

ÁREA: SUSTENTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

**TÍTULO: EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OPORTUNIDADES
EMPREENDEDORAS SOCIAIS: UMA PESQUISA BIBLIOMÉTRICA**

RESUMO

O objetivo deste artigo é identificar as principais características da produção científica sobre o empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras sociais. Para realização deste estudo, de abordagem quantitativa, natureza exploratória e descritiva, utilizou-se da pesquisa bibliométrica e do método de pesquisa *Proknow-C*, por meio das ferramentas de software *VOSviewer* e Excel. A base de dados escolhidas para realização deste estudo foi a *Web of Science*. Os principais resultados mostram que Neubaum, Zahra, Gedajlovic e Shulman são os autores mais relevantes e que o maior número de documentos publicados encontram-se nos EUA. Constatou-se que as publicações contendo esta temática ainda são escassas e recentes, com ausência de documentos publicados pelo Brasil na base de dados *Web of Science*, podendo ser considerado como um campo de pesquisa emergente e uma área a ser explorada por pesquisadores brasileiros.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social, Oportunidades Empreendedoras, Bibliometria.

ABSTRACT

The objective of this article is to identify the main characteristics of scientific production on social entrepreneurship and social entrepreneurial opportunities. To carry out this study, with a quantitative approach, exploratory and descriptive, we used bibliometric research and the Proknow-C research method, using the VOSviewer and Excel software tools. The database chosen for this study was the Web of Science. The main results show that Neubaum, Zahra, Gedajlovic and Shulman are the most relevant authors and that the largest number of published documents are found in the USA. It appears that publications containing this theme are still scarce and recent, with the absence of documents published by Brazil in the Web of Science database, which can be considered as an emerging research field and an area to be explored by Brazilian researchers.

Keywords: Social Entrepreneurship, Entrepreneurial Opportunities, Bibliometrics.

1 INTRODUÇÃO

Enquanto subcampo do empreendedorismo (HAUGH 2007; ZAHRA *et al.*, 2008; BARON 2007; LUMPKIN *et al.*, 2013; BRADLEY, *et al.*, 2012), o empreendedorismo social ainda não possui um consenso quanto à sua conceituação (ZAHRA *et al.*, 2008; URBAN; GALAWE, 2020), apresentando compreensões diversas entre estudiosos da área (ZAHRA *et al.*, 2008; URBAN; GALAWE, 2020). As oportunidades empreendedoras sociais são consideradas o cerne do empreendedorismo social e emergem principalmente dos vazios deixados pela ineficiência na prestação de serviços públicos, dos efeitos dos avanços das economias globais e da tecnologia (ZAHRA *et al.*, 2008; CHERRIER, GOSWAMI; RAY, 2018).

É pertinente destacar que há uma pequena, porém crescente, quantidade de produções acadêmicas envolvendo o empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras sociais, o que demonstra a relevância deste estudo tendo em vista a carência de pesquisas até o momento (HAUGH, 2007; ESTRIN; MICKIEWICZ; STEPHAN, 2013; URBAN; GALAWE, 2020).

Isto posto, o problema de pesquisa que norteia o presente estudo é: quais as principais características da produção científica que abordam a relação entre empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras sociais? Para tanto, o objetivo deste artigo é identificar as principais características da produção científica que abordam a relação entre empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras sociais. As principais contribuições deste estudo podem ser divididas em caráter teórico, revelando uma carência de estudos que tratem sobre as perspectivas empreendedorismo social e oportunidade social conjuntamente, servindo de auxílio para outros pesquisadores que se interessem pela temática; e, de caráter prático, por apresentar a existência abundante de oportunidades sociais o que pode incentivar empreendedores que desejam criar um negócio a se engajarem na criação e/ou descoberta de oportunidades sociais, bem como na análise e exploração das mesmas.

Este artigo encontra-se estruturado nas seguintes seções: a primeira está a introdução, contextualizou o tema, declarou o problema, o objetivo do estudo e a estrutura do artigo. Na segunda seção tem-se o arcabouço teórico sobre empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras sociais. Na terceira descreve-se a forma metodológica utilizada. Na quarta seção apresenta os resultados bibliométricos do VOSviewer. Na quinta trata-se sobre discussão dos resultados e, por fim, na sexta conclui-se o artigo trazendo ainda as contribuições e as limitações do estudo, e recomendações para futuras pesquisas.

2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O empreendedorismo social é considerado como uma subárea do empreendedorismo (ZAHRA *et al.*, 2008; BARON 2007; HAUGH 2007; LUMPKIN *et al.*, 2013; BRADLEY, *et al.*, 2012). Seu conceito ainda é pouco definido, possibilitando entendimentos diferentes para autores diferentes, o que acarreta confusão e falta de consenso na literatura (ZAHRA *et al.*, 2008; URBAN; GALAWE, 2020).

Haugh (2007), Estrin, Mickiewicz e Stephan (2013) e Urban e Galawe (2020) destacam ainda que há uma pequena, porém crescente, quantidade de produções de estudos acadêmicos sobre o empreendedorismo social o que aponta carência de pesquisas neste campo.

De acordo com Zahra *et al.* (2008), o empreendedorismo social abrange as atividades e procedimentos que são empreendidos a fim de descobrir, definir e

explorar oportunidades, visando aumentar a riqueza social, definida por aspectos sociais do bem-estar humano, por meio da criação ou de novos empreendimentos ou gerenciando organizações já existentes. Dessa forma, os empreendedores sociais tanto têm a possibilidade de explorar oportunidades e lançar empreendimentos com finalidades lucrativas, quanto podem criar ou explorar oportunidades sem finalidades lucrativas (ZAHRA *et al.*, 2008).

