



Administração Pública e Gestão Social

E-ISSN: 2175-5787

apgs@ufv.br

Universidade Federal de Viçosa

Brasil

Veiga Ávila, Lucas; Ferraz Barros, Izabel Cristina; Rejane da Rosa Gama Madruga, Lúcia;
Schuch Júnior, Vitor Francisco

Características das publicações sobre Empreendedorismo (Social) no Web of Science no
período 2002-2011

Administração Pública e Gestão Social, vol. 6, núm. 2, abril-junio, 2014, pp. 88-100

Universidade Federal de Viçosa

Viçosa, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=351556452002>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Características das publicações sobre Empreendedorismo (Social) no Web of Science no período 2002-2011

Characteristics of publications on Entrepreneurship (Social) in Web of Science for the period 2002-2011

Lucas Veiga Ávila¹; Izabel Cristina Ferraz Barros¹; Lúcia Rejane da Rosa Gama Madruga¹; Vitor Francisco Schuch Júnior¹

¹Universidade Federal de Santa Maria. Av. Roraima, 1000. Colégio Politécnico da UFSM Prédio 74C, Bloco E, Sala 4307, 97105900 - Santa Maria/RS - Brasil

Resumo: Este estudo tem como objetivo analisar as características das publicações sobre *social entrepreneurship* (*Empreendedorismo social*) and *entrepreneurship* (*empreendedorismo*) na base de dados *Web of Science*, no período de 2002 a 2011 e identificar quais tópicos relacionados a empreendedorismo e empreendedorismo social estão sendo estudados junto a setores e quais são mais relevantes (*hot topics*). O trabalho descritivo e quantitativo, de natureza *bibliométrica*, busca levantar as características da produção acadêmica. Como principais resultados das 1.167 publicações analisadas, constatou-se um crescimento constante anual sobre a produção científica ao longo da última década, em especial nas seguintes áreas temáticas: *Business economics* (*Economia Empresarial*), *Environmental sciences ecology* (*Ecologia Ciências Ambientais*), *Engineering* (*Engenharia*), *Education educational research* (*Pesquisa Educacional*), *Geography* (*Geografia*). Evidenciou-se como "*hot topics*" ou tópicos quentes as combinações do tópico *social entrepreneurship* (*Empreendedorismo social*) and *entrepreneurship* (*empreendedorismo*) com: *Entrepreneurship environmentalpartner* (*empreendedorismo sócio ambiental*), *social* (*social*), *inovação sustentável* (*sustainable innovation*), *environmental governance* (*governança ambiental*). Por fim, verifica-se que o empreendedorismo social contribui com grande avanço para área econômica e social, em especial para a gestão pública, com novos modelos de negócios e gestão.

Palavras-chave: Empreendedorismo Individual, Empreendedorismo Social, Bibliometria.

Abstract: This study aims to analyze the characteristics of the literature on social entrepreneurship (Social Entrepreneurship) and entrepreneurship (entrepreneurship) in the database Web of Science, for the period 2002-2011 and identify which topics related to entrepreneurship and social entrepreneurship are being studied along and the sectors which are most relevant (hot topics). The descriptive and quantitative nature of bibliometric searches to gather the characteristics of academic production. The main results of 1,167 papers analyzed, it was found a steady growth year on scientific production over the last decade, particularly in the following areas: Business economics (Business Economics), Environmental sciences ecology (Ecology Environmental Science), Engineering (engineering), Education educational research (Educational Research), Geography (Geography). Showed up as "hot topics" hot topics or combinations of topical social entrepreneurship (Social Entrepreneurship) and entrepreneurship (entrepreneurship) with: Entrepreneurship environmentalpartner (entrepreneurship social and environmental), social (social) sustainable innovation (sustainable innovation), environmental governance (environmental governance). Finally, it appears that social entrepreneurship contributes breakthrough for economic and social areas, especially for public management, with new business models and management.

Keywords: Individual Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Bibliometrics.

Texto completo em português: <http://www.apgs.ufv.br>
Full text in Portuguese: <http://www.apgs.ufv.br>

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, presencia-se um panorama de grandes mudanças políticas e sociais assim como o surgimento de uma nova ordem econômica mundial. A sociedade está diante de grandes desafios e exigências decorrentes da própria evolução do ser humano, especialmente em função da velocidade do desenvolvimento da tecnologia de informação, da ciência, do conhecimento e da velocidade na geração das inovações.

Com base nesta premissa percebe-se no empreendedorismo o pilar para o desenvolvimento socioeconômico de um país por meio da geração de empregos e renda para a população. São os empreendedores que eliminam barreiras comerciais e culturais, encurtam distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e emprego, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (DORNELAS, 2005).

Hisrich e Peters (2004) salienta que o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que aumento de produção e renda per capita, pois ele incorpora a

possibilidade de mudanças nas estruturas do negócio e da sociedade.

No campo social, emerge a figura do empreendedor social, que conjuga esforços no sentido de incorporar práticas de mercado com o desenvolvimento humano, propondo soluções para os problemas sociais por meio de ações como o combate à pobreza e a incorporação dos excluídos aos direitos básicos de cidadania, uma vez que assume a atitude de inconformismo e crítica diante das injustiças sociais existentes em sua região e no mundo (Melo Neto; Froes, 2002).

Parenson (2010) reforça que o empreendedorismo social se refere à atividade inovadora com um objetivo social, tanto no setor com fins lucrativos quanto no setor sem fins lucrativos, ou entre setores.

O termo empreendedorismo serve como norteador, pois ele está relacionado à outros níveis da ciência, em especial, o empreendedorismo social, que encontra-se em crescimento no contexto científico e empresarial. No entanto, torna-se necessário analisar as evidências apresentadas nos dois termos, pois o



empreendedorismo social é um tema que está em crescimento, tornando-se necessário analisar conjuntamente, para arguir melhores resultados e maiores evidências.

O tema desta pesquisa foi selecionado para o levantamento de informações bibliométrica, com propósito de realizar maior aprofundamento das características das publicações, dentre elas os temas com maiores destaque na última década, como os países e suas singularidades nas pesquisas, localização das agências de fomentos, instituições de ensino em destaque, pesquisadores com estudos avançados.

Com base no exposto, este estudo teve como objetivo analisar as características das publicações científicas com a finalidade apresentar evidências, levantando informações e características para obter conhecimento da produção científica referente o empreendedorismo e empreendedorismo social, na base de dados *web of Science* no período de 2002 a 2011. O presente estudo está organizado da seguinte maneira: inicialmente, está apresentada uma contextualização sobre o empreendedorismo e empreendedorismo social. Em seguida, demonstra-se o método; após apresenta-se a análise e discussão dos resultados e, por fim, as considerações finais.

EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O fenômeno do empreendedorismo é definido como uma área de negócios, que busca compreender de que maneira surgem as oportunidades para criar coisas novas tais como os produtos, os serviços, os mercados, os processos de produção; como são organizadas essas formas e as novas tecnologias e como são descobertas ou criadas por indivíduos que utilizam diversos meios para explorar e desenvolver algo novo e produzir grandes resultados (Baron; Shane, 2007).

