



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E
CONTABILIDADE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO



EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OS ELEMENTOS DE
MENSURAÇÃO EM NÍVEL INDIVIDUAL:
explorando relações teóricas e empíricas

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

TÁRCILA BEZERRA VASCONCELOS

CAMPINA GRANDE – PB, 2022



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

TÁRCILA BEZERRA VASCONCELOS

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OS ELEMENTOS DE
MENSURAÇÃO EM NÍVEL INDIVIDUAL:
explorando relações teóricas e empíricas**

Orientador: Prof. Dr. Verônica Macário de Oliveira

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande (PPGA-UFCG) como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Administração.

CAMPINA GRANDE – PB, 2022

V331e Vasconcelos, Tércila Bezerra.
Empreendedorismo social e os elementos de mensuração em nível individual: explorando relações teóricas e empíricas / Tércila Bezerra Vasconcelos. – Campina Grande, 2022.
92 f. : il. color.

Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades, 2022.

“Orientação: Profa. Dra. Verônica Macário de Oliveira”.

Referências.

1. Empreendedorismo Social. 2. Framework. 3. Elementos de Mensuração. 4. Nível Individual. 5. Empreendedor Social. I. Oliveira, Verônica Macário de. II. Título.

CDU 005.35(043)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
POS-GRADUACAO EM ADMINISTRACAO
Rua Aprigio Veloso, 882, - Bairro Universitario, Campina Grande/PB, CEP 58429-900

FOLHA DE ASSINATURA PARA TESES E DISSERTAÇÕES

TÁRCILA BEZERRA VASCONCELOS

"EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OS ELEMENTOS DE MENSURAÇÃO EM NÍVEL INDIVIDUAL: EXPLORANDO RELAÇÕES TEÓRICAS E EMPÍRICAS"

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA-UFCG) como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovado em: 09/03/2022

Profa. Dra. Verônica Macário de Oliveira - PPGA/UFCG
Orientadora

Profa. Dra. Suzanne Érica Nóbrega Correia - PPGA/UFCG
Examinadora Interna

Profa. Dra. Maria Angeluze Soares Perônico Barbotin - CCAE/UFPB
Examinadora Externa

Campina-Grande-PB, 2022



Documento assinado eletronicamente por **VERONICA MACARIO DE OLIVEIRA MOTTA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 15/03/2022, às 16:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **SUZANNE ERICA NOBREGA CORREIA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 21/03/2022, às 10:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **MARIA ANGELUCE SOARES PERÔNICO BARBORIN, Usuário Externo**, em 22/03/2022, às 08:53, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.ufcg.edu.br/autenticidade>, informando o código verificador **2162072** e o código CRC **E5EC714F**.

TÁRCILA BEZERRA VASCONCELOS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande como pré-requisito para a obtenção do Título de Mestre em Administração. Área de Concentração em Gestão Social e Ambiental, e aprovada em 09 de março de 2022.

Banca examinadora:

Presidente: Prof (a) Dr. Verônica Macário de Oliveira (UFCG/PPGA)

Orientadora

1ª Examinador: Prof (a) Dr. Suzanne Érica Nóbrega Correia (UFCG/PPGA)

Examinador interno

2ª Examinador: Prof (a).: Maria Angeluce Soares Perônico Barbotin (UFPB)

Examinador externo

Campina Grande, 09 de março de 2022.

Dedicatória
Dedico esse trabalho primeiramente a Deus por me orientar e renovar as minhas forças todos os dias, aos meus avós que são um exemplo de humildade, aos meus pais que são uma inspiração de fé e perseverança, e aos empreendedores sociais que se preocupam em fazer do mundo um lugar melhor!

AGRADECIMENTOS

Gratidão é uma dádiva de Deus por reconhecer que não somos atores singulares. Exclusivamente tudo o que fazemos tem a colaboração de várias pessoas. Em primeiro lugar, durante todo o processo Deus me auxiliou e me direcionou. Como está escrito em sua palavra *“Até agora vocês não pediram nada em meu nome. Peçam e receberão, para que a alegria de vocês seja completa”* (João 16:24). Muitos veem Deus como aquele que só olha para os homens se for para castigar e outros acham que Ele está muito distante. Dou graças a Deus por ser instruída no Ministério Verbo da Vida desde pequena e ter conhecido Deus como Ele realmente é, um bom pai. E foi exatamente isso que eu fiz, orei e pedi ao Senhor para me orientar em cada decisão. E, eu vi o cuidado do seu amor em cada detalhe da minha vida. Sou grata a Ele!

Sou grata também pelos meus avós e meus pais. Deus me cercou de pessoas íntegras para me ensinar a viver em um mundo tão corrompido de valores. Meus avós me ensinaram o poder da humildade e do trabalho árduo. O Sr. Quintino e Sra. Marlene são exemplos de que não existe idade para trabalhar e que o trabalho dignifica o homem. Meus pais são as pessoas mais fortes e mais cheias de fé que eu já vi. Meu pai Marcos sempre me ensina o poder da reconciliação e do amor. Minha mãe Tânia está sempre me ensinando o poder da disciplina e da sabedoria. Eu sou grata a vocês pelo simples fato de poder estar perto de vocês sendo ensinada constantemente com os seus exemplos de vida. Como também, sou grata a vocês por torcer e orar por mim em cada fase da minha vida. Sou grata a cada familiar que tem me dado forças para continuar. Obrigada aos meus queridos irmãos: José Marcos, Suzi Carvalho e Vitor Tissaleah, por me incentivarem.

Sou grata também pelos meus colegas da graduação e da pós-graduação que me ajudaram a seguir com mais leveza. Sou grata a cada professor ou professora que esteve presente nesses anos. Eu acredito que tem um pedacinho de cada um aqui neste trabalho. Sou grata a pessoa do meu chefe Tiago Lima por me liberar para assistir às aulas no primeiro ano do mestrado. Sou grata à minha orientadora Verônica Macário por me auxiliar nesse processo com leveza e sabedoria. Sou grata ao Vice-presidente do Programa de Estudos e Ações para o Semiárido (Peasa), Sr. Rossino Ramos de Almeida, por me auxiliar em todas as entrevistas realizadas. Sou grata a cada empreendedor social que se preocupa em fazer do mundo um lugar melhor. São vocês e os futuros empreendedores sociais que fazem esse trabalho ter sentido. Por fim, agradeço a todos que de alguma maneira contribuíram para a realização dessa pesquisa

EMPREENDEDORISMO SOCIAL E OS ELEMENTOS DE MENSURAÇÃO EM NÍVEL INDIVIDUAL: explorando relações teóricas e empíricas

RESUMO

O objetivo da presente dissertação é propor um *framework* com os principais elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual. Dessa forma, propõem-se os seguintes objetivos específicos: analisar o estado da arte do empreendedorismo social entre os anos de 2000 e 2021; identificar os indicadores do comportamento dos empreendedores sociais em nível individual que estão sendo explorados nas pesquisas sobre o tema e a estrutura conceitual associada a esta mensuração; e, propor um *framework* com os elementos de mensuração de empreendedorismo social no nível individual. No primeiro capítulo foi realizada uma análise bibliométrica na base de dados *Web of Science* e uma historiografia do campo. No segundo capítulo adotou-se uma abordagem quali-quantitativa de natureza descritiva e exploratória. A amostra da pesquisa foi composta por artigos publicados entre os anos de 2000 a 2020. Foi constatada a existência de três tipos principais de linhas de pesquisa, são elas: a intenção social empreendedora, características comportamentais, e orientação social empreendedora. No terceiro capítulo foi desenvolvida através de um trabalho empírico com empreendedores sociais identificando as variáveis de maior influência sobre o seu comportamento. O *framework* após a verificação empírica contou com 23 indicadores relacionados a 7 categorias e 5 dimensões. São inúmeros fatores externos e intrínsecos que juntos colaboram para tornar um indivíduo em empreendedor social. Todos os fatores são importantes, mas alguns tiveram maior quantidade de magnitude na fala dos respondentes ou maior influência em outros indicadores. Por fim, essa pesquisa contribui para a melhor identificação das variáveis que tornam um indivíduo em empreendedor social.

Palavras-chave: Empreendedor social. *Framework*. Elementos de mensuração. Nível individual.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND MEASURING ELEMENTS AT INDIVIDUAL LEVEL: exploring theoretical and empirical relationships

ABSTRACT

The objective of this dissertation is to propose a framework with the main elements for measuring social entrepreneurship at an individual level. Thus, the following specific objectives are proposed: to analyze the state of the art of social entrepreneurship between the years 2000 and 2021; identify the indicators of Social Entrepreneurship at an individual level that are being explored in research on the subject; and, to propose a framework with the elements of measurement of social entrepreneurship at the individual level. In the first chapter, a bibliometric analysis was carried out in the Web of Science database and a historiography of the field. In the second chapter, a qualitative-quantitative approach of a descriptive and exploratory nature was adopted. The research sample consisted of articles published between the years 2000 to 2020. It was found the existence of three main types of research lines, they are: entrepreneurial social intention, behavioral characteristics, and entrepreneurial social orientation. The third chapter was developed through empirical work with social entrepreneurs, identifying the variables that most influence their behavior. The framework after empirical verification had 23 indicators related to 7 categories and 5 dimensions. There are numerous external and intrinsic factors that together collaborate to turn an individual into a social entrepreneur. All factors are important, but some had a greater amount of magnitude in the respondents' speech or greater influence on other indicators. Finally, this research contributes to a better identification of the variables that turn an individual into a social entrepreneur.

Key-words: Social entrepreneur. Framework. Measuring elements. Individual level.