Isto posto, Haugh (2007), corroborando com Zahra *et al.* (2008), menciona que no âmbito do empreendedorismo social, há tanto empreendimentos que de fato possuem finalidades lucrativas, quanto outros estabelecidos como empresas sem fins lucrativos com *status* de caridade. No caso destas empresas sem fins lucrativos, existe a impossibilidade de distribuir qualquer que seja o saldo excedente àqueles detentores do controle da organização, já que este saldo deverá ser reinvestido no empreendimento, por exemplo, para aquisição de recursos, desenvolvimento organizacional, distribuição de doações a pessoas ou comunidades locais, etc. (HAUGH, 2007). Da mesma maneira, Marshall (2010) apresenta que o empreendedorismo social pode ser exercido com finalidades lucrativas contanto que realize transações financeiras comprometidas com questões sociais e agindo como mecanismo transformacional ao abordar questões de responsabilidade social.

Por sua vez, segundo Baron (2007), o termo empreendedor social é usado para se referir ao indivíduo que está propenso a conceber uma organização de responsabilidade social e que aceita o prejuízo financeiro, tendo em vista que este sacrifica o retorno financeiro esperado, mas adquire a denominada “satisfação social” em realizar uma ação em prol da sociedade. O autor segue apontando que os empreendedores sociais estão de fato dispostos a aceitar perda financeira, a fim de formar uma empresa com responsabilidade social, optando por uma organização que possua comprometimento social do que uma que vise à maximização de sua lucratividade. Baron (2007) salienta ainda que a escolha por parte dos empreendedores sociais em criar empresas com responsabilidade social pode ser justificada por duas principais razões: primeira, em decorrência das vantagens fiscais que as doações corporativas têm em relação às doações pessoais, principalmente devido à ausência de imposto; e, segunda, as empresas podem ser mais eficientes na realização do bem-estar social direcionadas às causas sociais.

Urban e Galawe (2020) destacam uma diferenciação fundamental entre empreendedores comerciais e os sociais, estando disposta no fato de que empreendedores comerciais são motivados por ganhos econômicos e pessoais, ao passo que, embora o empreendedorismo social seja retirado do campo do empreendedorismo, o componente interesse social oferece o elemento distintivo que o caracteriza como uma subárea única.

Assim como Baron (2007) e Urban e Galawe (2020), Cherrier, Goswami e Ray (2018) apresentam em suas análises de resultados e considerações finais que o empreendedorismo social é uma atividade empreendedora predominantemente direcionada à incorporação de um objetivo social, que se propõe a desenvolver respostas inovadoras e criativas, as quais priorizam a geração de valor social para a sociedade, buscando trazer soluções para questões e problemas sociais, em detrimento do valor econômico recebido.

Segundo Dacin, Dacin e Matear (2010) este é um debate que não tem solução, tendo em vista que é improvável que um conjunto definitivo de

características se aplique a todos os tipos de atividades contidas no empreendedorismo social dada a diversidade de contextos que esta temática é aplicada. Para Peredo e Mclean (2006), em decorrência do empreendedorismo social ocupar o currículo das principais escolas de negócios e ser objeto de estudo de inúmeras áreas profissionais e acadêmicas, há questionamentos acerca do que é de fato empreendedorismo social, o que dificulta, assim, sua compreensão.

Dessa forma, com base nestas discussões apresentadas, torna-se perceptível que há uma miríade de entendimentos e compreensões em torno do empreendedorismo social, presentes em suas classificações, conceitos e definições, que apresentam enfoques diferentes, com propósitos diferentes a depender do estudo. Estas discussões apresentadas apenas arranham a superfície extremamente complexa que é definir e conceituar o empreendedorismo social. Entretanto, um ponto em comum destaca-se diante das discussões apresentadas e está fundamentado na presença das oportunidades empreendedoras na realização de práticas sociais (ZAHRA *et al.*, 2008; ESTRIN; MICKIEWICZ; STEPHAN, 2013; URBAN; GALAWÉ, 2020; LUMPKIN *et al.*, 2013; CHERRIER; GOSWAMI; RAY, 2018; BARON, 2007).

Neste sentido, Zahra *et al.* (2008) apresentam que em decorrência da globalização das economias, dos avanços tecnológicos, das insuficiências institucionais e governamentais (estatais), conceberam problemas de questões sociais que possibilitaram o ímpeto para formação de empreendimentos sociais. Esses vazios, em resposta à lógica contraditória das instituições governamentais, destacados por Cherrier, Goswami e Ray (2018), criaram espaços de oportunidades criativas e inovadoras, que refletem os valores únicos inerentes aos empreendedores sociais para identificação, avaliação e exploração de oportunidades (ZAHRA *et al.*, 2009; ZAHRA *et al.*, 2008).

3 OPORTUNIDADES EMPREENDEDORAS SOCIAIS

De acordo com Albuquerque e Teixeira (2016), no campo do empreendedorismo a oportunidade empreendedora é um dos temas centrais e sua análise está associada à descoberta, identificação e exploração de oportunidades de negócios. Depreende-se a sua importância no campo do empreendedorismo social pela presença nas mais diversas conceituações como demonstrado no tópico supracitado. Segundo Cassons (1982), citado no trabalho de Corner e Ho (2010), alguns autores as consideram como sendo o cerne do empreendedorismo uma vez que de acordo com Shane, Locke e Collins (2003) o processo empreendedor se inicia com o reconhecimento de uma oportunidade (ALBUQUERQUE; TEIXEIRA, 2016).

Shane e Venkataraman (2000) afirmam que o campo do empreendedorismo busca estudar as fontes, os processos de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades, bem como os indivíduos que as descobrem, avaliam e as exploram. Ainda segundo esses autores, nesse campo de pesquisa algumas questões são essenciais tais como: (i) por que, quando e como as oportunidades entram em cena; (ii) por que, quando e como algumas pessoas e não outras descobrem e exploram essas oportunidades e; (iii) por que, quando e como diferentes modos de ação são usados para explorar oportunidades.