Analisando o contexto histórico do empreendedorismo, Filion (1999) destaca que a forma empreendedora de pequenos negócios surgiu nos anos de 1920 e tornou-se o principal modo de empreender na década de 1970. Esse mesmo autor salienta que a partir dos anos 1980, esta temática expandiu-se em quase todos os domínios das ciências humanas e gerenciais, atraindo o interesse de especialistas de disciplinas distintas como a economia, a engenharia, as finanças, as ciências do comportamento, a gerência, o marketing entre outras.

Em sua Teoria do Desenvolvimento Econômico, Schumpeter (1985) relaciona os períodos de prosperidade às características do empreendedor que ao criar novos produtos, é imitado por empreendedores não inovadores que investem para produzir e criar os mesmos bens do empresário inovador, trazendo como consequência, uma onda de investimentos de capital que ativa a economia, gerando com isso o aumento no nível de emprego. Schumpeter (1985) afirma que produzir coisas novas ou as mesmas com métodos diferentes, significa combinar de maneira distinta esses materiais e forças, havendo com isso uma mudança e um possível crescimento.

Por sua vez, os autores Hisrich e Peters (2004) defendem que o empreendedorismo é um processo de criar algo diferente com valor; dedicando o tempo e os esforços necessários; assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as recompensas decorrentes na forma de satisfação e independência econômica e pessoal.

Com base nessas constatações, torna-se evidente a importância do empreendedorismo e a sua contribuição para o desenvolvimento de um país, o que é reforçado por Dolabela (2006) quando argumenta que o empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Ele acrescenta que, por intermédio da inovação, a economia torna-se mais dinâmica de modo que o empreendedorismo é a melhor arma contra o desemprego.

Bessant e Tidd (2009) enfatizam que a prática bem sucedida da inovação e do empreendedorismo exige a interação e a integração de três diferentes perspectivas: a pessoal, a social e a contextual. Eles definem a perspectiva pessoal como os atributos pessoais ou individuais que abarcam o estilo criativo e a habilidade de identificar, avaliar e desenvolver ideias e conceitos novos; os fatores sociais ou coletivos como aqueles que compreendem a contribuição de equipes, grupos e processos indispensáveis à transformação de ideias e conceitos em novos produtos, serviços ou negócios; e os fatores contextuais como aqueles que incorporam o ambiente e os recursos necessários para tornar viável a criação e o crescimento da inovação e do empreendedorismo.

O conceito de empreendedorismo individual está ancorado na capacidade de alguns indivíduos em criar seus próprios negócios, correndo todos os riscos inerentes ao processo de criação, capitalizando os resultados para si e aproveitando da melhor forma as oportunidades que se apresentam. Alguns fatores levam os empreendedores a criar seu próprio negócio e esse crescente interesse pela atividade empreendedora de acordo com Hisrich e Peters (2004) decorre dos seguintes elementos: (i) reconhecimento da importância do empreendedorismo para a geração de empregos e para a inovação; (ii) maior divulgação por parte da mídia; e (iii) crença de que as grandes estruturas organizacionais não oferecem condições para a realização do indivíduo.

Para Dolabela (2008) ser empreendedor não é somente acumular conhecimentos, mas possuir atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo, é voltar-se para atividades em que o risco e a capacidade de inovar, de ser perseverante e de conviver com a incerteza.

Nos últimos anos o conceito de empreendedorismo tem sido empregado no setor social, para o qual o objetivo não é mais o negócio das empresas, mas o negócio do social, que tem na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado a sua estratégia base (Melo Neto; Froes, 2002).

Essa nova versão do empreendedorismo surgiu em decorrência de falhas governamentais e filantrópicas e devido à ineficiência das

organizações sociais em solucionar os problemas sociais, o que determinou que os empreendedores sociais fossem necessários para desenvolver novos modelos organizacionais para um novo século (DEES, 2001).

Na concepção dos autores Barensen e Gardner (2004) os empreendedores sociais são indivíduos que se aproximam de um problema social com espírito empreendedor e visão de negócio. Para eles a grande diferença entre empreendedores convencionais e sociais reside no fato de que os primeiros criam negócios (empresas) e os empreendedores sociais criam mudanças.

O empreendedorismo social proporciona não só novas maneiras de abordar os problemas sociais persistentes, mas uma forma nova de pensar sobre eles, de modo que evoluiu a partir da necessidade de integrar a área econômica e a social em benefício do bem estar da sociedade e se possível, desenvolver ações empreendedoras na solução dos problemas sociais vigentes dando suporte cívico, político, ético moral e cultural (Melo Neto; Froes, 2002). Entre os desafios do empreendedorismo social Bessant e Tidd (2009) elencam alguns fatores que precisam ser gerenciados: busca de oportunidades; seleção estratégica; implementação; estratégia de inovação; organização inovadora e vínculos poderosos.

Outra contribuição relevante a esse tema se deve a Dees (2001), ao salientar que os empreendedores sociais são uma espécie do gênero de empreendedores que têm uma missão social e atuam como agentes de mudanças sem visar à riqueza pessoal. Essa missão social é central e explícita, e isto, afeta a forma como os empreendedores sociais detectam e avaliam as oportunidades. De acordo a associação Ashoka (2011), os empreendedores sociais são indivíduos com capacidade de criar soluções inovadoras almejadas pela sociedade para os mais prementes problemas sociais. Tem como características a ambição, a persistência, são capazes de abordar grandes questões sociais e tem capacidade de oferecer novas ideias para a mudança em larga escala (Ashoka, 2011). Nessa linha de pensamento, os autores Bessant e Tidd (2009, p.351), salientam que “empreendedores sociais percebem um problema social e utilizam os princípios empreendedores tradicionais para organizar, criar e administrar um empreendimento para realizar a mudança social”.

De acordo com Thompson (2002) os empreendedores sociais podem ser encontrados em três setores: (i) negócios com fins lucrativos que tenham algum compromisso em fazer o bem ajudando a sociedade e o meio ambiente com suas estratégias e doações financeiras; (ii) nas empresas sociais, criadas com um propósito na maior parte social, mas que ainda são empresas e (iii) no setor do voluntariado ou organizações não governamentais (ONGs).

É importante observar que a busca pela inovação é uma característica que acompanha o empreendedor seja qual for a vertente conceitual que está sendo seguida. Tanto os empreendedores individuais quanto os empreendedores sociais atuam na sociedade promovendo mudanças, desconstruindo e

reconstruindo os diversos espaços sociais onde atuam. Isto acontece quando um novo produto é lançado, quando um processo é redesenhado e também quando uma prática social ganha uma nova dimensão.

Na literatura, muitas são as discussões com o objetivo de obter uma melhor compreensão com relação às características presentes nos empreendedores de sucesso. David McClelland (1961) aborda o empreendedorismo a partir de perspectiva comportamental evidenciando as características psicológicas. Dentre estas características ele aponta a busca de oportunidades, a capacidade de correr riscos, a iniciativa, a persistência e a autoconfiança.