LISTA DE FIGURA

CAPÍTULO 1

Figura 1 - Número de publicações entre 2000 e 2021.....	25
Figura 2 - Colaboração entre os países.....	27
Figura 3 - Rede de Coocorrência de Palavras-Chave (2000 – 2010).....	32
Figura 4 - Rede de Coocorrência de Palavras-Chave (2011 – 2021).....	33
Figura 5 - Análise de <i>cluster</i> (2000 – 2010).....	34
Figura 6 – <i>Clusters</i> 1 e 2 (2011 – 2021).....	36
Figura 7 - <i>Clusters</i> 3 e 4 (2011 – 2021).....	37
Figura 8 - Historiografia do tema.....	38

CAPÍTULO 2

Figura 1 - Classificação Hierárquica Descendente.....	48
Figura 2 - Análise Fatorial por Correspondência.....	51
Figura 3 - Análise de Similitude	53

CAPÍTULO 3

Figura 1: <i>Framework</i> elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual.....	59
Figura 2: Desenho metodológico.....	64
Figura 3: Distribuição de codificação por documento.....	64
Figura 4: Dimensão Antecedentes.....	65
Figura 5: Dimensão Motivações.....	67
Figura 6: Dimensão Orientação empreendedora social.....	70
Figura 7: Dimensão Traços de personalidade.....	72
Figura 8: <i>Framework</i> dos elementos mensuração do empreendedorismo social em nível individual.....	73

LISTA DE TABELAS

INTRODUÇÃO

Tabela 1 - Estrutura da dissertação	16
---	----

CAPÍTULO 1

Tabela 1 - Países mais influentes.....	26
--	----

Tabela 2 - Autores com maior publicação.....	28
--	----

Tabela 3 - Áreas com maior número de investigação	28
---	----

Tabela 4 - Artigos mais citados	29
---------------------------------------	----

CAPÍTULO 2

Tabela 1 - Tipologia dos estudos em nível individual.....	45
---	----

CAPÍTULO 3

Tabela 1 - Métodos de coleta de dados.....	62
--	----

CONCLUSÕES

Tabela 2 - Resumo das conclusões	76
--	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1 Objetivo Geral.....	14
1.2 Objetivos Específicos.....	14
1.3 Justificativa	14
1.4 Modalidade da Dissertação	15
CAPÍTULO 1: EMPREENDEDORISMO SOCIAL: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO E HISTORIOGRAFIA DO CAMPO ENTRE 2000 E 2021	19
1. Introdução	20
2. Empreendedorismo Social	22
3. Metodologia	24
4. Publicações e citações.....	25
4.1 Surgimento e evolução de palavras-chave	32
4.2 Drivers Teóricos do empreendedorismo social	34
5. Conclusões	38
CAPÍTULO 2: INDICADORES DO COMPORTAMENTO DOS EMPREENDEDORES SOCIAIS EM NÍVEL INDIVIDUAL	41
1 Introdução	42
2 Indicadores do comportamento individual dos empreendedores sociais	43
3 Metodologia	46
4 Análise e discussão dos resultados	47
4.1 Classificação hierárquica descendente	47
4.2 Análise fatorial por correspondência.....	50
4.3 Análise de similitude	52
5 Considerações finais	53

CAPÍTULO 3: ELEMENTOS DE MENSURAÇÃO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM NÍVEL INDIVIDUAL: a proposição de um <i>framework</i>	56
1 Introdução	56
2 Empreendedorismo Social em nível individual	57
2.1 Proposta de um <i>framework</i> dos elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual	59
3 Procedimentos metodológicos	61
4 Verificação empírica dos elementos do <i>framework</i>	64
4.2 <i>Framework</i> elementos do empreendedorismo social em nível individual	72
5. Conclusões	73
CAPÍTULO 4: CONCLUSÕES	76

1. INTRODUÇÃO

A evolução capitalista influenciou e interferiu em todos os campos da vida humana mudando o âmago das relações sociais para incorporar os empresários e a classe operária. Com isso, o empreendedorismo virou um motor de mudança poderoso para o desenvolvimento econômico e social, podendo ser concebido como atividades autônomas e empresariais, como também, um comportamento individual (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2020). Schumpeter (1943) relatou o papel do empreendedor como um agente de destruição criativa devido ao seu poder de reformar e revolucionar o padrão de produção explorando novas invenções e novas tecnologias para a produção de novos produtos ou produtos já existentes de formas diferentes, alterando a cadeia de suprimentos e reorganizando a indústria. Com isso, os aspectos humanos estão no centro do processo relacional entre organizações (Souza *et al.*, 2014).

Os benefícios da atividade empreendedora têm despertado o interesse de diversos atores, inclusive os acadêmicos e governamentais. Nos últimos anos, as universidades se interessaram em estimular o espírito empreendedor de seus discentes e da sociedade circundante (Galvão *et al.*, 2018). Ademais, muitos governos têm fomentado o empreendedorismo facilitando o acesso a financiamento e aliviando processos administrativos excessivamente onerosos (Block *et al.*, 2017). Esse contexto é estimulado pela concepção da relação positiva entre níveis de empreendedorismo e desenvolvimento, uma vez que, a educação empresarial pode ser uma forte ferramenta estratégica para o desenvolvimento regional, ressaltando a importância de os setores da sociedade cooperarem para fortalecer a intenção empreendedora da sociedade (Galvão *et al.*, 2018).

Entretanto, o gerencialismo emerge destinado a mascarar as patologias do capitalismo, disfarçando contradições e mantendo a dominação (Klikauer, 2019). Como o sociólogo Gaulejac (2007) apontou, a financeirização da economia transformou a economia industrial em economia financeira e alterou significativamente as relações de trabalho e capital, tal como, as relações de poder no âmbito organizacional. O autor afirma que o domínio extremo do capital financeiro que baseia a ideologia gerencialista criou uma mentalidade pela qual cada objetivo estratégico deve responder ao objetivo da rentabilidade financeira, mentalidade que não ficou confinada ao campo organizacional, mas que se apossou dos indivíduos. Com isso, as palavras de ordem são rentabilidade e eficiência e o seu objetivo é produzir cada vez mais para atender aos desejos incessantes da sociedade, imbuídos na lógica da sociedade de consumo.

Nesse contexto, as questões de sustentabilidade estão afetando com mais força e mais

rapidez do que muitos esperavam e a desaprovação de como os governos estão lidando com questões econômicas, ambientais e sociais profundas têm gerado protestos em todo o mundo (World Economic Forum, 2019). O aumento na eficiência dos processos produtivos não tem diminuído a utilização de recursos, pelo contrário, tem aumentado a demanda em um percentual mais elevado em relação à eficiência produtiva alcançada (Andrée *et al.*, 2019; Bocken *et al.*, 2014; Cechin & Pacini, 2012;). O Relatório Social Mundial publicado pelo Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais da ONU relatou que o mundo enfrenta um cenário global profundamente desigual, onde a alta e crescente desigualdade impede o progresso em direção aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (United Nations, 2020).

A Agenda 2030 das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável e seus 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU ressalta que as preocupações econômicas, sociais e ambientais não podem mais ser tratadas como separadas e independentes (Stadtler, 2016; Bergman *et al.*, 2017; United Nations, 2020). Fazendo-se necessário a atuação de diversos setores da sociedade para a resolução dos desafios da atualidade. No entanto, o mercado de capitais continua pressionando as organizações a gerar lucros à custa das necessidades da sociedade, ressaltando a urgência de uma forma mais sofisticada de capitalismo, imbuída de um propósito social (Porter & Kramer, 2019). Em um mundo que enfrenta muitos desafios sociais e com governos que muitas vezes são incapazes de fornecer soluções, os empreendedores sociais se tornam importantes para melhorar situações socialmente desafiadoras.

O empreendedorismo com a vertente voltada para o social se tornou um tema altamente relevante na pesquisa nos últimos anos (Sassmannshausen & Volkmann, 2018) e tem surgido uma pluralidade de definições (Persaud & Chandra Bayon, 2019; Saebi *et al.*, 2019; Sulphrey & Salim, 2020). Entretanto, a definição adotada nesta dissertação e a dominante na literatura surgiu em 1990 quando Duhl (1990) definiu o empreendedor social como aquele que busca bem-estar social e ganho econômico conjuntamente (Sassmannshausen & Volkmann, 2018). Nessa perspectiva, percebe-se a subordinação dos interesses individuais aos coletivos (Macke *et al.*, 2018) e a missão social como um fator essencial para criar valor social (Kannampuzha & Hockerts, 2019).

A necessidade de empreendedores sociais surgiu como consequência de vários fatores complexos interrelacionados, podendo exercer um impulso positivo para o desenvolvimento econômico inclusivo e garantir um crescimento sustentável (Sulphrey & Alkahtani, 2017). Nesse sentido, estudos que exploram os elementos de mensuração para identificar os principais aspectos do empreendedor social, podem ser abordados na elaboração de mecanismos de

incentivo ao empreendedorismo social, uma vez que, ele auxilia na promoção do desenvolvimento local. Desse modo, diversos estudos estão buscando identificar quais são os fatores impulsionadores do empreendedorismo social, entretanto, existe uma lacuna na literatura sobre a inter-relação entre as dimensões e impulsionadores dos empreendedores sociais (Macke *et al.*, 2018) sob a perspectiva organizacional e a individual. Isto posto, surge o seguinte questionamento: Quais são os principais elementos de empreendedorismo social em nível individual?

Vale ressaltar que as categorias de análises do empreendedorismo social em nível individual identificadas na literatura abordam diversos elementos e dimensões. Portanto, se faz necessário entender as relações que são estabelecidas entre esses aspectos, a partir da compreensão dos elementos utilizados para sua mensuração, sob a perspectiva dos próprios empreendedores sociais.

1.1 Objetivo Geral

Propor um *framework* com os principais elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual.

1.2 Objetivos Específicos

- Analisar o estado da arte sobre empreendedorismo social entre os anos 2000 e 2021;
- Identificar os indicadores do comportamento dos empreendedores sociais em nível individual que estão sendo explorados nas pesquisas sobre o tema e a estrutura conceitual associada a esta mensuração;
- Propor um *framework* com os elementos de mensuração de empreendedorismo social em nível individual.

1.3 Justificativa

Existe uma lacuna enorme entre a realidade social e as noções de mundo ideal (Dees, 2007) e, nesse contexto, o empreendedor social é visto como o indivíduo-chave para promover o bem-estar social e a criação de capital social (Sengupta *et al.*, 2018) motivado por uma missão social, no qual, seu resultado final proporciona uma mudança social sustentável (Macke *et al.*, 2018). Dessa forma, analisar os fatores que influenciam a intenção empreendedora social é imprescindível para acadêmicos e formuladores de políticas para incentivar os indivíduos a se

tornarem empreendedores sociais (Hockerts, 2017) com o objetivo de estimular e identificar indivíduos na sociedade que podem ser importantes catalisadores da transformação social. Nesse sentido, a fim de motivar e apoiar os empreendedores sociais é crucial compreender os fatores fundamentais que moldam o processo de pensamento de um indivíduo (Tiwari *et al.*, 2017), como também, quais são os fatores intrínsecos e externos que o influencia.

A fase nascente do empreendedorismo social cobre os anos de 1990 a 2002 e focou no empresário social (nível individual de análise), entretanto, nessa época não houveram muitos trabalhos publicados sobre o tema (Persaud & Bayon, 2019) e o objetivo desses trabalhos não era desenvolver uma escala ou modelo conceitual, mas apontar as virtudes e características principais desse tipo de empreendedor. Dessa forma, embora a área de investigação que aborda o nível individual pareça promissora em relação ao seu potencial prático e teórico, a literatura atual ainda não possui uma escala consolidada para medir a orientação empreendedora social (Satar & Natasha, 2019) e, como existem diversos fatores que envolvem e influenciam um indivíduo a ser tornar um empreendedor social, ainda não existe um trabalho que envolvesse diversas dimensões do comportamento do empreendedor. De forma geral, os autores focam em analisar somente uma parte do processo empreendedor e a maioria sob a perspectiva de potenciais empreendedores sociais, tais como universitários.

Com isso, a pesquisa se justifica, por um lado, pela necessidade de conhecer com mais detalhamento sobre o comportamento individual do empreendedorismo social sob a perspectiva dos próprios empreendedores sociais, e por outro lado, para contribuir com a literatura no campo.

1.4 Modalidade da Dissertação

Esta dissertação adotou como modelo a modalidade de artigos conforme previsto no regulamento do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande (PPGA/UFCG), e se construirá da seguinte forma (Tabela 1):

Tabela 1 - Estrutura da dissertação

PROBLEMA: Quais são os principais elementos de empreendedorismo social em nível individual?