Nota-se, portanto, que esses questionamentos giram em torno do tema oportunidades empreendedoras, o que reforça a relevância do assunto dentro do campo do empreendedorismo. Uma afirmação de Shane e Venkataraman (2000) reforça essa ideia: para que haja empreendedorismo, antes deve existir oportunidades empreendedoras. Contudo, afirmam estes autores, embora essa seja uma condição necessária, ela não é suficiente, dado que após sua descoberta, o empreendedor

precisa decidir se deseja explorá-la. Em consonância com essa afirmação, Fillion (2000) afirma que buscar oportunidades de negócio faz parte do processo empreendedor, porém essa busca deve, necessariamente, culminar em uma ação. Para Ardichvili, Cardozo e Ray (2003), as “oportunidades” representam um conjunto de fenômenos que começam sem forma e se desenvolvem ao longo do tempo. Assim, o que iniciou como conceito simples se torna mais elaborado à medida que os empreendedores a desenvolvem.

Lumpkin *et al.* (2013) salientam que para identificação efetiva de oportunidades sociais torna-se necessário perceber males e problemas sociais como oportunidades, além de reconhecer o empreendedorismo como fonte de solução para tais questões. Ainda segundo Lumpkin *et al.* (2013), para que estas oportunidades sejam identificadas: (i) a solução social de problemas deve ser considerada um domínio legítimo da atividade empreendedora, e (ii) ao buscar solucionar problemas e males sociais, é necessário levar em consideração um benefício a ser desenvolvido em prol do bem-estar da sociedade.

Zahra *et al.* (2008) apontam que na literatura existem três conceituações de oportunidade: (i) visão alocativa, (ii) visão da descoberta e, (iii) visão criativa. A primeira, foca nos elementos do sistema uma vez que considera as oportunidades como resultado de alocações ineficientes no mercado. A segunda, concentra-se no processo dado que enfatiza o valor da informação precedente na descoberta de assimetrias de informação sobre o verdadeiro valor dos recursos. A terceira atenta para decisão do reconhecimento de oportunidade ao postular que os empreendedores buscam otimizar os ganhos de um grupo de partes interessadas. Entretanto, para estes autores, no estudo do empreendedorismo social essas visões são limitadas porque retratam as formas de imperfeições do mercado que criam oportunidades para empreendedores que estão alertas e supõem que o empreendedor sempre busca maximizar o lucro.

No entanto, o empreendedorismo social opera com bens sociais e estes possuem atributos que são únicos e desafiam a quantificação e as comparações diretas. Além disso, o empreendedor social busca principalmente melhorias sociais e não econômicas, portanto, o lucro não é o seu objetivo. O empreendedorismo social abrange, segundo Zahra *et al.* (2009), as atividades e processos empreendidos para descobrir, analisar e explorar oportunidades para aumentar a riqueza social, criando novos empreendimentos ou gerenciando organizações existentes de maneira inovadora.

Isto posto, Corner e Ho (2010), embasados no trabalho de Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006); afirmam que o campo de estudos sobre empreendedorismo social se assemelha ao de empreendedorismo comercial em razão do reconhecimento de oportunidades inaugurar o processo empreendedor. Todavia, o modo de reconhecimento é diferente nesses campos (HARIMA; FREUDENBERG, 2020). Urban e Galawe (2020) apontam que ao condensar as diversas abordagens sobre oportunidades, observa-se que elas são tão importantes para o empreendedor comercial quanto para o empreendedor social, embora eles possuam razões e ideologias diferentes. Os empreendedores sociais são concebidos, conforme Zahra *et al.* (2009), como possuidor de valores únicos que os guiam nos processos de busca, identificação, avaliação e exploração de oportunidades no âmbito social.

Lumpkin *et al.* (2013) salientam que os fatores que distinguem oportunidades sociais em um contexto do empreendedorismo social dependem principalmente de um “chamado” da sociedade para resolver certos problemas sociais e que estejam à disposição dos empreendedores sociais para solucioná-los. Tal colocação corrobora com o disposto por Zahra *et al.* (2008) que em decorrência da ineficiência governamental de instituições públicas, os efeitos da globalização econômica pós década de 90 e dos avanços da TICs (tecnologias da informação e comunicação), conceberam problemáticas sobre a sociedade que geraram espaços de oportunidades no contexto social para serem analisadas e exploradas por empreendedores sociais. Muitas destas respostas a estes vazios propiciados por lógicas institucionais e governamentais confusas, conforme destacam Cherrier, Goswami e Ray (2018), conceberam em mesma medida respostas criativas e inovadoras pelos empreendedores sociais.

Dessa forma, as oportunidades empreendedoras no contexto social dependerão do quão graves e abundantes são os problemas e questões sociais (Lumpkin *et al.*, 2013, ZAHRA *et al.* 2008). Harima e Freudenberg (2020) ressaltam, entretanto, que o papel da identificação de oportunidades no contexto do empreendedorismo social foi pouco estudado e, portanto, ainda é pouco compreendido

Isto posto, Zahra *et al.* (2008) elencam cinco atributos das oportunidades sociais. O primeiro é a prevalência e diz respeito às necessidades humanas, uma das principais razões para a existência de oportunidades sociais, e é um conceito subjetivo para o empreendedor, pois as suas crenças sobre a prevalência e extensão de uma questão social podem influenciar de forma significativa quais oportunidades são dignas de atenção. O segundo, a relevância, é um critério que evidencia uma relação entre a importância da oportunidade para o empreendedor e seus antecedentes, valores, talentos, habilidades e recursos, sendo alguns problemas considerados mais relevantes que outros. O terceiro é a urgência e remete a emergência de determinadas situações que surgem de eventos imprevisíveis tais como guerras, incêndios e furações. Momentos como esses exigem respostas rápidas e imediatas por parte dos empreendedores sociais. O quarto é a acessibilidade e se refere ao nível de dificuldade percebida em atender a uma necessidade social por meio de mecanismos tradicionais. A baixa acessibilidade em um setor pode aumentar a viabilidade do empreendedorismo social. A radicalidade, quinto e último atributo, correspondem à extensão em que uma grande inovação ou mudança social é imprescindível para resolver um problema específico.