Galeano; Meurer e Previdelli (2005) salientam que dentre vários estudos sobre a temática, destacam-se vários autores como Cantillon, Jean Baptiste Say, Schumpeter, Kirzner e Casson. Estes autores salientam algumas correntes na literatura. Dentre elas destacam-se os economistas, que associam o empreendedor à inovação. Outra corrente relacionada com o fenômeno psicológico ou sociológico do empreendedor, que é sustentada por David McClelland e Collins Moore. Desde os anos de 1970 até meados dos anos 1980, os behavioristas dominaram a área do empreendedorismo, associando o empreendedor à criatividade (Galeano; Meurer e Previdelli, 2005). Ainda segundo estes autores, a questão central dos behavioristas consiste em saber “quem é o empreendedor; por que ele age?”. Por fim, a última corrente preocupa-se em analisar as características dos empreendedores e como eles são capazes de alcançar seus objetivos e visões. Visto, que na segunda metade dos anos 1980, vários pesquisadores propuseram uma outra questão central para pesquisa, “o que faz o empreendedor; como age o empreendedor?”. (Filion, 1999; Stevenson & Jarillo, 1990).

Dornelas (2005) relaciona algumas características dos empreendedores que ao se somarem às características sociológicas e ambientais permitem o nascimento de uma nova empresa, tais como: os empreendedores são visionários; sabem tomar decisões; são indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados; são otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e donos do próprio destino; ficam ricos; são bem relacionados; são organizados; são planejadores; possuem conhecimentos; assumem riscos calculados; e criam valor para a sociedade.

Algumas características empreendedoras são inatas, outras são desenvolvidas ao longo do tempo. Mintzberg (2000) destaca que dentre as diversas características atribuídas à personalidade do empreendedor está uma forte necessidade de controle, de independência e de realização, além de ressentimento em relação à autoridade e a tendência a aceitar riscos moderados. Para Dolabela (2008) ser empreendedor não é somente acumular conhecimentos, mas possuir atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo, é voltar-se para atividades em que o risco e

a capacidade de inovar, de ser perseverante e de conviver com a incerteza, são elementos indispensáveis.

Com base na crença de que o estudo da motivação contribui significativamente para o entendimento do empreendedor McClelland (1961) defende que as pessoas são motivadas por três necessidades: (i) necessidade de realização; (ii) necessidade de poder e (iii) necessidade de afiliação. Para McClelland (1972) uma sociedade com um nível elevado de realização, produzirá um número maior de empreendedores ativos que darão origem a um desenvolvimento econômico mais rápido.

Goss (2005) sugere uma base social para a geração e reprodução da conduta empreendedora envolvendo a intersubjetividade própria dessa atividade, decorrente da necessidade do indivíduo empreendedor estar com outras pessoas. Para ele, a “susceptibilidade mútua” torna os indivíduos interdependentes e não independentes, e isso proporciona a base para a ação coletiva (GOSS, 2005).

No contexto do empreendedorismo social Bessant e Tidd (2009) enfatizam que os empreendedores sociais centralizam seus esforços em uma direção diferente, porém, socialmente valiosa e mencionam e caracterizam os empreendedores sociais como: ambiciosos; motivados por uma missão; estratégicos; talentosos e voltados para resultados. Segundo eles, os empreendedores sociais são motivados pelo desejo de ver as coisas mudarem e produzirem retorno mensurável e a essência dos resultados é de “fazer do mundo um lugar melhor”.

MÉTODO

Tipo de estudo

O presente estudo foi desenvolvido a partir de uma pesquisa bibliométrica (Rostaing, 1997; Silva, 2004; Casa Nova & Almeida, 2007) de cunho quantitativo (MALHOTRA, 2006; HAIR, 2005), objetivando ampliar o conhecimento referente às publicações relacionadas ao empreendedorismo social (*social entrepreneurship*) e o empreendedorismo (*entrepreneurship*), na base de dados *Web of Science*, no período de 2002 a 2011. O estudo procurou identificar quais tópicos relacionados com a temática estão sendo estudados e quais são os temas mais relevantes (*hot topics*).

Além dos estudos apresentados que dão suporte para o estudo, cabe salientar que existem outros estudos na literatura que destacam-se na área da Administração. Cita-se o estudo de Moretti e Campanário (2009) que foi realizado uma classificação e análise estatística de obras citadas nas referências bibliográficas ou citações

utilizadas pelos autores, particularmente com o confronto destas informações com a Lei de Lotka (LL), que é um princípio que estuda sobre a produtividade dos autores de um determinado campo científico. Esta Lei da produtividade parte da premissa de que, proporcionalmente, poucos autores publicam mais (e são mais citados) do que muitos autores, que publicam menos. Esta distribuição é verificada em campos avançados da ciência. Moretti e Campanário *apud* Alvarado (2002) salienta que esta lei tem a seguinte definição: Para estabelecer a parte com que homens de diferentes qualidades contribuem ao progresso da ciência, Lotka (1926) estabeleceu os fundamentos da lei do quadrado inverso, afirmando que o número de autores que fazem n contribuições em um determinado campo científico é aproximadamente $1/n^2$ daqueles que fazem uma só contribuição. A proporção daqueles que fazem uma única contribuição é de mais ou menos 60%.

Definição da amostra

Os dados para realização desta pesquisa foram coletados por meio da base Web of Science do Institute for Scientific Information (ISI). Segundo Franceschet (2010) o ISI foi fundado por Eugene Garfield em 1960 e adquirida pela Thomson (hoje Thompson-Reuters) em 1992, e consiste em uma das maiores companhias do mundo da informação.

A Web of Science consiste em uma base multidisciplinar que indexa somente os periódicos mais citados em suas respectivas áreas. É também um índice de citações na web, onde além de identificar as citações recebidas, referências utilizadas e registros relacionados, pode-se analisar a produção científica com cálculo de índices bibliométricos e o percentual de autocitações, assim como a criação de rankings por inúmeros parâmetros. Possui atualmente mais de 11.000 periódicos indexados (Capes, 2011). As referências de todos os itens indexados são extraídas e a interface das referências citadas lista todas as citações de trabalhos às obras de um autor, independentemente dos itens citados serem indexados pela Web of Science ou não (Bar-Ilan, 2008). Para tanto, a partir do mecanismo de busca da Web of Science, utilizando como palavras-chaves, *social entrepreneurship* e *entrepreneurship* delimitando a busca para o período de 2002 a 2011 (10 anos) foram buscadas as publicações para análise.

Modelo conceitual

A análise bibliométrica do estudo buscou identificar as categorias de análise dispostas no Quadro 1.