OBJETIVO GERAL: Propor um *framework* com os principais elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ARTIGO CORRESPONDENTE	SUBMISSÃO	METODOLOGIA		
			FONTES DADOS	TÉCNICA DE DADOS	ANÁLISE DOS DADOS
1: Analisar o estado da arte sobre empreendedorismo social entre os anos 2000 e 2021.	Artigo 1: Empreendedorismo social: um estudo bibliométrico e historiografia do campo entre 2000 e 2021	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (REGEPE).	Bibliográfico: <i>Web of Science</i> (WoS).	Estudo Bibliométrico.	Análise quantitativa via <i>softwares</i> : Vosviewer (análise de <i>clusters</i> e mapas de densidade) e CitNetExplorer (historiografia).
2: Identificar os indicadores do comportamento dos empreendedores sociais em nível individual que estão sendo explorados nas pesquisas sobre o tema e a estrutura conceitual associada a esta mensuração	Artigo 2: Indicadores do comportamento dos empreendedores sociais em nível individual	Contextus: Revista Contemporânea de Economia e Gestão	Bibliográfico: <i>Web of Science</i> , Scopus.	Revisão sistemática da literatura.	Análise quali-quantitativa via <i>software</i> Iramuteq (Classificação Hierárquica Descendente (CHD), Análise Fatorial por Correspondência (AFC), Análise de similitude).
3: Propor um <i>framework</i> com os elementos de mensuração de empreendedorismo social em nível individual.	Artigo 3: Elementos de mensuração de empreendedorismo social em nível individual: a proposição de um <i>framework</i>	Revista Organizações & Sociedade	Observação não participante e entrevistas semiestruturadas.	Estudo de caso.	Análise qualitativa através da análise de conteúdo utilizando o <i>software</i> Atlas.ti.

Fonte: Elaboração própria.

Além desta introdução, a dissertação segue a seguinte estrutura:

- **Capítulo 1** – “Empreendedorismo social: um estudo bibliométrico e historiografia do campo entre 2000 e 2021” é o primeiro artigo dessa dissertação.
- **Capítulo 2** – “Indicadores do comportamento dos empreendedores sociais em nível individual” é o segundo artigo dessa dissertação.
- **Capítulo 3** – “Elementos de mensuração de empreendedorismo social em nível individual: a proposição de um *framework*” é o terceiro artigo dessa dissertação.
- **Capítulo 4** – Conclusões.

Salienta-se que cada artigo segue o padrão de estrutura, forma de citação, lista de referências, numeração de figuras e tabelas, bem como inclusão de apêndices, de acordo com estilo definido pelos respectivos jornais científicos a que foram submetidos, conforme permitido pelo regulamento do PPGA/UFMG.

CAPÍTULO 1

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL: UM ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO E HISTORIOGRAFIA DO
CAMPO ENTRE 2000 E 2021**

EMPREENDEDORISMO SOCIAL: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO E HISTORIOGRAFIA DO CAMPO ENTRE 2000 E 2021

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: A BIBLIOMETRIC STUDY AND FIELD HISTORIOGRAPHY BETWEEN 2000 AND 2021

EMPRENDIMIENTO SOCIAL: UN ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO E HISTORIOGRAFÍA DE CAMPO ENTRE 2000 Y 2021

RESUMO

Objetivo: O objetivo deste estudo foi analisar o estado da arte sobre empreendedorismo social entre os anos 2000 e 2021. **Metodologia:** Foi realizada uma análise bibliométrica na base de dados *Web of Science* e uma historiografia do campo. Os *softwares* bibliométrico utilizados foram o VOSviewer e o CitNetExplorer. **Principais resultados:** Foram identificados 968 artigos contemplando 2.379 autores vinculados a 95 países diferentes. Observa-se que os artigos mais citados possuem uma perspectiva teórica com poucas aplicações empíricas. Verificou-se que a literatura é fundamentada na perspectiva no nível organizacional e no nível individual. Os *clusters* possuem países de culturas e continentes diversos, mostrando a pluralidade de cooperação entre os países. Esse fato pode ter colaborado para a diversidade dos conceitos e da base teórica utilizados na literatura. **Contribuições teóricas/metodológicas:** Os estudos bibliométricos e historiográficos são relevantes principalmente para áreas em desenvolvimento, como é o caso da literatura sobre empreendedorismo social. **Relevância/originalidade:** Contribui para consolidar as bases teóricas da literatura de demandas que emergem em ambientes organizacionais, bem como auxilia os empreendedores sociais a responderem adequadamente suas necessidades, pois fornece clareza conceitual necessária à tomada de decisão gerencial. **Contribuições sociais/para a gestão:** Estudos na área precisam ser desenvolvidos com objetivo de estimular novas pesquisas e contribuir para o desenvolvimento de novos empreendedores voltados à solução de problemas sociais.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social. Estado da arte. Bibliometria. Historiografia.

ABSTRACT

Purpose: This study aims to analyze the state of the art of social entrepreneurship between 2000 and 2021. **Methodology:** A bibliometric analysis was carried out in the Web of Science database and historiography of the field. The bibliometric software used were VOSviewer and CitNetExplorer. **Main results:** 968 articles were identified, covering 2,379 authors linked to 95 different countries. It is observed that the most cited articles have a theoretical perspective with few empirical applications. It was found that the literature is based on the perspective at the organizational level and at the individual level. The clusters have countries of different cultures and continents, showing the plurality of cooperation between countries. This fact may have contributed to the diversity of concepts and theoretical basis used in the literature. **Theoretical/methodological contributions:** Bibliometric and historiographical studies are relevant mainly for developing areas, as is the case of the literature on social entrepreneurship. **Relevance/originality:** Contributes to consolidating the theoretical bases of the literature of demands that emerge in organizational environments, as well as helping social entrepreneurs to adequately respond to their needs, as it provides conceptual clarity necessary for managerial decision making. **Social/Management Contributions:** Studies in the area need to be developed

to stimulate new research and contribute to the development of new entrepreneurs aimed at solving social problems.

Keywords: Social Entrepreneurship. State of art. Bibliometrics. Historiography.

RESUMEN

Objetivo: El objetivo de este estudio fue analizar el estado del arte sobre emprendimiento social entre los años 2000 y 2021. **Metodología:** Se realizó un análisis bibliométrico en la base de datos Web of Science y una historiografía del campo. Los software bibliométricos utilizados fueron VOSviewer y CitNetExplorer. **Principales resultados:** se identificaron 968 artículos, que abarcan 2.379 autores vinculados a 95 países diferentes. Se observa que los artículos más citados tienen una perspectiva teórica con pocas aplicaciones empíricas. Se encontró que la literatura se basa en la perspectiva a nivel organizacional y a nivel individual. Los clústeres cuentan con países de diferentes culturas y continentes, mostrando la pluralidad de cooperación entre países. Este hecho puede haber contribuido a la diversidad de conceptos y bases teóricas utilizadas en la literatura. **Aportes teóricos/metodológicos:** Los estudios bibliométricos e historiográficos son relevantes principalmente para áreas en desarrollo, como es el caso de la literatura sobre emprendimiento social. **Relevancia/originalidad:** Contribuye a consolidar las bases teóricas de la literatura de las demandas que surgen en los entornos organizacionales, además de ayudar a los emprendedores sociales a responder adecuadamente a sus necesidades, ya que brinda la claridad conceptual necesaria para la toma de decisiones gerenciales. **Aportes Sociales/Gerenciales:** Es necesario desarrollar estudios en el área con el objetivo de estimular nuevas investigaciones y contribuir al desarrollo de nuevos emprendedores orientados a la solución de problemas sociales.

Palabras clave: El emprendimiento social. Estado del arte. Bibliometria. Historiografía.

1. Introdução

A sociedade vive uma crise sistêmica na qual o governo ou as empresas tradicionais não estão conseguindo superar os desafios econômicos, sociais e ambientais impostos, principalmente após as consequências causadas pela crise de saúde ocasionada pelo Covid-19. A existência persistente de múltiplas necessidades humanas básicas em várias partes do mundo atrelado ao aumento constante de novos problemas é consequência de fatores heterogêneos, complexos e inter-relacionados (Sulphrey & Alkahtani, 2017). Esse resultado é consequência da lógica tradicional que assegura um *trade-off* entre bem-estar social e avanço econômico tanto no âmbito governamental como no campo privado (Porter & Kramer, 2019). Com isso, uma vez que as necessidades sociais não estão conseguindo ser atendidas, é essencial o trabalho de empreendedores abordando questões extremamente emergentes na sociedade (Zahra & Wright, 2016).

O empreendedorismo social oferece uma oportunidade única para desafiar, questionar e repensar conceitos e suposições de diferentes campos da pesquisa em gestão e negócios (Mair & Martí, 2006). O empreendedor social busca soluções para questões locais que normalmente

não são tratadas por organizações tradicionais (Sulphey & Alkahtani, 2017) ajudando a melhorar as condições de vida de muitas pessoas em todo o mundo (González *et al.*, 2017). Dentre suas características, a mais comum a todas as definições é a subordinação dos interesses individuais aos coletivos (Macke *et al.*, 2018). Dessa forma, o conflito entre progresso social e eficiência econômica é desfeita para exercer um impulso positivo para o desenvolvimento econômico inclusivo e garantir um crescimento sustentável (Sulphey & Alkahtani, 2017).

O conceito de empreendedorismo social está ganhando atenção nas economias em desenvolvimento com o objetivo de melhorar o bem-estar social (Akhter *et al.*, 2020). Sua fase de crescimento teve início em 2003 (Persaud & Bayon, 2019), contudo, enquanto o empreendedorismo social está ganhando cada vez mais atenção na literatura, há uma necessidade de uma visão clara e sistêmica sobre todo o seu escopo potencial como tópico acadêmico (Macke *et al.*, 2018). Ademais, os estudos na área foram repletos de resultados e contra-afirmações conflitantes (Akhter *et al.*, 2020), inclusive na própria definição de empreendedorismo social. Por exemplo, uma parte dos autores apoia a perspectiva norteadora para missão social sem fins lucrativos e a outra parte orientada para missão social com fins lucrativos (Arasti *et al.*, 2015).

Dessa forma, é perceptível uma lacuna em estudos que promovam a sistematização de conhecimentos previamente gerados com objetivo de revelar a inter-relação entre os diversos aspectos e impulsionadores da literatura sobre empreendedorismo social (Macke *et al.*, 2018).

Isto posto, surge o seguinte questionamento: Como o estado atual da pesquisa sobre empreendedorismo social está sendo moldado? Dessa forma, o objetivo da presente pesquisa é analisar o estado da arte sobre empreendedorismo social, no período de 2000 a 2021, dividindo a análise em dois períodos para identificar as mudanças que ocorreram nas pesquisas sobre a temática. A escolha do período de análise se deu por conter uma maior quantidade de pesquisas abordando a temática. Considerando a relevância que o empreendedorismo social tem assumido na solução de problemas da sociedade, influenciando e impactando a sociedade como um todo, essa pesquisa se justifica.