De acordo com Zahra *et al.* (2008) é improvável que esses cinco atributos figurem nas oportunidades de empreendedorismo empresarial. Afirmam ainda que diante da grande quantidade de oportunidades sociais pelo mundo e os diferentes motivos e objetivos dos empreendedores sociais, podem levá-los a visualizar oportunidades diversas em formatos diversos.

4 METODOLOGIA

Com o intuito de atender aos objetivos propostos por esta pesquisa, realizou-se um estudo de abordagem quantitativa, de natureza exploratória e descritiva. É exploratória, pois existe uma carência de estudos em torno do tema empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras (GIL, 2002). É descritiva tendo em vista que é caracterizada e descrita aqui temática pesquisada (GIL, 2002).

Empregou-se a análise bibliométrica como método de pesquisa. De acordo com Macias-Chapula (1998) a bibliometria foi utilizada pela primeira vez em 1969 por

Pritchard e hoje é aplicada a vários campos de pesquisa tais como ciências sociais, biblioteconomia e indústria da informação. Esta pesquisa ainda é caracterizada como um método de estudo quantitativo que examina e mede os aspectos da produção, difusão e uso da informação por meio de padrões e modelos matemáticos. Assim, os resultados encontrados possibilitam a elaboração de previsões que auxiliam na tomada de decisão. Segundo Vanti (2002) citado por Pagani *et al.* (2017) os índices encontrados nos estudos bibliométricos são também empregados para mensurar a produtividade e a qualidade das pesquisas acadêmicas, isso ocorre por meio da aferição dos números de publicações e citações dos diversos pesquisadores e trabalhos.

Para operacionalizar a bibliometria, priorizou-se o método bibliométrico *Proknow-C* (Processo de Desenvolvimento do Conhecimento-Construtivista) que segundo Carvalho *et al.* (2020), é um método amplamente utilizado. Isto posto, o primeiro passo foi a definição do objeto de pesquisa, nesse caso, publicações relevantes que versassem sobre empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras concomitantemente. O segundo foi a definição de palavras-chave e do banco de dados. As palavras-chave foram: “*social entrepren**” e “*opportunit**”. O banco de dados escolhido foi a *Web of Science* (WoS), pois é uma base indexada e que possibilita a exportação dos dados necessários para as análises de publicações, citações e realização de estudos bibliométricos.

Após essas definições, realizou-se a primeira busca na WoS, empregando os seguintes filtros: “*review or article*” e “*business or management*”, o que resultou em 1134 artigos. Logo após fez-se o alinhamento dos artigos encontrados que ocorreu por intermédio da leitura dos títulos destes trabalhos e a temática pesquisada, o que resultou em 368 artigos.

Frente aos novos resultados, aplicou-se o Princípio de Pareto (regra 80/20) para selecionar os artigos que apresentaram aproximadamente 80% das contagens acumuladas de citações resultando em 46 artigos, por considerar que estes possuem maior relevância acadêmica, os demais foram descartados. É oportuno destacar que dos trabalhos que não se enquadraram na regra de Pareto, 5 (cinco) foram resgatados por terem sido escritos por autores apontados como relevantes. Após a leitura dos resumos desses trabalhos, somente 28 deles tratavam conjuntamente sobre empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras.

Para auxiliar na organização, diagramação e análise dos dados coletados, fez-se o uso dos programas o Excel e *VOSviewer*. No primeiro foi realizado todo o processo de organização operacional, segregando as buscas e os retornos realizados no banco de dados da WoS, bem como a realização do método *Proknow-C*, que serviu de base para a efetuação dos procedimentos operacionais do *VOSviewer*. Neste último programa foram feitas análises de autores, países, co-citação e co-ocorrência que resultou em gráficos que serão apresentados posteriormente na análise dos resultados.

5 RESULTADOS BIBLIOMÉTRICOS (VosViewer)

A análise bibliométrica descritiva foi elaborada a partir de 28 artigos selecionados na base da *Web of Science* que apresentaram relação direta entre o empreendedorismo social e oportunidades empreendedores de forma conjunta. Nesse sentido, realizou-se as seguintes descrições: co-autoria de

pesquisadores, co-autoria de países, co-citação e co-ocorrência de palavras-chave.

No portfólio selecionado 69 autores encontram-se listados, entretanto, foram elencados como aqueles que mais influenciam o campo estudado, isto é, considerados os mais relevantes os autores NEUBAUM, D. O; ZAHRA, S. A.; GEDAJLOVIC, E.; SHULMAN, J. M.; MCLEAN, M; PEREDO, A.; DACIN, M. T.; DACIN, P. A. e; MATEAR, M. A tabela 1 mostra estes autores, o número de documentos publicados assim como o número de citações.

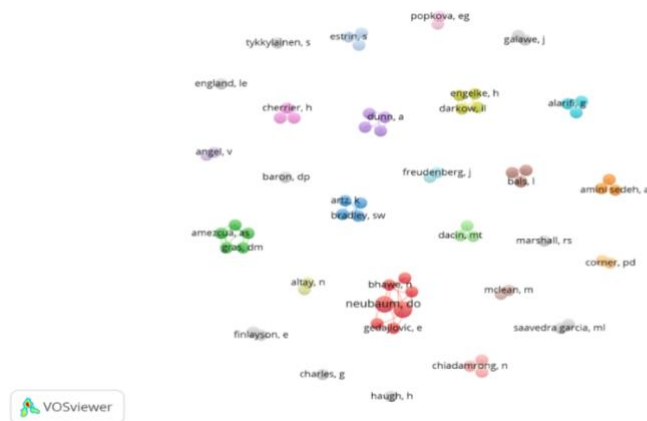
Tabela 1 – Autores mais citados

AUTORES	DOCUMENTOS	CITAÇÕES
NEUBAUM, DO	2	979
ZAHRA, SA	2	979
GEDAJLOVIC, E	1	797
SHULMAN, JM	1	797
MCLEAN, M	1	630
PEREDO, A	1	630
DACIN, MT	1	529
DACIN, PA	1	529
MATEAR, M	1	529