Quadro 1

Modelo Conceitual para análise bibliométrica

Características gerais das publicações		Número de citações de cada publicação
Total de publicações	Instituições	Índice h-b
Áreas temáticas	Agências financiadoras	Índice m
Tipos de documentos	Países	
Ano das publicações	Idiomas	
Autores		
Título das fontes		

Fonte: Elaborado pelos autores (2013)

O h-index (índice-h) foi proposto por Hirsch (2005) em sua pesquisa denominada "An index to quantify an individual's scientific research output" como forma de caracterizar a produção científica de um pesquisador. Hirsch (2005) parte do princípio de que, a quantificação do impacto e a relevância da produção científica individual são muitas vezes necessárias para a avaliação de pesquisadores e comparação de propósitos. Posteriormente, Banks (2006) propôs o índice h-b uma extensão do h-index, que é obtido através do número de citações de um tópico ou combinação em

determinado período, listados em ordem decrescente de citações. O índice h-b é encontrado em publicações que tenham obtido um número de citações igual ou maior à sua posição no ranking. Banks (2006) também explica o cálculo do índice m, o qual é obtido através da divisão do índice h-b pelo período de anos que se deseja obter informações (n). Para a análise dos índices dos índices h-b e m, foram utilizadas as definições de Banks (2006) evidenciadas no Quadro 2.

Quadro 2

Definições para classificação de *hot topics*

Índice m	Tópico/combinação
$0 < m \leq 0,5$	✓ Pode ser de interesse para pesquisadores em um campo específico de pesquisa, o qual engloba uma comunidade pequena;
$0,5 < m \leq 2$	✓ Provavelmente pode se tornar um " <i>hot topic</i> " como área de pesquisa, no qual a comunidade é muito grande ou o tópico/combinação apresenta características muito interessantes;
$m \geq 2$	✓ É considerado um " <i>hot topic</i> ", tópico exclusivo com alcance não apenas na sua própria área de pesquisa e é provável que tenha efeitos de aplicação ou características únicas.

Fonte: Banks (2006)

A partir das definições de Banks (2006) neste estudo serão considerados *hot topics* as combinações com índice $m \geq 2$.

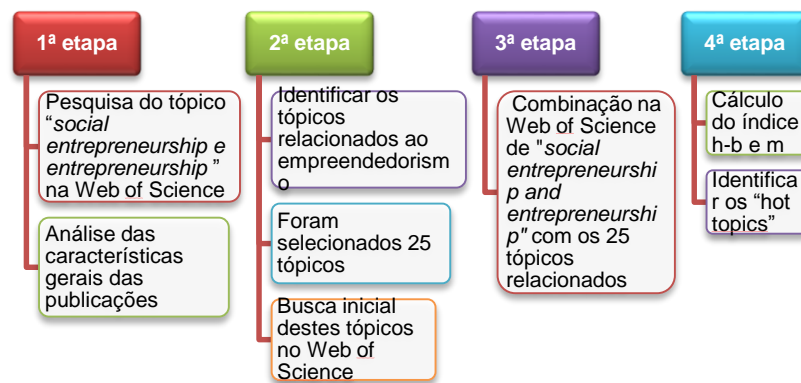
Etapas para a coleta dos dados

A realização da pesquisa dividiu-se em quatro etapas. Inicialmente digitou-se as palavras *social entrepreneurship* e *entrepreneurship* como tópico no campo de pesquisa da *Web of Science*, delimitando-se o período de 2002 a 2011 (10 anos). Dessa forma, foram levantadas as informações: número total de publicações, áreas temáticas, tipo de documentos, ano das publicações, autores, título das fontes, instituições, agências financiadoras, países e idiomas. Na segunda etapa foram

identificados os tópicos a serem combinados com os tópicos *social entrepreneurship* e *entrepreneurship*. A partir de uma breve análise das publicações encontradas na primeira etapa foram enumerados 25 tópicos a serem combinados com o termo *social entrepreneurship* e *entrepreneurship*. Na terceira etapa, ocorreu a segunda busca ao sistema, combinando cada um dos tópicos relacionados com o termo *social entrepreneurship* e *entrepreneurship* no período de dez anos (2002 a 2011). Em seguida, na quarta etapa, realizou-se a classificação das publicações e foram identificados os "*hot topics*" através do cálculo do índice *h-b* e *m*. A Figura 1 evidencia as etapas da pesquisa.

Figura 1

Etapas da pesquisa



De acordo com as etapas evidenciadas na Figura 1, foi realizada a análise bibliométrica do referido estudo, apresentada a seguir.

CARACTERÍSTICAS GERAIS DAS PUBLICAÇÕES SOBRE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO WEB OF SCIENCE

Na primeira fase da pesquisa realizada com os tópicos empreendedorismo e empreendedorismo social foram encontradas 1.167 publicações, realizando a busca por tópicos com os dois temas em separados na Web Of Science.

A seguir estão apresentadas as características gerais das publicações relacionadas ao tema de acordo com as seguintes categorias: áreas temáticas, tipo de documentos, ano das publicações, autores, título das fontes, instituições, agências financiadoras, países e idiomas, conforme exposto na Figura 1.

Áreas temáticas das publicações

A Tabela 1 apresenta às vinte e cinco principais áreas temáticas relacionadas ao tema de acordo com o número de publicações. As 25 áreas selecionadas, apresentam evidências do crescimento das áreas temáticas relacionadas sobre o tema.

Tabela 1
Áreas temáticas no estudo sobre empreendedorismo e empreendedorismo social

Área Temática	Nº publicações	Área Temática	Nº publicações
1º <i>Business economics</i> (Economia Empresarial)	1078	14º <i>Forestry</i> (Silvicultura)	09
2º <i>Environmental sciences ecology</i> (Ciências Ambientais e Ecologia)	83	15º <i>Health care sciences services</i> (Saúde Ciências e Serviços)	07
3º <i>Engineering</i> (Engenharia)	81	16º <i>Communication</i> (Comunicação)	06
4º <i>Education educational research</i> (Pesquisa Educacional)	61	17º <i>Asian studies</i> (Estudos Asiáticos)	04
5º <i>Geography</i> (Geografia)	54	18º <i>Biomedical social sciences</i> (Biomédica Ciências Sociais)	04
6º <i>Computer science</i> (Ciências da Computação)	52	19º <i>Automation control systems</i> (Sistemas de Controle de Automação)	03
7º <i>Government Law</i> (Lei do Governo)	37	20º <i>Cultural studies</i> (Estudos Culturais)	03
8º <i>History</i> (História)	29	21º <i>Food science technology</i> (Tecnologia e Ciência dos Alimentos)	03
9º <i>Agriculture</i> (Agricultura)	22	22º <i>Chemistry</i> (Química)	02
10º <i>Area studies</i> (Estudos da Área)	21	23º <i>Construction building</i> (Construção Civil)	02
11º <i>Ethnic studies</i> (Estudos Étnicos)	19	24º <i>Technology</i> (Tecnologia)	02
12º <i>Anthropology</i> (Antropologia)	14	25º <i>Energy fuels</i> (Combustíveis Energéticos)	02
13º <i>Demography</i> (Demografia)	12		

Fonte: Web Of Science

A principal área temática relativa às publicações sobre a temática do empreendedorismo social (*Social Entrepreneurship*) e do empreendedorismo (*Entrepreneurship*) foi a Economia Empresarial (*Business Economics*). Com menor expressão destacam-se os temas Ciências Ambientais e Ecologia (*Environmental sciences*

ecology), Engenharia (*Engineering*) e Pesquisa Educacional (*Education educational research*). As áreas destacadas na Figura 01 possuem relações com as teorias abordadas, em especial às áreas empresariais. Um ponto a destacar, é que área social ainda é tratada de forma emergente e não está presente na pesquisa. Outrossim,

cabe destacar que à área econômica foi essencial para o crescimento do tema, conforme exposto pelos autores Galeano; Meurer e Previdelli (2005) está presente como à área com maior número de publicações.