Dessa forma, este artigo se estrutura em cinco seções. Além desta introdução, apresenta-se o referencial teórico que aborda as discussões sobre Empreendedorismo Social. Na terceira seção, detalham-se os procedimentos metodológicos. Os resultados são apresentados e discutidos na quarta seção. E, por fim, têm-se as considerações finais.

2. Empreendedorismo Social

Existem várias manifestações da atividade empresarial. Conforme os primeiros estudos do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* e que obtiveram abrangência mundial, o empreendedorismo foi inicialmente definido como criação de novos negócios ou qualquer tentativa de novo empreendimento, como também, trabalho autônomo ou expansão de um negócio já existente (Reynolds *et al.*, 2000). No entanto, atualmente o conceito de empreendedorismo se expandiu para incorporar novas formas e contornos. As *startups* surgem como uma forma de dinamizar o mercado desafiando e substituindo os negócios obsoletos e os intraempreendedores são instrumentos poderosos para a inovação contínua dentro de organizações já estabelecidas (GEM, 2020). Ademais, o empreendedorismo social emergiu como uma subárea do empreendedorismo que tem ganhado notoriedade principalmente pelo seu foco interdisciplinar (Dacin *et al.*, 2011).

O termo “empreendedorismo social” provavelmente foi utilizado pela primeira vez em 1954 quando William N. Parker constatou um empreendedorismo vinculado à fluidez da estrutura social e inquietação do indivíduo perante os desafios encontrados na sociedade (Sassmannshausen & Volkmann, 2013). Entretanto, somente em 1984 um artigo colocou pela primeira vez o empreendedorismo social no centro de seu foco empírico, apresentando dois casos relacionados a mulheres (Sassmannshausen & Volkmann, 2018). Em sequência, percebeu-se um volume maior de publicações associadas ao tema.

A fase nascente no âmbito acadêmico cobre os anos de 1990 a 2002 e se concentrou no empresário social (nível individual de análise) e foi fortemente influenciado pela escola de pensamento da inovação social (Persaud & Chandra Bayon, 2019). As primeiras pesquisas se posicionaram principalmente em domínios sem fins lucrativos e de políticas públicas, baseados principalmente em estudos de casos qualitativos (Short *et al.*, 2009). Posteriormente, surgiram diversos periódicos específicos sobre a temática (Chandra, 2018; Sassmannshausen & Volkmann, 2018) e algumas instituições de fomento, como o instituto Ashoka, criado em 1981 com objetivo de identificar e apoiar o empreendedorismo social ao redor do mundo (Ashoka, 2021).

Com o desenvolvimento da área, manifestaram-se algumas escolas do empreendedorismo social, são elas: a Abordagem Norte-Americana, a Europeia e a dos Países em desenvolvimento. A abordagem Norte-Americana se baseia na missão social e envolve a inovação social emergindo devido ao caráter omissivo do papel do Estado. A abordagem Europeia surge através de movimentos associativos (associações e cooperativas) em oposição à economia

de mercado (Parente *et al.*, 2013). Essa perspectiva emerge da economia social para enfatizar o papel das organizações da sociedade civil com funções públicas (Comini *et al.*, 2012). Por fim, a escola dos Países em desenvolvimento emerge focada na geração de emprego e renda devido ao grande déficit social (Comini *et al.*, 2012).

Além do mais, existem impasses conceituais entre empreendedores sociais que buscam ou não fins lucrativos, no entanto, acredita-se que tais empreendimentos devam ser autossustentáveis financeiramente (Carmona *et al.*, 2018). Apesar do tema está incluído em diversos periódicos, as pesquisas em empreendedorismo social se concentram prioritariamente em revistas de gestão e empreendedorismo, significando que o empreendedorismo social está posicionado mais como parte da disciplina de gestão do que da disciplina associada ao terceiro setor ou setor sem fins lucrativos (Hota *et al.*, 2020).

Fato é que a literatura sobre empreendedorismo social é emergente e está em ascensão, por conta disso, notam-se várias definições que destacam os diferentes aspectos e dimensões colaborando para a fragmentação e falta de consenso da área (Bacq & Janssen, 2011; Carmona *et al.*, 2018; Macke *et al.*, 2018; Persaud & Chandra Bayon, 2019; Saebi *et al.*, 2019; Sulphey & Salim, 2020). Alguns autores relacionam-no ao terceiro setor (por exemplo, Farinha *et al.*, 2020; Ruyscher *et al.*, 2017; Ryzin *et al.*, 2009), outros concebem-no como um meio de gerar valor social e econômico dando prioridade ao valor social (por exemplo, Dees *et al.*, 1998; Mair & Martí, 2006), e, também, alguns estabelecem-no como a capacidade de combinar elementos empresariais e sociais simultaneamente (por exemplo, Macke *et al.*, 2018; Nga & Shamuganathan, 2010; Smith *et al.*, 2013).

No entanto, a maioria das definições concebem o empreendedorismo social em relação às características comportamentais do empreendedor social, em nível do indivíduo, e a natureza híbrida que cria valor social com atividades empreendedoras (Saebi *et al.*, 2019). A definição dominante atual do empreendedorismo social provavelmente surgiu em 1990 quando Duhl (1990) diferenciou o empreendedor social de outros empreendedores devido aos valores diferentes, de modo que o resultado que se busca é o bem-estar social e não, exclusivamente, o ganho econômico (Sassmannshausen & Volkmann, 2018). É esta a abordagem adotada neste estudo.

Apesar das diferentes perspectivas, as características comuns a todas as definições sobre o tema é a subordinação dos interesses individuais aos coletivos (Macke *et al.*, 2018) e a consciência social que impulsionam modelos de negócios inovadores em resposta a problemas sociais negligenciados por empresas, governo e organizações não governamentais (Santos,

2012; Zahra *et al.*, 2009). Além do mais, a literatura investigada considera a missão social um fator essencial com objetivo de criar valor social para a sociedade (Kannampuzha & Hockerts, 2019), sendo este o marco de diferenciação entre o social e outras formas de empreender (Peredo & McLean, 2006).

Uma das maiores habilidades comportamentais do empreendedor social é sua capacidade de inspirar, organizar e mobilizar esforços de diversos *Stakeholders* (Zahra *et al.*, 2009), assumindo múltiplas formas comportamentais conforme as circunstâncias socioeconômicas e culturais (Mair & Martí, 2006). E, por conta disso, os empreendedores sociais são capazes de combinar práticas e conhecimentos para promover uma mudança social sustentável (Macke *et al.*, 2018), desafiando pressupostos sobre o comportamento humano, a ação econômica e crenças sobre o papel do empreendedorismo na sociedade (Santos, 2012). Dado que, a compaixão reformula a forma como o empreendedor social analisa os benefícios e custos para a propensão de mais riscos pessoais e organizacionais do que um empresário comercial (Miller *et al.*, 2012).

Assim, torna-se importante compreender a evolução da temática enquanto campo de pesquisa, conforme se detalha nos procedimentos metodológicos a seguir.

3. Metodologia

O presente artigo buscou analisar o estado da arte sobre empreendedorismo social no período de 2000 a 2021. Com isso, foi realizado um estudo bibliométrico analisando a sua estrutura conceitual enquanto campo de conhecimento (De Bakker *et al.*, 2005). Trata-se de um método quantitativo e estatístico com o objetivo de identificar tendências, avaliar a qualidade e medir o desenvolvimento dos campos de investigação atuais (Barnes *et al.*, 2019).

Os dados bibliográficos em análise foram obtidos na base *Web of Science* (WoS), escolhida por ser um dos bancos de dados de literatura mais relevantes, cobrindo uma ampla variedade de disciplinas (Falagas *et al.*, 2008). Como unidade de análise, buscou-se por artigos publicados no período de 2000 a 2021 que apresentaram no título as seguintes terminologias: “*Social entrepreneur**”, “*Social business**” ou “*Social impact business**”. Foi utilizado um caractere chave (*) para localizar plurais e variantes de palavra. As coleções da *Web of Science* selecionadas foram: *Science Citation Index Expanded* (SCI-EXPANDED), *Social Sciences Citation Index* (SSCI), e *Emerging Sources Citation Index* (ESCI), garantindo que os artigos recuperados sejam de alta qualidade. Ao total, foram encontrados 968 artigos na plataforma, sendo 54 artigos publicados entre 2000 a 2010, e 914 publicados entre 2011 a 2021. Os detalhes bibliográficos de cada registro incluem registro completo e referências citadas.

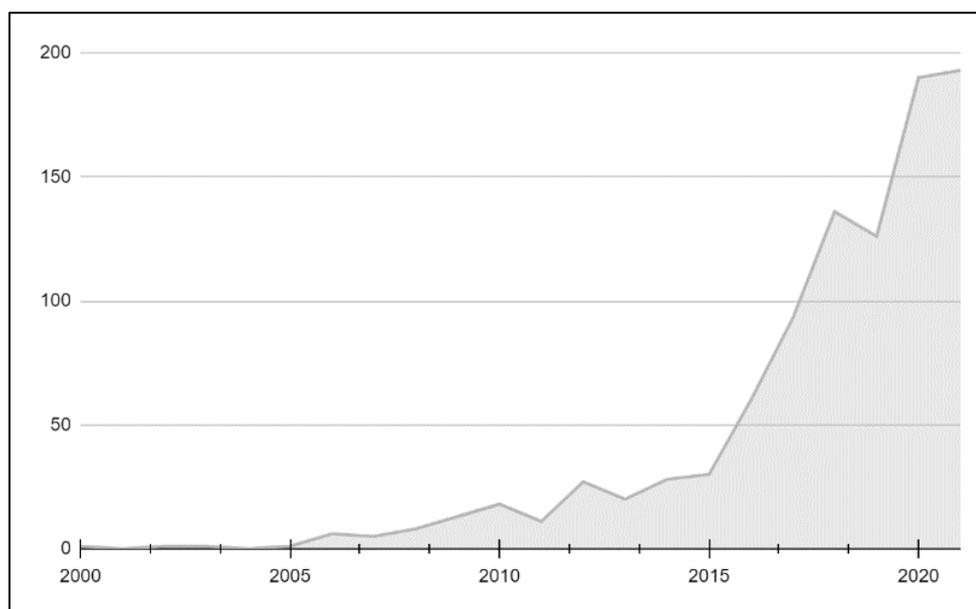
Os dados foram analisados comparando dois períodos, sendo os artigos publicados entre os anos de 2000 e 2010 considerados o primeiro período de análise, e os artigos publicados entre 2011 e 2021 o segundo período de análise. Em se tratando das estratégias de análise, os resultados foram divididos em duas categorias. A primeira categoria refere-se a análise estatística descritiva para descobrir um padrão geral de pesquisa e quantificar o efeito dos artigos científicos. Posteriormente, a segunda categoria concerne sobre as redes de ligações e cooperação entre diferentes componentes dos artigos através da análise de co-ocorrência de palavras-chave com objetivo de verificar o surgimento e evolução de palavras-chave populares no campo da pesquisa.

Para a análise dos dados coletados, utilizou-se o *software* Vosviewer versão 1.6.14 para análises mais complexas de clusterização e mapeamento das redes e o CitNetExplorer para realizar a Análise Historiográfica do campo extraindo os expoentes do empreendedorismo social em cada período de análise e sua rede de seguidores ao longo dos anos.