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Notou-se que dos documentos selecionados a maioria foi escrito por mais de um autor. Dentre os 28 artigos analisados, apenas seis são de autoria individual, sendo que os 22 restantes foram escritos em co-autoria por dois ou mais pesquisadores, o que demonstra haver colaboração científica entre eles. A figura 1 representa o conjunto completo de autores e co-autores do portfólio em análise. Os vértices representam os pesquisadores e as linhas caracterizam os vínculos entre eles. As cores mais vibrantes simbolizam as redes com uma quantidade maior de autores conectados, no entanto, vale ressaltar que as que estão em cinza são as redes que possuem grupos menores de pesquisadores não conectados aos demais.

Figura 1 – Redes de co-autoria

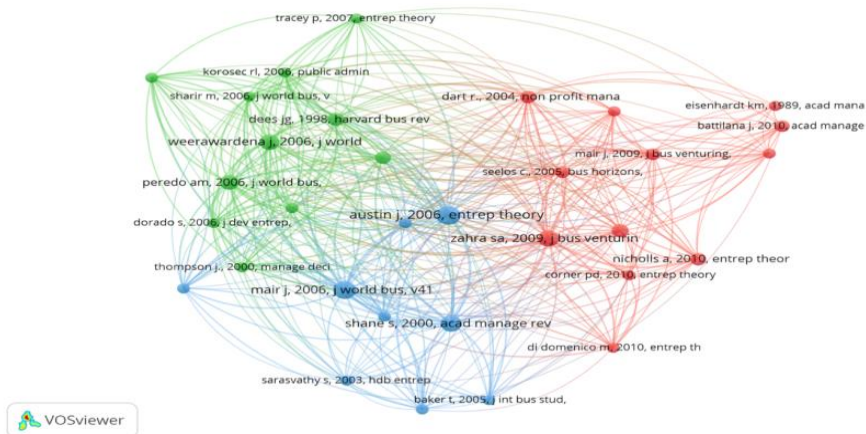


Fonte: Elaborado pelos autores (2020) no programa *Vosviewer*.

Nesta imagem observa-se ainda que os grupos de pesquisa são diversos e bastante desconectados, possuindo pouca interação. Ademais, dois grandes grupos se destacam, o vermelho e o verde onde estão em evidência os autores Neubaum e Amezcuca, respectivamente.

Para identificar os trabalhos mais relevantes da amostra selecionada, fez-se uma análise de co-citação. A relevância foi determinada pelo número de citações dos trabalhos. Tal análise gerou a figura 2 que expõe todas as co-citações de referências.

Figura 2 – Redes de co-citação de referências



Fonte: Elaborada pelos autores (2020) no programa *Vosviewer*.

A rede apresentada além de permitir identificar três *clusters*, demonstra a influência dos estudos de Austin (2006), Mair (2006), Shane (2000) e Zahra (2009).

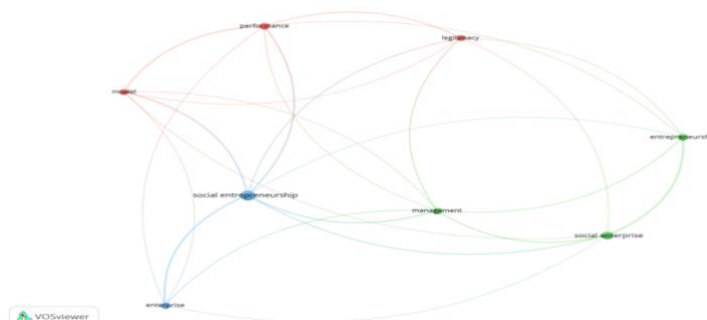
Tabela 2 – Estudo com maior número de co-citações

REFERÊNCIAS	TÍTULO	PERIÓDICO	CITAÇÕES
AUSTIN, J. (2006)	Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?	ENTREP THEORY PRACT	13
MAIR, J. (2006)	Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight	J WORLD BUS	12
SHANE, S. (2000)	The promise of entrepreneurship as a field of research	ACAD MANAGE REV	10
ZAHRA, S.A. (2009)	A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges	J BUS VENTURING	10
WEERAWARDENA J. (2006)	Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model	J WORLD BUS	9
PEREDO A. M. (2006)	Social entrepreneurship: A critical review of the concept	J WORLD BUS	8
DACIN, P. A. (2010)	Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here	ACAD MANAGE PERSPECT	7
DEES, J.G. (1998)	Enterprising nonprofits	HARVARD BUS REV	7
DART, R. (2004)	The Legitimacy of Social Enterprise	NON PROFIT MANAGEMEN	6
NICHOLLS, A. (2010)	The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field	ENTREP THEORY PRACT	6

Fonte: Elaborada pelos autores (2020).

A Tabela 2 seleciona as dez principais referências relacionadas à análise de co-citação pelo critério de maior número de citações, conforme Maia, Serio e Alves Filho (2015), que compõem os trabalhos seminais que fundamentaram o portfólio selecionado. O resultado da análise de co-ocorrência de palavras-chave dos documentos da amostra pode ser visualizado na Figura 3.