Tipos de documentos

A Tabela 2 apresenta os tipos de documentos referentes às publicações encontradas.

Tabela 2
Classificação das publicações quanto ao tipo

Tipos de publicação	Frequência	Percentual
<i>Article</i>	1191	72%
<i>Proceedings paper</i>	348	21%
<i>Review</i>	117	7.0%
<i>Book review</i>	51	3.0%
<i>Editorial material</i>	24	1.5%
<i>Book chapter</i>	5	0.3%
<i>Meeting abstract</i>	2	0.1%

* As publicações foram classificadas em mais de um tipo, desse modo o total é superior ao número total de publicações

Fonte: Web Of Science

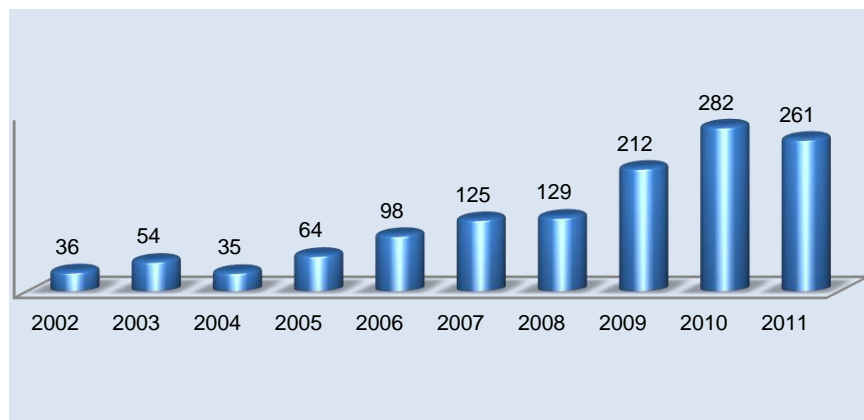
A maioria das publicações encontradas são artigos, *paper*, revisão, evidenciando o caráter científico das mesmas. Um dos pontos a destacar, é o crescimento dos *jornal's* internacionais, em que suas diretrizes possuem recomendações para publicações de artigos. Cabe destacar que as exigências a busca pelo aumento da produção científica, tem estimulado as publicações de artigos em periódicos internacionais.

Publicações por ano

No período compreendido entre 2002 e 2011, constatou-se que o número de publicações aumentou gradativamente ao longo dos dez anos analisados.

A Figura 2 apresenta a quantidade de artigos publicados por ano relacionado ao tema.

Figura 2
Publicações por ano



Fonte: Web Of Science

Comparando o número de publicações do ano 2002 com 2011, evidencia-se que os estudos envolvendo empreendedorismo e empreendedorismo social, estão crescendo a cada ano.

Principais autores

A Tabela 3 apresenta os 25 autores que mais publicaram no período analisado.

Tabela 03
Quantidade de artigos publicados por autor

Autores	Artigos publicados	Autores	Artigos publicados
1° Anderson ar	10	14° Mair j	05
2° Ireland rd	09	15° Nicholls a	05
3° De clerq d	08	16° Obschonka m	05
4° Honig b	08	17° Ratten v	05
5° Nijkamp p	07	18° Sorenson o	05
6° Webb jw	07	19° Voronov m	05
7° Fuller t	06	20° Wright m	05
8° Shepherd da	06	21° Zahra as	05
9° Tracey p	06	22° Acs zj	04
10° Welter f	06	23° Baron ra	04
11° Antoncic b	05	24° Dodd sd	04
12° Goss d	05	25° Gartner wb	04
13° Lerner m	05		

Fonte: Web Of Science

Os principais autores são de inúmeras instituições de ensino e destacam-se nas diversas áreas de gestão, com transversalidade em áreas de economia, desenvolvimento regional, planejamento, capital social etc. Alan Ross Anderson (1925 - 1973) foi professor de filosofia da Universidade de Yale, da Universidade de Pittsburgh e Presidente da *Elect, Academy of Management*. Dr. Dirk De Clercq, atualmente é professor de Gestão e chanceler da Universidade de Brock para excelência em pesquisa *Goodman School of Business, Brock University, St. Catharines*, Ont. Benson Honig, atualmente é

professor da Universidade de Honig, especializada em empreendedorismo. Professor Dr. Peter Nijkamp atualmente é o professor de Economia Regional e Geografia Econômica da *Vrije Universiteit*, Amsterdã, na Holanda.

Títulos das fontes

A Tabela 4 apresenta as principais fontes de publicações relacionadas ao tema.

Tabela 04
Principais fontes

Título da fonte	Nº Artigos	Título da fonte	Nº Artigos
<i>Academy of management journal</i>	10	<i>Administration society</i>	03
<i>Academy of management review</i>	09	<i>Advances in strategic management a research annual</i>	03
<i>African journal of business management</i>	09	<i>International conference on information and communication technologies and development</i>	02
<i>Administrative science quarterly</i>	07	<i>2008 4th international conference on wireless communications networking and mobile computing vols 1 31</i>	02
<i>Academy of management perspectives</i>	05	<i>2008 portland international conference on management of engineering technology vols 1 5</i>	02
<i>Advances in the study of entrepreneurship innovation and economic growth</i>	05	<i>2011 proceedings of picmet 11 technology management in the energy smart world picmet</i>	02
<i>3rd european conference on entrepreneurship and innovation</i>	04	<i>3rd world conference on educational sciences 2011</i>	02
<i>Academy of management annals</i>	04	<i>4th and 5th uk social networks conferences</i>	02
<i>Accounting organizations and society</i>	04	<i>Academy of management executive</i>	02
<i>4th annual euromed conference of the euromed academy of business business research challenges in a turbulent era</i>	03	<i>Acta horticulturae</i>	02
<i>Academia revista latino americana de administracion</i>	03	<i>Administration in social work</i>	02
<i>Academy of management learning education</i>	03	<i>Advances in consumer research</i>	02
<i>Actual problems of economics</i>	03		

Fonte: Web Of Science

A maioria das publicações referente ao tema foi publicada nos periódicos *Academy of management journal*, *Academy of management review*, *African journal of business management*, *Administrative science quarterly*, *Academy of management perspectives*, *Advances in the study of entrepreneurship innovation and economic growth*.

Principais Instituições

A Tabela 5 apresenta as instituições que mais publicaram trabalhos relacionados ao tema.