4. Publicações e citações

O presente estudo identificou 968 artigos publicados entre 2000 a 2021 contemplando 2.379 autores vinculados a 95 países diferentes. A quantidade de publicações entre 2000 e 2005 variou entre 0 e 1 (Figura 1).

Figura 1 - Número de publicações entre 2000 e 2021



Fonte: *Web of Science*, 2021.

A evolução quantitativa do número de publicações teve um aumento considerável em 2017 passando a marca de 90 publicações por ano (Figura 1). O ano que mais obteve

publicações foi 2021 com 193 publicações. Este resultado indica uma literatura ainda emergente. Nesse sentido, Macke *et al.* (2019) revela em sua revisão sistemática que o tema de pesquisa é emergente e em ascensão, considerando o fato de que 82% dos artigos mais citados foram publicados a partir de 2008.

No primeiro período analisado (2000 – 2010), foram identificados 15 países que publicaram sobre o tema, havendo um aumento aproximado de 84% (95 países) em comparação com o acumulado no segundo período de análise (2011 – 2021). Dessa forma, o segundo período foi mais influente por obter uma quantidade superior de países que publicam na área. Referente ao acumulado dos dois períodos, o país que mais publicou artigos sobre empreendedorismo social foi o Estados Unidos (22,31%), seguido pela Inglaterra (9,09%), Espanha (7,23%) e China (6,09%). Dessa forma, prevalece a Abordagem Americana e Europeia na literatura sobre empreendedorismo social. Outrossim, houve alguns países que não apresentaram nenhuma publicação no primeiro período e ficaram entre os 12 países mais influentes no segundo período, são eles: Alemanha, Índia, Rússia, Holanda e Brasil (Tabela 1).

Tabela 1 - Países mais influentes

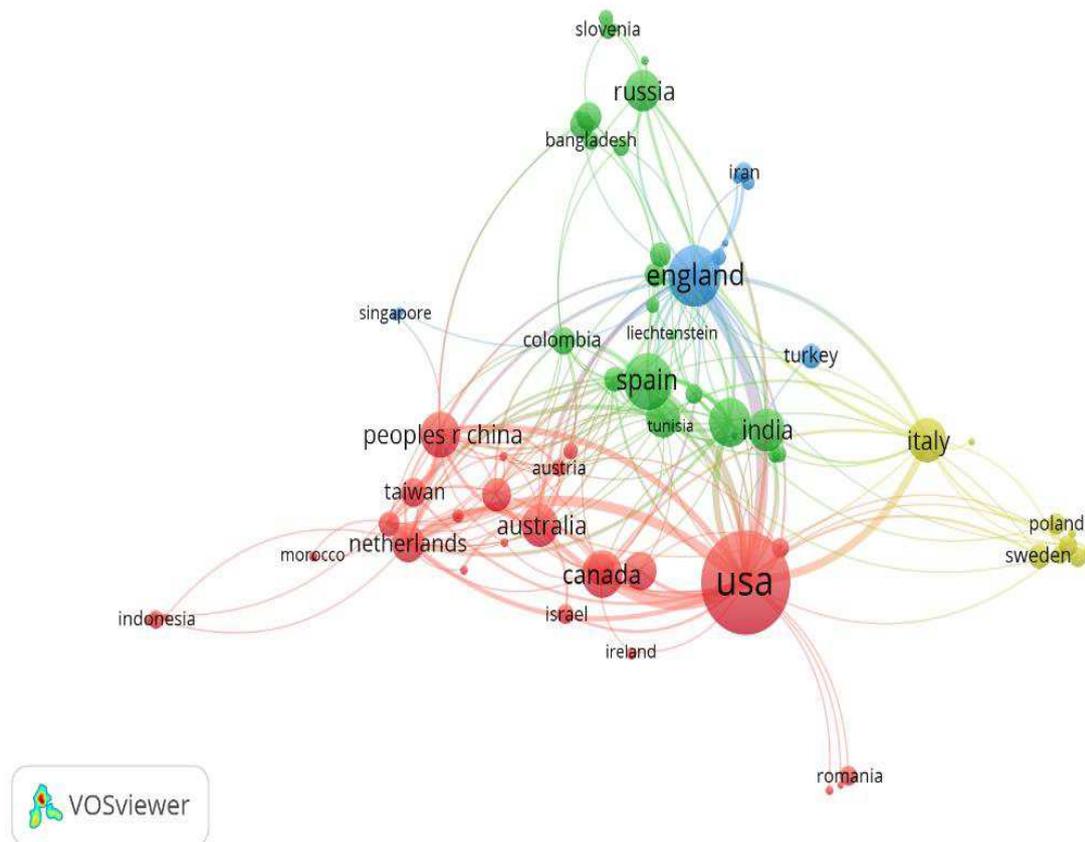
2000 - 2010		2011 - 2021		2000 - 2021		
Países	Nº	Países	Nº	Países	Nº	%
Estados Unidos	27	Estados Unidos	189	Estados Unidos	216	22,31%
Canadá	5	Inglaterra	83	Inglaterra	88	9,09%
Inglaterra	5	Espanha	69	Espanha	70	7,23%
Austrália	3	China	58	China	59	6,09%
Itália	3	Alemanha	55	Alemanha	55	5,68%
Israel	3	Itália	46	Itália	49	5,06%
Nova Zelândia	2	Índia	45	Índia	46	4,75%
		Austrália	41	Austrália	44	4,54%
		Canadá	39	Canadá	44	4,54%
		Rússia	39	Rússia	39	4,02%
		França	35	França	36	3,71%
		Brasil	34	Brasil	34	3,51%

Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

A cooperação entre os países é averiguada para identificar e analisar as conexões geográficas entre os pesquisadores, ou seja, o aspecto social das pesquisas. Ao total 73 países estão conectados e foram encontrados 4 *clusters* em uma resolução igual a 0,2. Quanto menor essa resolução, menor a quantidade de *clusters* gerados no *software*. A Figura 2 mostra que a cooperação é encontrada principalmente nos Estados Unidos e Inglaterra. Tais países possuem

uma forte ligação com todos os *clusters*, entretanto, os Estados Unidos possuem mais *links* com os outros países. Com isso, supõe-se que a Abordagem Americana prevalece, seguida da Abordagem Europeia. De forma geral, os *clusters* possuem países de culturas e continentes diversos, mostrando a pluralidade de cooperação entre os países. Esse fato pode ter colaborado para a diversidade dos conceitos e da base teórica adotados na literatura.

Figura 2 - Colaboração entre os países



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Em relação à produtividade dos autores, aproximadamente 10% (218) possuíam duas ou mais publicações entre 2000 e 2021. Além do mais, é importante salientar que entre os anos de 2000 a 2010 apenas cinco autores obtiveram mais de um artigo publicado (Tabela 2). Em relação aos autores que se destacaram em cada período de análise, destacam-se os pesquisadores Chandra e Liang que possuem respectivamente nove e oito publicações no segundo período de análise. Entretanto, apesar do destaque na quantidade de publicações, as pesquisas de Chandra não obtiveram muitas citações, com exceção de um trabalho publicado em 2020 que obteve 111 citações. Em relação aos trabalhos do autor Liang, a pesquisa que obteve maior destaque alcançou 74 citações. De forma geral, os autores que mais publicaram sobre empreendedorismo social são os que menos possuem citações, confirmando a lei de Lotka (Lotka, 1926).

Tabela 2 - Autores com maior publicação

2000 - 2010		2011 - 2021		2000 - 2021	
Autores	Nº	Autores	Nº	Autores	Nº
Neubaum	2	Chandra	9	Chandra	9
Zahra	2	Liang	8	Liang	8
Sud	2	Halberstadt	7	Halberstadt	7
Vansandt	2	Ip	6	Ip	6
Bloom	2	Liu	6	Liu	6
		Kruse	6	Kruse	6
		Nsereko	6	Nsereko	6
		Sergi	6	Sergi	6

Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Observou-se também que as áreas de pesquisa sofreram mudanças nos períodos analisados, com exceção da área *Business economics* que se manteve como área em maior destaque nos dois períodos. No segundo período (Tabela 3), observa-se que as áreas: *Social Science*, *Science Technology* e *Environment Sciences* emergiram entre as cinco áreas mais publicadas na *Web of Science*. Isto pode ser decorrente da própria definição do conceito de empreendedorismo social. Em primeiro lugar, o social está no cerne do empreendedorismo social, dado que, a missão social é fator essencial (Humbert & Roomi, 2018; Kannampuzha & Hockerts, 2019) e o seu objetivo é maximizar o valor social (Akhter *et al.*, 2020).

Tabela 3 - Áreas com maior número de investigação

2000 - 2010		2011 - 2021		2000 - 2021		
Área de pesquisa	Nº	Área de pesquisa	Nº	Área de pesquisa	Nº	%
<i>Business economics</i>	38	<i>Business economics</i>	583	<i>Business economics</i>	621	64,15%
<i>Development studies</i>	8	<i>Social sciences other topics</i>	98	<i>Social sciences other topics</i>	105	10,85%
<i>Social sciences other topics</i>	7	<i>Science technology other topics</i>	67	<i>Science technology other topics</i>	67	6,92%
<i>Public administration</i>	5	<i>Environmental sciences ecology</i>	67	<i>Environmental sciences ecology</i>	67	6,92%
<i>Government law</i>	3	<i>Public administration</i>	51	<i>Public administration</i>	56	5,78%

Fonte: *Web of Science*, 2021.

Além do mais, a tecnologia integrada ao empreendedorismo social está imersa nos ecossistemas de inovação orientados para resolução de problemas da sociedade (Gerli *et al.*, 2021) e existe uma relação positiva entre empreendedorismo social e desenvolvimento sustentável (Al-Qudah *et al.*, 2021). Com isso, percebe-se que os principais pontos que

envolvem a definição de empreendedorismo social estão em conformidade com as áreas de pesquisa com maior destaque.

Sequencialmente, foram identificadas 8.514 citações sobre a temática no período de 2000 a 2010 e 9.690 no período de 2011 a 2021. As taxas de citação retratam a contribuição da pesquisa em termos da utilidade e do interesse que o resto da comunidade científica nele encontra (Garfield, 1979). Com isso, o *ranking* dos artigos mais citados está apresentado na Tabela 4. Em síntese, observa-se que os artigos mais citados nos dois períodos de análise possuem uma perspectiva teórica com poucas aplicações empíricas.

Tabela 4 - Artigos mais citados

2000 – 2010			
Título	Autores/Ano	Nº citações	% de 8.514
<i>Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight</i>	Mair & Marti (2006)	1322	15,53%
<i>A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges</i>	Zahra et al.(2009)	881	10,35%
<i>Social entrepreneurship: A critical review of the concept</i>	Peredo & McLean (2006)	692	8,13%
<i>Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here</i>	Dacin et al. (2010)	602	7,07%
<i>Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities</i>	Short et al. (2009)	530	6,23%
2011 – 2021			
Título	Autores/Ano	Nº citações	% de 9.690
<i>Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions</i>	Dacin et al. (2011)	465	4,80%
<i>A Positive Theory of Social Entrepreneurship</i>	Santos (2012)	429	4,43%
<i>Venturing for others with heart and head: how compassion encourages social entrepreneurship</i>	Miller et al. (2012)	339	3,50%
<i>The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria</i>	Bacq & Jansses (2011)	269	2,78%
<i>Managing Social-Business Tensions: A Review and Research Agenda for Social Enterprise</i>	Smith et al. (2013)	267	2,76%

Fonte: *Web of Science*, 2021.

