and examples. **Human Resource Development Review**, v.4, p.356-367, 2005. DOI: <https://doi.org/10.1177/1534484305278283>.

VAZ, V.H. da S.; TEIXEIRA, R.M.; OLAVE, M.E.L. Empreendedorismo social feminino e motivações para criar organizações sociais: estudo de casos múltiplos em Sergipe. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.4, p.37-61, 2015. DOI: <https://doi.org/10.14211/regepe.v4i3.217>.

WHITTEMORE, R.; KNAFL, K. The integrative review: updated methodology. **Journal of Advanced Nursing**, v.52, p.546-553, 2005. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2005.03621.x>.

XAVIER FILHO, J.L.J.; SOUSA, J.L. de; PAIVA JR., F.G. de; SOUZA, L.K.V. e. O empreendedorismo social como alicerce do “Programa Empreender Comunidade”. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v.3, p.59-83, 2014. DOI: <https://doi.org/10.9771/23172428rigs.v3i1.9068>.