Tabela 05
Principais instituições

Instituição	Nº Artigos	Instituição	Nº Artigos
<i>Indiana University</i>	23	<i>University of California, Los Angeles</i>	12
<i>Harvard University</i>	19	<i>University of Minnesota</i>	12
<i>University of Cambridge</i>	18	<i>Brock University</i>	11
<i>Texas A&M University</i>	16	<i>Erasmus University</i>	11
<i>University of Wisconsin</i>	16	<i>National University of Singapore</i>	11
<i>University of California, Berkeley</i>	15	<i>New York University</i>	11
<i>University Lancaster</i>	14	<i>Robert Gordon University</i>	11
<i>Cornell University</i>	13	<i>University of Warwick</i>	11
<i>Northwestern University</i>	13	<i>Manchester Metropolitan University</i>	10
<i>University of Alberta</i>	13	<i>University of Leeds</i>	10
<i>University of North Carolina</i>	13	<i>University of Queensland</i>	10
<i>Stanford University</i>	12	<i>University of Sheffield</i>	10
<i>University of Amsterdam</i>	12		

Fonte: Web Of Science

As instituições que mais se destacam-se nas publicações relacionadas à social *entrepreneurship and entrepreneurship* foram: *Indiana University, Harvard University, University of Cambridge, Texas A&M University, University of Wisconsin, University of California, Berkeley, University Lancaster, Cornell University*. Diante do exposto, pode-se observar que as instituições de ensino que possuem maior produção científica estão localizadas nos Estados Unidos da América. Porém, cabe destacar que a Instituição com

maior produção está localizada na Índia. No entanto, salienta-se que os temas estão sendo trabalhados de forma global e diferentes níveis de instituições. Um ponto a destacar, é que na América Latina nenhuma instituição está entre as 25 selecionadas.

Principais agências financiadoras, países e idiomas

As instituições e agências de financiamento mais destacadas estão evidenciadas na Tabela 6.

Tabela 06
Principais agências de financiamento

Agências de financiamento	Registros	Agências de financiamento	Registros
<i>European commission</i>	03	<i>Eea financial mechanism</i>	01
<i>J w mcconnell family foundation</i>	02	<i>Emory university center for global safe water and the united states agency for international development</i>	01
<i>National science foundation</i>	02	<i>Faculty of arts and social sciences at the university of Sydney</i>	01
<i>Robert wood johnson foundation</i>	02	<i>Food and agriculture organization of the united nations</i>	01
<i>Associated purchasing services staffing program</i>	01	<i>Ford foundation</i>	01
<i>Australian research council arc in the anangu pitjantjatjara yankunytjatjara lands of south Australia</i>	01	<i>German research foundation dfg</i>	01
<i>Bachelor of health sciences</i>	01	<i>Gottfried wilhelm leibniz community Germany</i>	01
<i>Center for nonprofit and public leadership at the haas school of business university of california Berkeley</i>	01	<i>Government of iceland</i>	01
<i>Children s mercy hospitals and clinics</i>	01	<i>Government of liechtenstein</i>	01
<i>Cncsis uefiscsu</i>	01	<i>Government of norway</i>	01
<i>Department for international development uk</i>	01	<i>Harvard business school s social enterprise initiative and the school s division of research</i>	01
<i>Dr chris harrison of carbon connections</i>	01	<i>Health care foundation of greater kansas city</i>	01
<i>E government integration and systems evaluation</i>	01		

Fonte: Web Of Science

As agências de financiamento que mais apoiaram as pesquisas foram: *European commission, J w mcconnell family foundation, National science foundation, Robert wood johnson foundation, Associated purchasing services staffing program, Australian research council arc in the anangu pitjantjatjara yankunytjatjara lands of south*

Australia, Bachelor of health sciences, Center for nonprofit and public leadership at the haas school of business university of california Berkeley. É importante destacar que as principais agências estão localizadas no continente Europeu, não possuindo nenhuma representação da América Latina.

Tabela 07
Principais países

Países	Nº Artigos	Países	Nº Artigos
1º Estados Unidos da América	596	14º Romênia	28
2º Inglaterra	246	15º Israel	26
3º Canadá	114	16º Dinamarca	22
4º China	94	17º Índia	20
5º Alemanha	73	18º Turquia	20
6º Holanda	73	19º Suíça	19
7º Espanha	63	20º Bélgica	18
8º Austrália	59	21º Singapura	18
9º Escócia	43	22º Nova Zelândia	16
10º Suécia	42	23º Taiwan	16
11º Finlândia	31	24º Polônia	15
12º França	31	25º Rússia	12
13º Itália	31		

Fonte: Web Of Science

Quanto ao número de publicações por países, os Estados Unidos lidera o *ranking* de publicações, seguidos pela Inglaterra, Canadá, China e Alemanha. Dessa forma, pode-se inferir que nesses países se encontram a maior parte das instituições que possuem

pesquisas relacionadas à temática. Destaca-se que nesse quadro a diversidade de países e suas localizações. A Tabela 8 evidencia os principais idiomas em que os trabalhos são publicados.

Tabela 08
Principais idiomas

Idioma	Nº Publicações	Idioma	Nº Publicações
1º English	1589	8º Czech	03
2º German	12	9º Dutch	03
3º Spanish	12	10º Italian	03
4º Portuguese	08	11º Russian	03
5º Croatian	06	12º Slovak	03
6º Chinese	05	13º Lithuanian	02
7º French	04	14º Swedish	02

Fonte: Web Of Science

O principal idioma de destaque é a língua Inglesa, que possui maior representatividade. Outras línguas que aparecem com menor representatividade são o alemão (*german*), o espanhol (*spanish*) e o português (*portuguese*).

Os “Hot Topics” relacionados com empreendedorismo e empreendedorismo social

Com base em uma análise prévia das publicações encontradas na *Web of Science*, foram selecionados 20 tópicos relacionados à temática.

Os tópicos selecionados foram: Empreendedorismo Socioambiental (*Entrepreneurship Environmentalpartner*), Social

(*Social*), Inovação Sustentável (*Sustainable Innovation*), Governança Ambiental (*Environmental Governance*), Pesquisa Social (*Social Research*), Inovação (*Innovation*), Ecoeficiência (*Ecoeficience*), Estratégia (*Strategy*), Responsabilidade Socioambiental (*Social And Environmental Responsibility*), Gestão (*Management*), Empreendedores Sociais (*Social Entrepreneurs*), Economia (*Economy*), Empreendedores Individuais (*Individual Entrepreneurs*), Trabalho Social (*Social Work*), Sistemas Integrados de Gestão (*Integrated Management Systems*), Aprendizagem Social (*Social Learning*), Administração de Empresas (*Business Management*), Comportamento Empreendedor (*Entrepreneurial Behavior*) e Sociologia (*Sociology*).