Figura3– Redes de co-ocorrência de palavras-chave

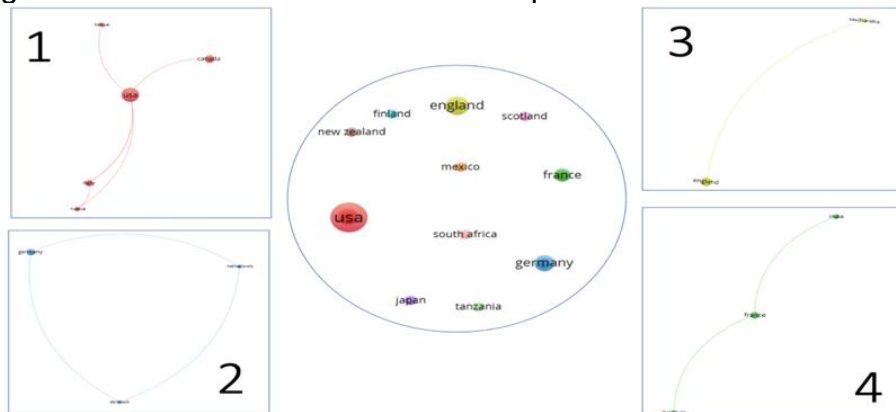


Fonte: Elaborada pelos autores (2020) no programa Vosviewer.

Por meio da análise da rede de co-ocorrência, pode-se observar que “*social entrepreneurship*” é a palavra-chave mais usada, seguida por “*social enterprise*”. Torna-se perceptível a maior ocorrência destes tópicos, tendo em vista o tema do artigo em questão. Observa-se ainda a existência de palavras-chaves inter-relacionadas em três principais *clusters* de colaboração. A rede vermelha demonstra maior correlação entre as palavras-chaves “*performance*”, “*model*” e “*legitimacy*”. A rede verde expõe maior associação entre as palavras “*management*”, “*social enterprise*” e “*entrepreneurship*”, com maior destaque a “*social enterprise*”. Por sua vez, a rede azul apresenta maior relação entre as palavras “*social entrepreneurship*” e “*enterprise*”. É pertinente ressaltar a ausência da palavra-chave “*opportunit*” que é um dos focos de análise deste presente artigo. A não aparição desta palavra-chave pode estar ligada à possibilidade dos estudos sobre empreendedorismo social focarem mais na temática do empreendedorismo e do empreendedor em si, concedendo pouca ou nenhuma atenção à temática das oportunidades empreendedoras. Outra possível inferência pode ser em decorrência das oportunidades já estarem contidas no empreendedorismo enquanto característica e não como um campo separado de pesquisa.

A análise de co-autoria, apresentada na figura 4, demonstra os países que mais atuam em colaboração.

Figura 4– Redes de co-coautoria entre países



Fonte: Elaborada pelos autores (2020) no programa Vosviewer.

A parte central da figura 4 apresenta os 11 *clusters* de colaboração que emergiram da amostra de 28 artigos. Deste total, quatro *clusters* de países que atuam conjuntamente são destacados: (1) EUA, Canadá, Itália, Rússia e Quênia; (2) Alemanha, Dinamarca e Países Baixos; (3) Inglaterra e Arábia Saudita e; (4) França, Bélgica e Índia.

Tabela 3 – Colaboração entre países

PAÍSES	DOCUMENTOS	CITAÇÕES
CANADÁ	3	1956
USA	10	1377
ENGLAND	4	334
NEW ZEALAND	1	198
ITALY	2	187
KENYA	1	94
GERMANY	3	16
DENMARK	1	8
NETHERLANDS	1	8

Fonte: Elaborada pelos autores (2020).

Pode-se aferir na tabela 3 que nos EUA encontra-se o maior número de documentos publicados, sendo 10 ao todo, seguido pela Inglaterra com 4, Canadá e Alemanha, ambos com 3 documentos publicados. Quanto ao impacto de citações, embora o Canadá possua três publicações a sua quantidade de citações alcança o total de 1.956 destes documentos, concedendo-lhe maior destaque neste quesito. Logo após, aparecem os EUA totalizando 1.377 citações, Inglaterra, Nova Zelândia e Itália com 334, 198 e 187 citações respectivamente.

Torna-se perceptível a predominância de publicações e citações nas regiões da América do Norte e Europa. Ressalta-se ainda a ausência de documentos publicados pelo Brasil. Dessa forma, por meio de tais constatações, revela-se a existência de diversas oportunidades de pesquisas direcionadas à temática do empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras para pesquisadores brasileiros.

6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir da análise de 28 artigos que tratavam sobre o empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras, constatou-se que os estudos que unem esses dois temas ainda são escassos e recentes, podendo ser considerado como um campo de estudo emergente, especialmente no Brasil, tanto é que nesta pesquisa não foram encontrados estudos desenvolvidos por brasileiros com base na presente temática indexados na *Web of Science*.

Por meio da análise das relações conceituais existentes dentro da temática do empreendedorismo social, tornou-se possível identificar uma pertinente comparação realizada entre o empreendedorismo social e o empreendedorismo comercial e se este último pode ser classificado como um empreendedorismo social por ter finalidades lucrativas ou não (BARON,2007; URBAN; GALAWE, 2020; CHERRIER; GOSWAMI; RAY,2018; MARSHALL, 2010; HAUGH, 2007; ZAHRA ET AL., 2008). É perceptível por meio das leituras que este entrave não possui consenso na literatura.

Isso se deve, na visão de alguns autores, à carência de estudos neste campo (HAUGH, 2007; ESTRIN; MICKIEWICZ; STEPHAN, 2013; URBAN; GALAWÉ, 2020), outros, por sua vez, destacam que é devido à presença do empreendedorismo social em inúmeras áreas profissionais e acadêmicas do conhecimento disciplinar (PEREDO; MCLEAN, 2006). Fato é que dada a diversidade de características existentes dentro do empreendedorismo social e no empreendedor social, torna-se uma tarefa difícil enquadrá-lo em uma única conceituação (DACIN; DACIN; MATEAR, 2010).

Uma das principais relações encontradas entre o empreendedorismo social e as oportunidades sociais é que essas são o cerne do empreendedorismo social e emergem principalmente das lacunas deixadas pelas prestações de serviços ineficientes por parte dos poderes públicos, os efeitos dos avanços das economias globais e os avanços das tecnologias que geram problemáticas de questões sociais (BARON, 2007; ZAHRA *et al.*, 2008; ZAHRA *et al.*, 2009; CORNER; HO, 2010). Na tentativa de melhorar ou mitigar os problemas e questões de necessidades sociais incorridas de tais vazios, surgem as oportunidades empreendedoras no âmbito social que serão identificadas, analisadas e exploradas por empreendedores sociais (ZAHRA *et al.*, 2009; ZAHRA *et al.*, 2008).