O artigo mais citado no período de 2000 a 2010 foi o trabalho de Mair e Marti (2006) com 1.322 citações. O seu propósito foi analisar o interesse sobre empreendedorismo social como um campo de pesquisa independente, frutífero e estimulante, elucidando o seu conceito e norteando pesquisas futuras. A base teórica foi fundamentada na teoria da estruturação,

empreendedorismo institucional, capital social e movimentos sociais. Eles enfatizaram que o empreendedorismo social se difere do empreendedorismo tradicional devido à prioridade dada à criação de valor social ocorrendo através de múltiplas formas conforme circunstâncias culturais e socioeconômicas, enquanto a criação de valor econômico é vista como uma condição necessária para garantir a viabilidade financeira (Mair & Martí, 2006). Nesse sentido, o empreendedorismo social é concebido como um processo catalisador de mudanças sociais envolvendo formas inovadoras de combinar recursos buscando oportunidades para atender às necessidades locais e envolvendo a oferta de serviços e produtos, como também, a criação de novas organizações (Mair & Marti, 2006).

Em sequência, o artigo de Zhara *et al.* (2009) obteve 881 citações e foi o segundo artigo mais citado no primeiro período de análise. Neste artigo, os autores definiram o empreendedorismo social, explicaram as principais razões do crescente interesse pela temática e identificaram três tipos principais de empreendedorismo social: Bricoleur Social, Construcionista Social e Engenheiro Social. O primeiro percebe e aproveita as oportunidades para abordar as necessidades locais. Em sequência, o Construcionista Social desenvolve e opera estruturas alternativas com objetivo de fornecer bens e serviços que atendem às lacunas governamentais e do setor privado. Por fim, o Engenheiro Social cria novos e eficazes sistemas sociais projetados para substituir os existentes quando não são adequados para atender as necessidades sociais significativas. O conceito definido pelos autores envolve a inovação, como o artigo de Mair e Marti (2006), entretanto, eles ampliam o conceito para processos ou atividades para descobrir, definir e explorar oportunidades com objetivo de aumentar a riqueza social. A tipologia proposta reflete a diversidade dos empreendedores sociais na forma como descobrem as oportunidades sociais, reúnem recursos necessários para buscar essas oportunidades, e impactam o sistema social. Ademais, os pesquisadores destacaram as principais preocupações éticas encontradas ao unir o pensamento econômico com o desejo de gerar riqueza social, como também, ofereceram uma agenda para pesquisas futuras sobre a ética no empreendedorismo social.

A pesquisa de Peredo e McLean (2006) recebeu 692 citações. Os autores expõem o compromisso de fornecer valor social que marca a divisão entre o social e outras formas de empreendedor, assim como o artigo de Mair e Marti (2006). Os autores realizam um exame analítico, crítico e sintético do empreendedorismo social através dos elementos “empreendedorismo” e “social”, concluindo com uma explicação flexível do conceito. Enfatizam que o empreendedorismo social é exercido para criar valor social através do

reconhecimento e exploração de oportunidades, empregando a inovação, tolerando riscos e recusando-se a aceitar limitações nos recursos disponíveis.

O trabalho de Dacin *et al.* (2010) obteve 602 citações e examinou a literatura sobre empreendedorismo social, avaliando as definições existentes até então e mostrando quais caminhos criam oportunidades para o futuro do campo. Por fim, a pesquisa de Short *et al.* (2010) foi o 5º artigo mais citado no *ranking* referente às publicações de 2000 a 2010 com 530 citações. O artigo faz uma revisão crítica das pesquisas existentes no campo do empreendedorismo social, propõe um modelo com objetivo de delinear seus limites conceituais e expõem oportunidades de pesquisa de empreendedorismo social futuro incorporando outras disciplinas, tais como, comportamento organizacional, *marketing* e abordagem cognitiva.

No que se refere aos artigos mais citados no período de 2011 a 2021, Dacin *et al.* (2011) foi o trabalho que mais se destacou com 465 citações. Os autores discutiram sobre o conceito e os motivos pelos quais os acadêmicos organizacionais deveriam se preocupar com a temática. Este artigo examina o empreendedorismo social como um domínio de investigação e sugere uma série de áreas de pesquisa e questões para estudos futuros. Entre as conclusões encontradas, os autores retrataram as deficiências na literatura existente, como por exemplo, as simplificações e generalizações sobre a natureza do fenômeno que servem para atrasar o trabalho nesta área.

O trabalho de Santos (2012) foi o segundo artigo mais citado entre 2011 e 2021, com 429 citações, fornecendo um quadro conceitual do empreendedorismo social e seu papel na sociedade moderna, propondo uma teoria que visa o avanço da pesquisa acadêmica. O autor define empreendedorismo social como a busca de soluções sustentáveis para problemas negligenciados com externalidades positivas, considerando que existe um *trade-off* entre criação e captura de valor, de modo que os *gaps* deixados pelo governo e mercado são terrenos frutíferos para o empreendedor social atuar e remodelar a natureza do sistema capitalista através de uma prosperidade mais compartilhada.

O artigo de Miller *et al.* (2012), com 339 citações, propôs um modelo conceitual que fornece uma estrutura explicando os processos e condições de como a compaixão incentiva o empreendedorismo social. Sequencialmente, os trabalhos de Bacq e Jansses (2011) e Smith *et al.* (2013) receberam 269 e 267 citações, respectivamente. Bacq e Jansses (2011) buscaram esclarecer o conceito de empreendedorismo social, empreendedor social e organização sociais, examinando se há uma divisão nas literaturas norte-americanas e europeias na forma como são concebidos e definidos tais conceitos, constatando que não há divisão conceitual bem delineada

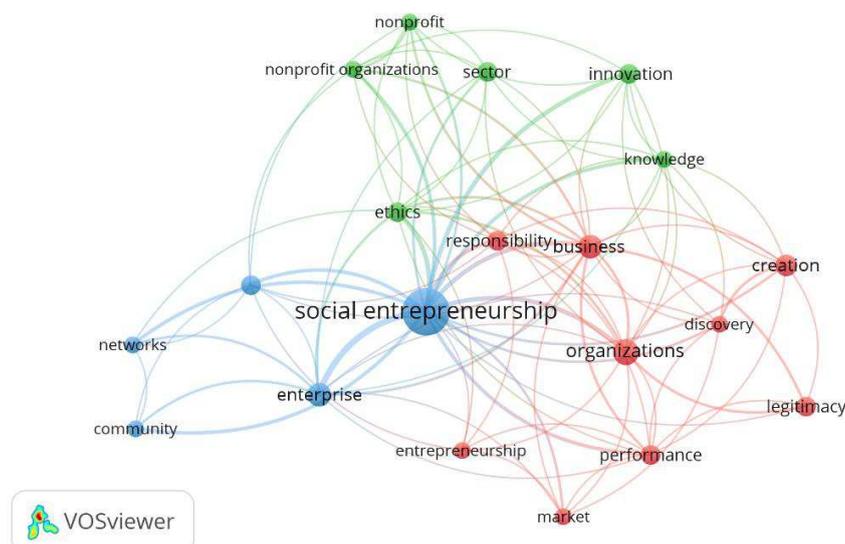
entre as literaturas. Por fim, o trabalho de Smith *et al.* (2013) buscou expandir a compreensão de empresas sociais, analisando as tensões que emergem de seus compromissos com as missões sociais e empreendimentos comerciais, o que representa compromissos no nível organizacional com estratégias com objetivos, lógicas, valores, normas e identidades divergentes. Conforme os autores, a natureza híbrida dos negócios sociais traz problemas para manter compromissos com os objetivos sociais e comerciais, para ganhar legitimidade com as partes interessadas e gerenciar as relações internas entre os membros.

Em síntese, os artigos mais citados são considerados conceituais e possuem sugestões de pesquisas interessantes que fomentaram as pesquisas posteriores. Além do mais, percebe-se uma influência da Abordagem Americana em suas definições, dado que focam no papel imprescindível do indivíduo denominado empreendedor social. Ademais, também é abordada a criação de valor social e a importância desse tipo de atividade para a sociedade.

4.1 Surgimento e evolução de palavras-chave

As palavras-chave indicam os tópicos de maior interesse para os pesquisadores da área. Ao total foram encontradas 192 palavras-chave no primeiro período (2000 a 2010) e 2.577 no segundo período (2011 a 2021). A análise referente ao primeiro período de análise foi realizada com palavras-chave que atenderam a frequência de coocorrência igual ou superior a 3 para facilitar a análise e excluir resultados insignificantes, resultando em 20 palavras-chave e 3 *clusters* em uma resolução igual a 0.70 (Figura 3). Quanto maior o valor da resolução, maior a quantidade de *clusters* gerados pelo *software*.

Figura 3 - Rede de Coocorrência de Palavras-Chave (2000 – 2010)



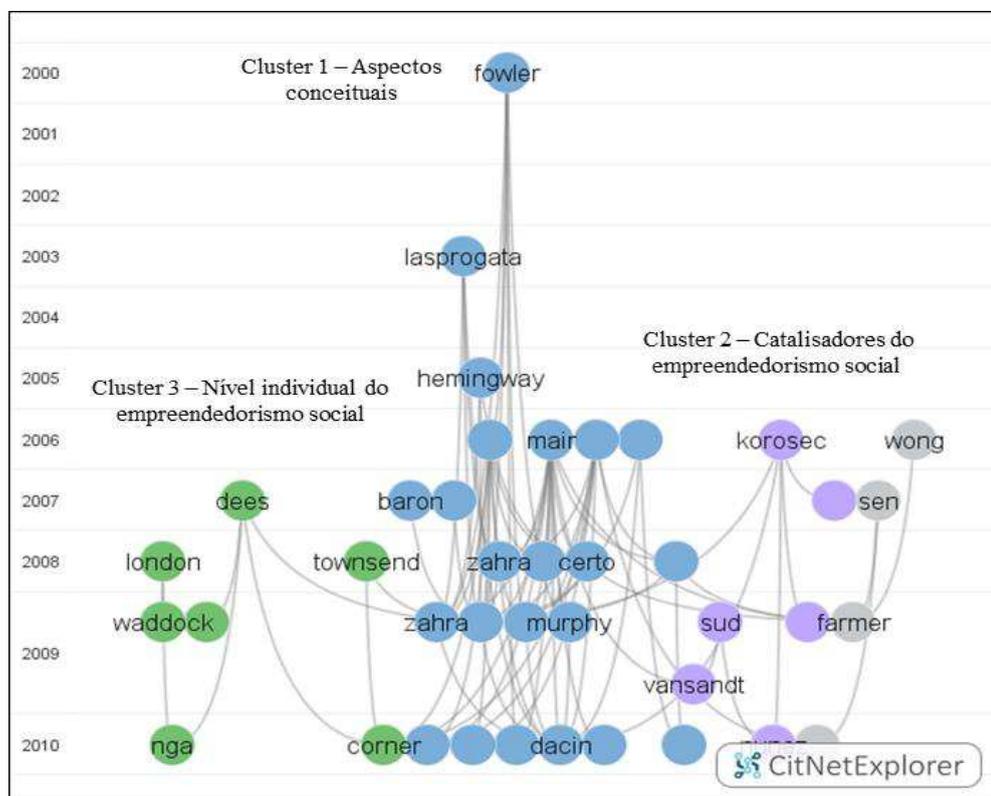
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Sequencialmente, as palavras-chave “empresa”, “inovação” e “performance” foram as que possuíram maior destaque com 137, 95 e 75 aparições respectivamente. Além do mais, nota-se duas perspectivas, uma fundamentada no empreendimento (nível organizacional) (Arogyaswamy, 2017; Doh, 2020; Galindo-Martín *et al.*, 2020) e a outra perspectiva envolvendo o empreendedor social (nível individual) (Dwivedi & Weerawardena, 2018; Luc, 2020; Satar & Natasha, 2019; Sulphey & Salim, 2020).