Tabela 09
Tópicos relacionados a empreendedorismo e empreendedorismo social

Área temática	Nº de publicações	Área temática	Nº de publicações
---------------	-------------------	---------------	-------------------

1° <i>Entrepreneurship environmental partner</i> (Empreendedorismo socioambiental)	456	11° <i>Management</i> (Gestão)	279
2° <i>Social</i> (Social)	1298	12° <i>social entrepreneurs</i> (empreendedores socais)	109
3° <i>Inovação sustentável</i> (sustainable innovation)	912	13° <i>Economy</i> (Economia)	232
4° <i>environmental Governance</i> (Governança ambiental)	185	14° <i>individual entrepreneurs</i> (empreendedores individuais)	109
5° <i>environmental Governance</i> (Governança ambiental)	408	15° <i>social work</i> (trabalho social)	226
6° <i>social research</i> (pesquisa social)	501	16° <i>Integrated management systems</i> (Sistemas integrados de gestão)	512
7° <i>innovation</i> (inovação)	313	17° <i>social learning</i> (Aprendizagem social)	120
8° <i>Ecoeficiencia</i> (Ecoeficiencia)	105	18° <i>business management</i> (Administração de empresas)	139
9° <i>strategy</i> (Estratégia)	226	19° <i>entrepreneurial behavior</i> (comportamento empreendedor)	84
10° <i>Social and environmental responsibility</i> (Responsabilidade sócio ambiental)	397	20° <i>Sociology</i> (Sociologia)	42

Fonte: Web Of Science

Posteriormente, foi realizada a combinação de cada tópico listado na Tabela 10 com o termo *social entrepreneurship and entrepreneurship*, sendo calculado o total de publicações para cada

combinação (tópico relacionado x *social entrepreneurship and entrepreneurship*), o *h-index* e o coeficiente *m* (Tabela 11).

Tabela 11
Hot topics no estudo sobre empreendedorismo e empreendedorismo social

Tópicos	Total de publicações	Índice h-b	Índice m
1° <i>Entrepreneurship environmentalpartner</i> (Empreendedorismo socioambiental)	456	68	6.8
2° <i>Social</i> (Social)	1298	49	4.9
3° <i>Inovação sustentável</i> (sustainable innovation)	912	45	4.5
4° <i>environmental Governance</i> (Governança ambiental)	185	45	4.5
5° <i>Supply chain sustentável</i> (Cadeia de suprimento sustentável)	408	37	3.7
6° <i>social research</i> (pesquisa social)	501	32	3.2
7° <i>innovation</i> (inovação)	313	28	2.8
8° <i>Ecoeficiencia</i> (Ecoeficiencia)	105	28	2.8
9° <i>strategy</i> (Estratégia)	226	26	2.6
10° <i>Social and environmental responsibility</i> (Responsabilidade socioambiental)	397	24	2.4
11° <i>Management</i> (Gestão)	279	24	2.4
12° <i>social entrepreneurs</i> (empreendedores socais)	109	22	2.2
13° <i>Economy</i> (Economia)	232	21	2.1
14° <i>individual entrepreneurs</i> (empreendedores individuais)	109	21	2.1
15° <i>social work</i> (trabalho social)	226	19	1.9
16° <i>Integrated management systems</i> (Sistemas integrados de gestão)	512	18	1.8
17° <i>social learning</i> (Aprendizagem social)	120	16	1.6
18° <i>business management</i> (Administração de empresas)	139	15	1.5
19° <i>entrepreneurial behavior</i> (comportamento empreendedor)	84	14	1.4
20° <i>Sociology</i> (Sociologia)	42	11	1.1

Fonte: Web Of Science

A partir do cálculo dos índices *h* e *m* é possível mensurar o desempenho dos tópicos/combinações pesquisados tendo por base o número de citações que estas tiveram (KELLY e JENNIONS, 2006). Orientando-se pelas considerações de Banks (2006) pode-se classificar como “*hot topics*” ou tópicos quentes as combinações: Empreendedorismo socioambiental (*Entrepreneurship environmentalpartner*), social (*social*), inovação sustentável (*sustainable innovation*), governança ambiental (*environmental*

governance), cadeia de suprimento sustentável (*supply chain sustentável*), pesquisa social (*social research*), inovação (*innovation*), ecoeficiência (*ecoeficiencia*), estratégia (*strategy*), responsabilidade socioambiental (*social and environmental responsibility*), gestão (*management*), empreendedores sociais (*social entrepreneurs*), economia (*economy*) e empreendedores individuais (*individual entrepreneurs*) (*empreendedores individuais*). Percebe-se que grande parte dos tópicos relacionados ao empreendedorismo é um

tópico quente (70% atingiram o status) com alcance não apenas na sua própria área de pesquisa mas em outras áreas. Em termos práticos, verifica-se que às áreas de empreendedorismo estão em crescimento e possuem reflexos em várias áreas do conhecimento, conforme apresentado nos hot topics.

Com base nos resultados apresentados, pode-se verificar que os temas voltados para área de desenvolvimento sustentável, inovação, governança ambiental estão com maior crescimento, e possuem grande destaque em outros temas transversais. Além destas evidências, observa-se que o empreendedorismo está sendo discutido e alvo de pesquisas em todo contexto. Universidades Chinesas e Americanas lideram o *ranking*, mas países como Austrália e Canada bem como os do continente Europeu são os que dominam as publicações, agências de fomento e principais *journal's*.

Considerações finais

O empreendedorismo é considerado um dos responsáveis pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Já o empreendedor é conhecido pelo fato de conjugar esforços no sentido de incorporar práticas de mercado com o desenvolvimento humano, propondo soluções para os problemas sociais como o combate à pobreza e a incorporação dos excluídos aos direitos básicos de cidadania, uma vez que assume a atitude de inconformismo e crítica diante das injustiças sociais existentes em sua região e no mundo. No entanto, após os resultados da pesquisa, percebe-se que os empreendedores estão atrelados ao conceito da sustentabilidade, pois seguindo as temáticas apresentadas, surge a inovação sustentável, governança, trabalho social, eficiência como trabalhos de impacto nos *hot topics*.

A análise das publicações sobre *social entrepreneurship* (*Empreendedorismo social*) and *entrepreneurship* (*empreendedorismo*) na base de dados *Web of Science*, evidenciou 1.167 publicações relacionadas ao tema, estando relacionadas principalmente às áreas temáticas: *entrepreneurship* (*Empreendedorismo social*) and *entrepreneurship* (*empreendedorismo*), *Business economics* (*Economia Empresarial*), *Environmental sciences ecology* (*Ecologia Ciências Ambientais*), *Engineering* (*Engenharia*), *Education educational research* (*Pesquisa Educacional*), *Geography* (*Geografia*), *Computer science* (*Ciências da Computação*), *Government Law* (*Lei do Governo*), *History* (*História*), *Agriculture* (*Agricultura*). Contatou-se que a maioria das publicações encontradas são artigos, sendo que no período compreendido entre 2002 e 2011, a produção científica relacionada ao tema aumentou gradativamente ao longo dos dez anos analisados. A maioria das publicações referente ao tema foi publicada nos periódicos: *Academy of management journal*, *Academy of management review*, *African journal of business management*, *Administrative science quarterly*, *Academy of management perspectives*, *Advances in the study of entrepreneurship innovation and economic growth*. Também constatou-se que os Estados Unidos lidera o *ranking* de publicações,

seguidos pela os Estados Unidos lidera o *ranking* de publicações, seguidos pela Inglaterra, Canadá, China e Alemanha e o idioma inglês, é o predominante nas publicações. Evidenciou-se como “*hot topics*” ou tópicos quentes as combinações do tópico *Entrepreneurship environmentalpartner* (*empreendedorismo sócio ambiental*), *social* (*social*), *inovação sustentável* (*sustainable innovation*), *environmental governance* (*governança ambiental*), *supply chain sustentável* (*cadeia de suprimento sustentável*), *social research* (*pesquisa social*), *innovation* (*inovação*), *ecoeficiencia* (*ecoeficiencia*), *strategy* (*estratégia*), *social and environmental responsibility* (*responsabilidade sócio ambiental*), *management* (*gestão*), *social entrepreneurs* (*empreendedores socais*), *economy* (*economia*), *individual entrepreneurs* (*empreendedores individuais*).