As principais temáticas identificadas nestes estudos, além das tentativas de definir e conceituar o campo do empreendedorismo social (ZAHRA *et al.*, 2008; BARON 2007; HAUGH 2007; LUMPKIN *et al.*, 2013; BRADLEY, *et al.*, 2012), encontram-se presentes nos impactos que o empreendedorismo social exerce sobre as sociedades (ZAHRA *et al.*, 2009; ZAHRA *et al.*, 2008; CORNER; HO 2010), a responsabilidade social (HAUGH 2007) e a entrega de valor social (LUMPKIN *et al.*, 2013; CORNER; HO 2010) oferecida por esses empreendedores a partir de suas atividades desempenhadas e a existência de recursos limitados nas práticas empreendedoras deste campo (MARSHALL, 2010; LUMPKIN *et al.*, 2013).

Outra temática não muito recorrente foram as inovações criativas, presentes em apenas dois textos, relacionados no âmbito dos recursos limitados existentes no empreendedorismo social que podem ser vistos como oportunidades sociais a serem exploradas (CHERRIER; GOSWAMI; RAY, 2018; ZAHRA *et al.*, 2008). Vale-se ressaltar que a baixa quantidade de estudos publicados neste tema é vista como uma *gap* de pesquisa interessante a ser explorado em futuros estudos.

CONCLUSÃO

Apesar da relevância do tema oportunidades empreendedoras dentro do campo do empreendedorismo e do crescente número de trabalhos sobre empreendedorismo social, observou-se neste estudo que pretendeu analisar as relações existentes entre empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras que há lacunas de pesquisas no que tange trabalhar de forma conjunta esses temas. Assim, partindo da análise de 28 artigos selecionados, constatou-se que os estudos que unem essas duas terminologias ainda são escassos e recentes, podendo considerá-lo como um campo de estudos emergentes. Depreende-se que isso ocorra em razão de os pesquisadores considerarem que as oportunidades empreendedoras são inerentes ao processo de empreender, isto é, se há empreendedorismo é porque antes percebeu-se uma oportunidade. No entanto, embora haja essa carência de

estudos, estudar como as oportunidades surgem, são descobertas, avaliadas e exploradas pelo empreendedor social, é uma perspectiva interessante para o campo de estudos do empreendedorismo social.

No portfólio analisado, notou-se a existência de diversos grupos de pesquisas, mas bastante desconectados e com pouca interação. Os trabalhos mais influentes foram os de Austin (2006), Mair (2006), Shane (2000) e Zahra (2009). No que se refere aos países, observou-se uma dispersão desses estudos por diversos territórios como Índia, Japão, África do Sul e Tailândia, no entanto, os países que se destacaram em número de documentos publicados foram EUA, Inglaterra e Canadá, respectivamente. Foi perceptível também a predominância de publicações e citações nas regiões da América do Norte e Europa. Uma questão ficou em evidência nesse estudo, a ausência de documentos publicados pelo Brasil o que demonstra a existência de oportunidades de pesquisas direcionadas à temática do empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras para pesquisadores brasileiros.

As análises realizadas forneceram informações que permitiu aos autores identificar a forma como o empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras, mais especificamente as chamadas oportunidades sociais, são tratados de forma conjunta na literatura o que permitiu um estudo mais focado na integração dos temas. Assim, atendendo ao objetivo desta pesquisa, identificou-se como principal conexão entre as temáticas estudadas o fato de as oportunidades sociais serem consideradas o cerne do empreendedorismo social e emergirem, principalmente das lacunas deixadas pela ineficiência na prestação de serviços públicos, dos efeitos dos avanços das economias globais e dos avanços tecnológicos que resultam em problemáticas de questões sociais. Essa análise possibilitou também verificar que nesses trabalhos as principais temáticas abordadas são: (i) definição e conceituação do empreendedorismo social; (ii) o impacto do empreendedorismo social na sociedade; (iii) a responsabilidade social; (iv) o valor social dos empreendimentos sociais; (v) a questão dos recursos limitados. É importante ressaltar que a inovação também apareceu, mas abordado apenas em dois dos trabalhos.

Agrupar a literatura sobre empreendedorismo social e oportunidade social propiciou algumas contribuições, algumas de cunho teórico, outras práticas. Dentre as principais contribuições teóricas, ressalta-se a contribuição para o campo, dada a carência de estudos que abordem essas duas perspectivas conjuntamente, principalmente a nível nacional. Tal abordagem pode assistir outros pesquisadores que desejem estudar esse tema, bem como incitar estudos que apontem oportunidades para a atuação empreendedores sociais. As contribuições práticas podem ser observadas ao passo que ao apontar para a existência e abundância de oportunidades sociais encoraja os indivíduos que desejam criar um negócio a se envolverem na criação e/ou descoberta de oportunidades sociais, assim como na verificação e exploração das mesmas.

As principais limitações encontradas neste estudo são concernentes à decisão metodológica dos autores em optar por fazer uso de apenas uma única base de dados (WoS), à natureza qualitativa da maior parte dos estudos do portfólio selecionado, além da carência de publicações dentro dessa temática encontradas WoS para esta. Por conseguinte, as conclusões apresentadas neste estudo exigem mais pesquisas e aprofundamentos. Indica-se para realização de futuros estudos, o desenvolvimento de pesquisas que relacionem as temáticas do empreendedorismo social e oportunidades empreendedoras sociais a serem realizadas no cenário mercadológico brasileiro buscando compreender a inter-relação existente entre estas perspectivas.