4.2 Drivers Teóricos do empreendedorismo social

Os dados também foram analisados através do *software* CitNetExplorer com objetivo de indicar o curso temporal autor-rede na estrutura do campo permitindo a verificação dos artigos *drivers* e de seus seguidores. A partir das publicações apontadas pelo *software* como *core publication* foi realizada uma análise de *cluster*. Em relação ao período de análise referente aos anos de 2000 a 2010, ao total foram encontradas 43 publicações pertencentes ao *core publications* com no mínimo uma *citation links*. A análise de *cluster* com resolução igual a 1.0, tamanho mínimo de *cluster* igual a 5 e com no mínimo 10 interações obteve 3 *clusters* de publicações historiograficamente mais relevantes e 4 publicações não clusterizados (Figura 5).

Figura 5 - Análise de *cluster* (2000 – 2010)



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

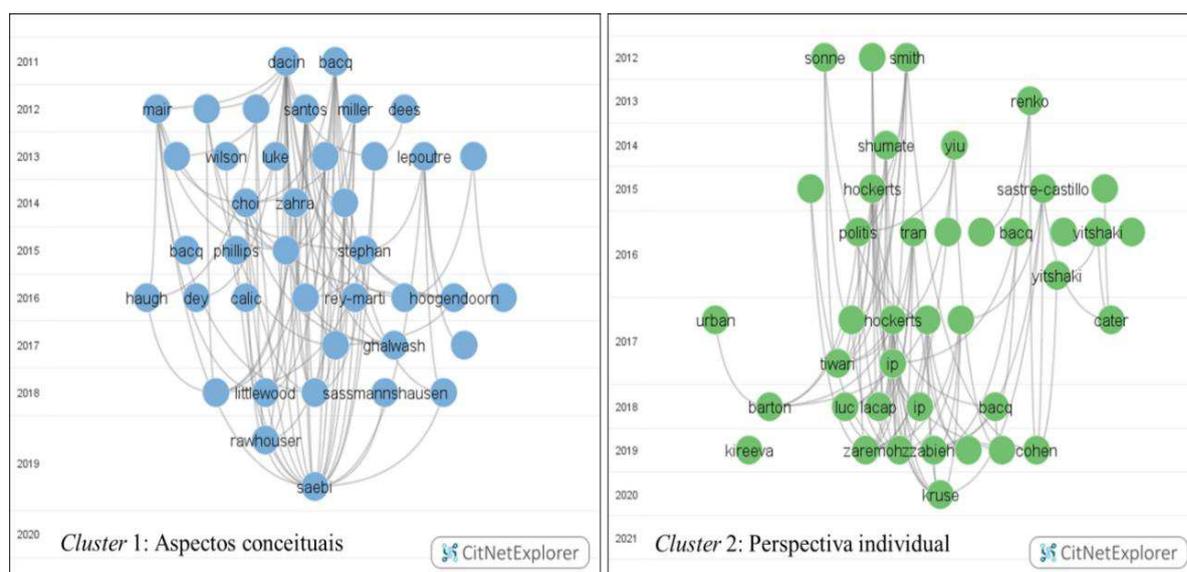
O campo azul (*cluster 1*), denominado “Aspectos conceituais”, possui a maior densidade formado por 26 publicações consideradas exponenciais. De forma geral, o *cluster* apresenta diversos artigos conceituais e teóricos relevantes para a literatura estudada. O grupo tem origem com o artigo de Alan Fowler, publicado em 2000, que explora o modo que o empreendedorismo social e a inovação cívica podem fornecer uma nova estrutura para as Organizações Não Governamentais e para o desenvolvimento. Apesar do artigo não apresentar um número suficiente de citações para compor o *ranking* dos artigos mais citados, é importante salientar que algumas pesquisas que se destacaram o citaram, tais como: Zahra *et al.* (2009); Peredo e McLean (2006); e Short *et al.* (2009).

O campo lilás (*cluster 2*), intitulado de “Catalisadores do empreendedorismo social”, possui 6 publicações e tem sua origem na pesquisa empírica de Korosec e Berman (2006) que examina como as cidades apoiam o empreendedorismo social em um trabalho qualitativo. Constata-se que, a maioria das publicações desse *cluster* examina os catalisadores institucionais e situacionais que potencializam o empreendedorismo social (são eles, Sullivan, 2007; Sud *et al.*, 2009; VanSandt *et al.*, 2009), como também focam nas características individuais que podem descrever ou explicar quem na sociedade provavelmente será (ou se tornará) um empreendedor social (Ryzin *et al.*, 2009).

No entanto, a publicação de Nunez (2010) se difere das demais, pois analisa o empreendedorismo social como modelo inovador para enfrentar a acentuada exclusão rural. Por fim, o campo verde (*cluster 3*), denominado de “Nível individual do empreendedorismo social”, é o grupo mais recente do período em análise, possui 7 publicações e tem origem no trabalho de Dees (2007) que buscou realçar a importância do tema para a sociedade de modo a legitimar o campo no contexto da academia, estimulando futuras pesquisas. De forma geral, o *cluster* é formado por estudos teóricos e focado no nível individual do empreendedorismo social. Os artigos exploram as características e motivações do empreendedor social e as suas contribuições para a sociedade.

Em relação ao período de análise referente aos anos de 2011 a 2021, ao total foram encontradas 367 publicações pertencentes ao *core publications* com no mínimo três *citation links*. A quantidade de *citation links* foi alterada no segundo período de análise devido a quantidade superior de publicações obtidas. Em relação a análise de *cluster*, com resolução igual a 1.0, tamanho mínimo de *cluster* igual a 30 e com no mínimo 10 interações, foram gerados 4 *clusters* e 22 publicações não clusterizadas. A Figura 6 apresenta os clusters 1 e 2 do período analisado.

Figura 6 - *Clusters* 1 e 2 (2011 – 2021)



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

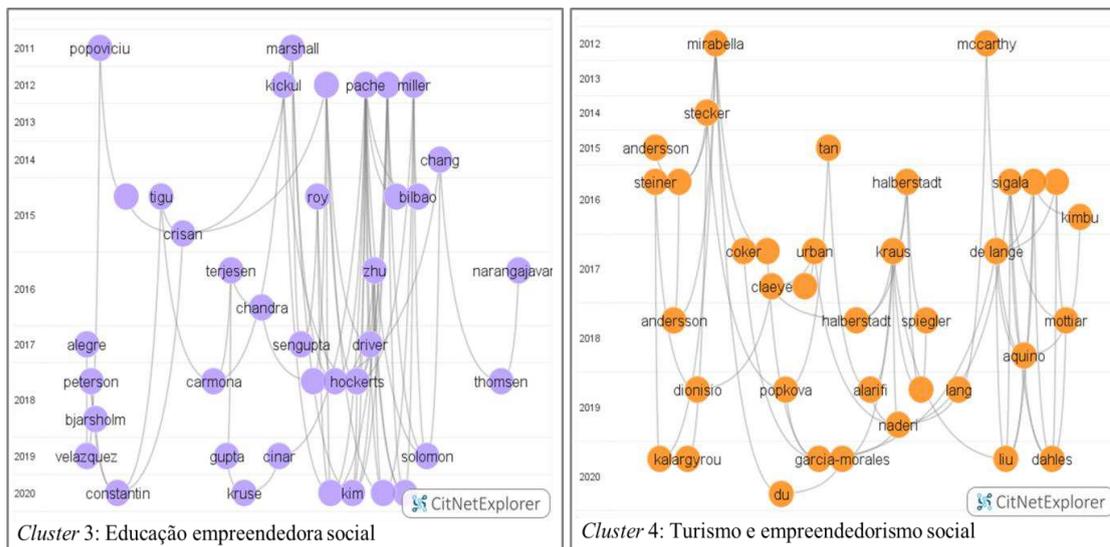
O campo azul (*cluster* 1), denominado de “Aspectos conceituais”, referente ao segundo período de análise obteve uma alta densidade com 201 publicações. Ademais, é importante salientar que todos os artigos no *ranking* dos mais citados no período se encontram neste *cluster* (Ver Tabela 4). O grupo iniciou-se com os trabalhos de Dacin *et al.* (2011), Bacq e Jansses (2011) e Partzsch e Ziegler (2011). Os dois primeiros trabalhos se destacaram na quantidade de citações, inclusive em publicações mais recentes. São trabalhos conceituais que buscam estimular o desenvolvimento da área e trazem uma definição conceitual amplamente aceita. No geral, os trabalhos do campo focam na análise organizacional do empreendedorismo social.

Em sequência, o campo em verde (*cluster* 2), nomeado de “Perspectiva individual”, possui 69 artigos e teve sua origem em 2012 com os trabalhos de Smith e Woodworth (2012), Wood (2012) e Sonne (2012). O artigo que mais se destacou no número de citações foi o trabalho de Hockerts (2017) que analisou os determinantes das intenções do empreendedorismo social. Em síntese, as publicações do grupo estão focadas no nível individual de análise e possuem a intenção de explorar os antecedentes, fatores e motivações que afetam as intenções do empreendedor social.

Os *clusters* 3 e 4 estão expostos na Figura 7. O campo em lilás (*cluster* 3), intitulado de “Educação empreendedora social”, é formado por 38 publicações. O grupo teve início com os trabalhos de Marshall (2011) e Popoviciu e Popoviciu (2011). Ambos os trabalhos possuem perspectiva teórica e analisam os empreendedores sociais com dois focos principais: que operam com fins lucrativos e internacionalmente (Marshall, 2011), e envolvendo o termo comunidade de prática com o objetivo de descobrir soluções inovadoras e sustentáveis para os

problemas identificados através de uma nova perspectiva de aprendizado baseado na interação de determinado grupo (Popoviciu & Popoviciu, 2011). De forma geral, o *cluster* é formado por várias pesquisas que envolvem a educação empreendedora, principalmente no contexto das universidades.