No decorrer do trabalho, foi possível verificar a utilidade de mecanismos de busca como o *web of Science* para a realização de pesquisas acadêmicas, que servem de ferramenta para que a comunidade acadêmica tenha acesso às publicações bem como busque informações a respeito da evolução de seus temas de interesse. Os resultados desta pesquisa evidenciam que empreendedorismo representa uma temática que está em grande crescimento, tendo em vista que foram identificados 70% dos temas em *hot topics* no estudo. Como limitação do estudo, destaca-se a sua realização utilizando apenas uma base de dados específica. Por esta razão, sugere-se que estudos futuros desta natureza, possuam uma amplitude maior, abrangendo, por exemplo, outros eventos acadêmicos nacionais e internacionais e também demais periódicos científicos.

Referências Bibliográficas

- Alvarado, U. R. (2002). A lei de Lotka na bibliometria brasileira. [Versão eletrônica] *Revista Ciência da Informação*, 31(2), pp. 14-20.
- Ashoka. (2011). *What is a social entrepreneur?* Recuperado de: <http://www.ashoka.org/fellows/social_entrepreneur.cfm> acesso em: 18 jan.
- Banks, m. G. (2010). *An extension of the hirsch index: indexing scientific topics and compounds*. Recuperado de: <http://www.arxiv.org/abs/physics/0604216> acesso em: 20 dez.
- Barendsen, I.; gardner, h. (2004). Is the social entrepreneur a new type of leader? *Leader to leader*. N. 34, p. 43-50. New york: fall.z'
- Bar-ilan j. (2008). Which h-index? A comparison of wos, scopus and google scholar. *Scientometrics*, v. 74, n. 2, pp. 257-271.
- Baron, r. A.; shane, s. A. (2007). *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São paulo: thomson learning.
- Bessant, j.; tidd, j. (2009). *Inovação e empreendedorismo*. Porto alegre: bookman.
- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. (2011) *Sobre Web of Science*. Recuperado de: <<http://buscador.periodicos.capes.gov.br.ez47.periodicos>> <http://www.fuqua.duke.edu/ceneters/case/documents/dees_se.pdf>. Acesso em: 15 abril.
- Dolabela, f. (2006). *O segredo de luísa*. 30. Ed. São paulo: cultura.
- Dornelas, j. C. A. (2005). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de janeiro: elsevier.
- Dornelas, j. C. A. *Oficina do empreendedor: a metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. Rio de janeiro: sextante, 2008.
- Filion, I. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. [versão eletrônica]. *Revista de administração*, são paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr/jun.

- Franceschet, m. (2010). A comparison of bibliometric indicators for computer science scholars and journals on web of science and google scholar. *Scientometrics*, v. 83, n. 1, pp 243–258.
- Galeano, r.; meurer, v. & prevideili j. De j. (2005). Empreendendo com saúde: estudo exploratório do perfil do empresário da área da saúde. [versão eletrônica]. *Revista de administração da unimep – rau*. Recuperado de <http://www.regen.com.br/ojs/index.php/regen/login?source=%2fojs%2findex.php%2fregen%2feditor%2fsubmissionediting>. V 3, n.1, pp. 50-65, jan/abril.
- Goss, d. (2005). Entrepreneurship and 'the social': towards a deference-emotion theory. [eletronic version]. *Human relations*, v. 58, n. 5, pp. 617–636.
- Global water partnership. (2000). *Integrated water resources management*. Recuperado de: <http://www.eucc-d.de/infos/unep_globalwaterpartner4.pdf>. Acesso em: 20 jun.
- Hirsch, j. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. [eletronic version]. *Proceedings of the national academy of sciences of the united states of america*, v. 102, n. 46, pp. 16569-16572.
- Hisrich, r. D.; peters, m. P. (2004). *Empreendedorismo*. 5. Ed. Porto alegre: bookman.
- Macedo, m. A. S.; casa nova, s. P.; almeida, k. (1999). Mapeamento e análise bibliométrica da utilização da análise envoltória de dados (dea) em estudos das áreas de contabilidade e administração. *Anais in: enanpad*, 23, 1999, foz do iguaçu. Foz do iguaçu.
- Mcclelland, d. C. (1961). *The achievement society*. Princeton: d. Van nostrand co.
- Mcclelland, d. C. *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de janeiro: expressão e cultura, 1972.
- Melo neto, f. P; froes, c. (2002). *Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de janeiro: qualitymark.
- Mintzberg, h.; ahlstrand, b.; lampel, j. (2000). *Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico*. Porto alegre: bookman.
- Moretti, s. L. A.; campanário, m. A. (2009). A produção intelectual brasileira em responsabilidade social empresarial – rse sob a ótica da bibliometria. *Revista de administração contemporânea*, v. 13, n. N.8, pp. 68-86.
- Pärenson, t. (2010). *The criteria for a solid impact evaluation in social entrepreneurship*. University of tartu, faculty of economics and business administration, ma. Estonia.
- Rostaing, h. (1997). *La bibliométrie et ses techniques*. Toulouse: sciences de la société; marseille: centre de recherche rétrospective de marseille.
- Schumpeter, j. A. A. (1985). *Teoria do desenvolvimento econômico*. Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. 2 ed. São paulo: nova cultural.
- Silva, m. R. (2004). *Análise bibliométrica da produção científica docente do programa de pós-graduação em educação especial/ufscar*. (dissertação de mestrado em educação especial) - universidade federal de são carlos (ufscar), são carlos.
- Stevenson, h. H.; jarillo, j. C.a (1990). Paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. [eletronic version]. *Strategic management journal*, estados unidos da américa, v.11, pp.17-27.
- Thompson, j. L. (2002). The world of the social entrepreneur. [eletronic version]. *the international journal of public sector management*, vol. 15, n. 5, pp. 412-431.
- ¹O presente estudo também está publicado nos Anais do Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente - Gestão Empresarial Sustentável – **XIV ENGEMA – 2012**.
- AVILA, L. V. ; BARROS, I. C. F.; SCHUCH Jr.; GUEDES, E. P.. (2012). Bibliometria: um levantamento da produção científica de empreendedorismo e empreendedorismo social publicados na última década. In: XIV ENGEMA - Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente - Gestão Empresarial Sustentável: Uma análise da Perspectiva Internacional Pós - Rio + 21, 2012, São Paulo. Anais do XIV ENGEMA. São Paulo: ANAIS XIV ENGEMA.