Outra indicação que se apresenta promissora para futuras pesquisas é analisar as inovações criativas dos empreendedores sociais a partir dos recursos limitados que estes dispõem para explorar oportunidades sociais. É importante ressaltar que este estudo não tinha o propósito de exaurir a presente discussão, mas sim de apresentar uma proposta e estimular a produção outros estudos com esse mesmo objetivo.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, A. R. P.; TEIXEIRA, R. M. O Processo de Identificação e Exploração de Oportunidade Empreendedora com base no Modelo de Aprendizagem Organizacional 4i. **Revista de Ciências da Administração**, v.18, n.44, p. 25-37, abril, 2016.
- ARDICHVILI, A.; CARDOZO, R., RAY, Sourav. *A theory of entrepreneurial opportunity identification and development*. **Journal of Business Venturing**, v.18, p. 105–123, 2003.
- AUSTIN, J. STEVENSON, H. WEI-SKILLERN, J. *Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?* **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, ed. 1, p. 1-22, jan. 2006.
- BARON, D. P. *Corporate social responsibility and social entrepreneurship*. **Journal of Economics & Management Strategy**, v. 16, n. 3, p. 683-717, 2007.
- BRADLEY, S. W. *et al. Capital is not enough: innovation in developing economies*. **Journal of Management Studies**, v. 49, n. 4, p 1-34, jan. 2012.
- CARVALHO, G. D. G.; *et al. Bibliometrics and systematic reviews: A comparison between the Proknow-C and the MethodiOrdinatio*. **Journal of Informetrics**, v.14, n.3, ago., 2020.
- CHERRIER, H.; GOSWAMI, P.; RAY, S. *Social entrepreneurship: creating value in the contexto f institutional complexity*. **Journal of Business Research**, v. 86, p. 245-258, mai. 2018.
- CORNER, P. D.; HO, M. *How Opportunities Develop in Social Entrepreneurship*. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 635-659, jul, 2010.
- DACIN, P. A.; DACIN, M. T.; MATEAR, M. *Social entrepreneurship: why we don't need a new theory and how we move forward from here*. **Academy of Management**, v. 24, n. 3, p. 37-57, ago. 2010.
- DART, R. *The legitimacy of social enterprise*. **Nonprofit Management and Leadership**, v. 14, ed. 4, p. 411-424. 2004.
- DEES, J. G. *Enterprising nonprofits*. **Harvard Business Review**, v. 76, ed. 1, p. 55-66, fev. 1998.
- ESTRIN, S.; MICKIEWICZ, T.; STEPHAN, U. *Entrepreneurship social capital, and institutions: social and commercial entrepreneurship across nations*. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 37, n. 3, p. 479-504, mai. 2013.
- FILION, L. J. **Empreender: um sistema ecológico de vida**. In: FILION, Louis Jacques e DOLABELA, F. Boa idéia! E agora: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa. São Paulo: Cultura, 2000. Cap. 1, p. 17-29.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo. Editora Atlas. 2002.
- HARIMA, A.; FREUDENBERG, J. *Co-Creation of Social Entrepreneurial Opportunities with Refugees*. **Journal of Social Entrepreneurship**, v.11, n.1, p. 40–64, 2020.
- HAUGH, H. *Community-led social venture creation*. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 31, n. 2, p. 161-182, mar. 2007.

- LUMPKIN, G. T.; MOSS, T. W.; GRAS, D. M.; KATO, S. AMEZCUA, A. S. *Entrepreneurial processes in social contexts: how area they different, if at all?* **Small Business Economics**, v. 40, n. 3, p. 761-783, dez. 2013.
- MACIAS-CHAPULA, C. A. O papel da informetria e da cienciométrica e sua perspectiva nacional e internacional. **Ciência da Informação**, v.27, n.2, p.134-140, maio/ago., 1998.
- MAIA, J. L.; SERIO, L. C. D.; ALVES FILHO, A. G. Pesquisa bibliométrica em estratégia como prática: resultados exploratórios e comparação de fontes. **Revista Eletrônica Sistemas & Gestão**, v. 10, n. 4, p. 654-669. 2015.
- MAIR, J. MARTI, I. *Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight.* **Journal of World Business**, v. 41, ed. 1, p. 36-44, fev. 2006.
- MARSHALL, R. S. *Conceptualizing the international for-profit social entrepreneur.* **Journal of Business Ethics**, v. 98, n. 2, p. 183-198, jul. 2010.
- NICHOLLS, A. *The legitimacy of social entrepreneurship: reflexive isomorphism in a pre-paradigmatic field.* **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 34, ed. 4, p. 611-633. jul. 2010.
- PAGANI, R. N.; KOVALESKI, J. L.; RESENDE, L. M. M. Avanços na composição da *Methodi Ordinatio* para revisões sistemática de literatura. **Ci.Inf.**, v.46, n.2, p.161-187, maio/ago., 2017.
- PEREDO, A. M.; MCLEAN, M. *Social entrepreneurship: a critical review of the concept.* v. 41, n. 1, p. 56-65, 2006
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. *The promise of entrepreneurship as a field of research.* **Academy of Management Review**, v.25, n.1, p. 217-226, 2000.
- URBAN, B.; GALAWÉ, J. *The mediating effect of self-efficacy on the relationship between moral judgement, empathy and social opportunity recognition in South Africa.* **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v.26, n.2, p. 349-372, 2020.
- WEERAWARDENA, J. MORT, G. S. *Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model.* **Journal of World Business**, v. 41, ed. 1, p. 21-35, fev. 2006.
- ZAHRA, S. A.; RAWHOUSER, H. N.; BHAWÉ, N.; NEUBAUM, D. O.; HAYTON, J. *Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities.* **Strategic Entrepreneurship Journal**, v.2, p.117–131, 2008.
- ZAHRA, S. A.; GEDAJLOVIC, E.; NEUBAUM, D. O.; SHULMAN, J. M.A. *typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges.* **Journal of Business Venturing**, v.24, p.519–532, 2009.