Figura 7: *Clusters* 3 e 4 (2011 – 2021)

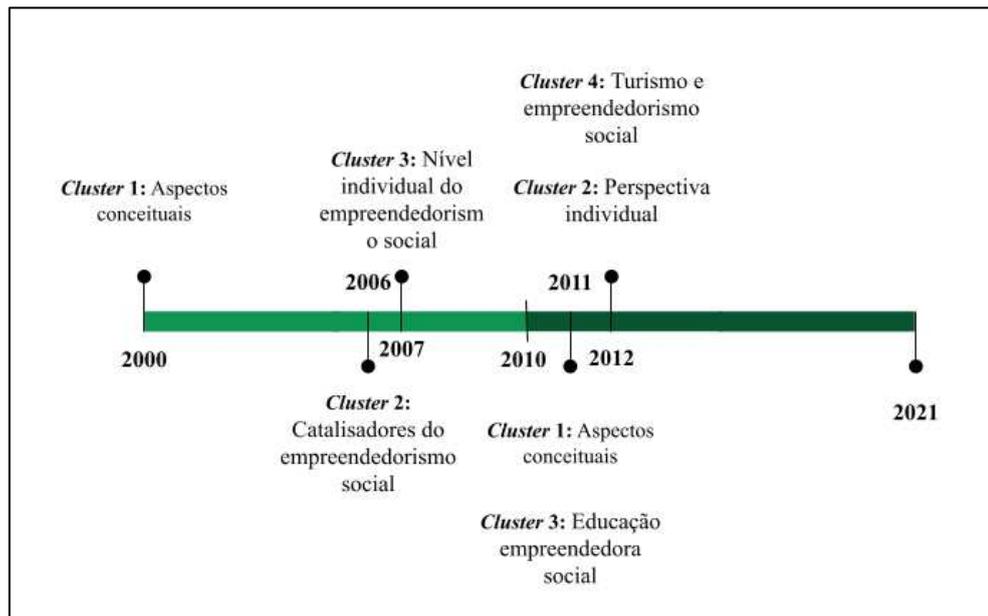


Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Por fim, o campo em laranja (*cluster* 4), intitulado de “Turismo e empreendedorismo social”, possui 37 artigos e contém o menor escore de citação em relação a todos os grupos da pesquisa. Em geral, o *cluster* é voltado para pesquisas envolvendo o empreendedorismo social e o turismo, como também uma perspectiva voltada para organizações sem fins lucrativos.

Em comparação com os dois períodos analisados, verifica-se que os primeiros *clusters* dos dois períodos possuem semelhanças, podendo significar que o *cluster* 1 do segundo período (2011 – 2021) é uma continuação do *cluster* 1 do primeiro período (2000 – 2010), inclusive eles possuem a mesma nomenclatura. Ademais, em relação à estrutura do campo retratada nos gráficos autor-rede, nota-se uma separação dos *clusters* de forma clara no primeiro período (2000 – 2010) e uma proliferação na quantidade de conexões, como também, uma conexão maior dos *clusters* que compõe o segundo período de análise (2011 – 2021). Com isso, pode-se deduzir que as pesquisas estão abordando perspectivas diferentes em seus trabalhos, como por exemplo a vinculação do empreendedorismo social com a atividade de turismo e a educação empreendedora. Isto reforça o argumento de que o empreendedorismo social é um tema multidisciplinar e complexo, e, por conta disso, a utilização de diversas perspectivas pode colaborar para o amadurecimento do campo na literatura. Por fim, segue Figura 8 que é a evolução histórica do tema em relação aos dois períodos de análise.

Figura 8: Historiografia do tema



Fonte: Elaboradas pelas autoras (2021).

Um fato importante é que as temáticas que começaram a serem abordadas a partir de 2011 continuam sendo utilizadas nas pesquisas mais recentes sobre o tema.

5. Conclusões

O objetivo da presente pesquisa foi analisar o estado da arte sobre empreendedorismo social, no período de 2000 a 2021, dividindo a análise em dois períodos para identificar as mudanças que ocorreram nas pesquisas sobre a temática. A escolha do período de análise se deu devido a maior quantidade de pesquisas abordando a temática nesses anos. Com base nos resultados, constatou-se que houve uma evolução nos períodos de análise em relação à quantidade de publicações e temas envolvendo o empreendedorismo social, ampliando-se as abordagens adotadas, porém, com foco ainda predominante em aspectos conceituais. Um aspecto importante a ser considerado é que a maioria dos estudos empíricos que abordam o tema empreendedorismo social no nível individual são direcionados para estudantes universitários. Constata-se, portanto, que há um *gap* de pesquisa que investiga as orientações comportamentais empreendedoras dos empreendedores sociais que já atuam no campo.

Os artigos mais citados nos dois períodos de análise possuem uma perspectiva teórica com poucas aplicações empíricas. As publicações mais antigas sobre o tema continuam se destacando na base teórica dos artigos mais atuais, indicando que alguns princípios do empreendedorismo social permanecem em busca de consolidação. Em relação às áreas de pesquisa, é importante destacar que a área de negócios se destacou durante todo o período de análise. Esse fato colabora com as pesquisas que apontam o empreendedorismo social como

um novo modelo de negócio imerso na lógica de negócios híbridos. Em relação à unidade de análise, desde o início percebe-se uma separação em duas linhas de pesquisa, uma voltada para estudar o empreendimento e outra voltada para estudar o empreendedor social. Entretanto, essa divisão ficou mais nítida somente no segundo período de análise.

Por fim, o presente estudo contribui para compreender como a historiografia sobre empreendedorismo social está sendo moldada. Além disso, percebe-se que muitos artigos sobre esse tema possuem propostas conceituais e faltam estudos que abordem a temática por meio de estudos empíricos em diferentes contextos, o que pode direcionar a realização de estudos futuros.

Referências Bibliográficas

Observação: A lista de referências encontra-se no final do documento.

CAPÍTULO 2

**INDICADORES DO COMPORTAMENTO DOS
EMPREENDEDORES SOCIAIS EM NÍVEL
INDIVIDUAL**

Indicadores do comportamento dos empreendedores sociais em nível individual

Indicators of the behavior of social entrepreneurs at the individual level

Indicadores del comportamiento de los emprendedores sociales a nivel individual

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo identificar os indicadores do comportamento dos empreendedores sociais em nível individual que estão sendo explorados nas pesquisas sobre o tema e a estrutura conceitual associada a esta mensuração. Adotou-se uma abordagem quali-quantitativa de natureza descritiva e exploratória. As bases de dados utilizadas foram a *Web of Science* (WoS) e o Scopus. A amostra da pesquisa foi composta por artigos publicados entre os anos de 2000 a 2020. Foi constatada a existência de três tipos principais de linhas de pesquisa, são elas: a intenção social empreendedora, características comportamentais, e orientação social empreendedora. Entre os indicadores, os de maior destaque são: a autoeficácia empreendedora, suporte social, experiência anterior, obrigação moral e empatia.

Palavras-chave: empreendedorismo social; indicadores; comportamento.

ABSTRACT

This research aims to identify the indicators of the behavior of social entrepreneurs at an individual level that are being explored in research on the topic and the conceptual framework associated with this measurement. A qualitative-quantitative approach of a descriptive and exploratory nature was adopted. The databases used were the Web of Science (WoS) and Scopus. The research sample consisted of articles published between the years 2000 to 2020. It was found the existence of three main types of research lines, they are: entrepreneurial social intention, behavioral characteristics, and entrepreneurial social orientation. Among the indicators, the most prominent are: entrepreneurial self-efficacy, social support, previous experience, moral obligation and empathy.

Keywords: social entrepreneurship; indicators; behavior.

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo identificar los indicadores del comportamiento de los emprendedores sociales a nivel individual que están siendo explorados en investigaciones sobre el tema y el marco conceptual asociado a esta medición. Se adoptó un enfoque cualitativo-quantitativo de carácter descriptivo y exploratorio. Las bases de datos utilizadas fueron Web of Science (WoS) y Scopus. La muestra de investigación estuvo conformada por artículos publicados entre los años 2000 a 2020. Se encontró la existencia de tres tipos principales de líneas de investigación, estas son: intención social emprendedora, características conductuales y orientación social emprendedora. Entre los indicadores, los más destacados son: autoeficacia emprendedora, apoyo social, experiencia previa, obligación moral y empatía.

Palabras clave: el emprendimiento social; indicadores; conducta.

1 INTRODUÇÃO

A literatura sobre empreendedorismo contempla estudiosos de várias nacionalidades com inúmeras perspectivas. São diversos campos do conhecimento que se detém ao estudo da temática (Chandra, 2018) e é notória a atenção recebida nas economias do mundo inteiro (Chandra, 2018; Ferreira, Pinto & Miranda, 2015). No âmbito governamental, atualmente a maioria dos gestores públicos busca incentivá-lo e desenvolvê-lo como um objetivo político importante (Block *et al.*, 2017; Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2020). Esse cenário emergiu a partir das transformações históricas e sociais quando a forte intervenção estatal deu lugar a um discurso que torna o indivíduo responsável pela sua condição de empregabilidade e impulsionou a competição entre os agentes econômicos (Tavares & Rodrigues, 2015). Com isso, o empreendedorismo tornou-se um mecanismo de mudança poderoso para o desenvolvimento econômico e social (GEM, 2020).

Desde a década de 1940, Schumpeter (1943) mencionava a relevância desse tipo de atividade. Em seus estudos, o autor afirma que o empreendedor identifica as necessidades da sociedade e cria soluções através de novos padrões produtivos ou processos, e, até mesmo, pela introdução de novos produtos no mercado. As ações dos empreendedores influenciam as mudanças ambientais dentro do sistema através de combinações imaginárias de ofertas, mercados e meios de trazer essas ofertas à existência (Davidsson, 2015). Com isso, o empreendedor transforma a sociedade e pode ser considerado como um agente revolucionário através de indivíduos que descobrem, avaliam e exploram oportunidades inovadoras (Schumpeter, 1943). Esta concepção está intimamente ligada à visão do empreendedor inovador. Ele é concebido como um ator intensivo em conhecimento envolto em um processo de aprendizagem usando e transformando o conhecimento existente e gerando novos conhecimentos (Malerba & McKelvey, 2020).

Por outra perspectiva, algumas linhas de estudos apontam a baixa renda tanto à causa quanto ao efeito dos altos níveis de atividade empresarial, dado que, os efeitos da atividade empreendedora dependem do tipo de empreendedorismo e o contexto em que se encontra (GEM, 2020). Além do mais, a lógica das empresas tradicionais é respaldada em uma mentalidade pela qual cada objetivo estratégico deve responder ao objetivo da rentabilidade. Tais ideologias estão impregnadas nas relações sociais e afetam a sociedade negativamente. Conforme, Dey e Steyaert (2016) apontaram, a governabilidade neoliberal coloca uma forte ênfase em indivíduos proativos em prol da busca para melhorar seu próprio bem-estar, concebendo indivíduos egoístas e oportunistas.

Esse cenário favorece as desigualdades na sociedade moderna. A maioria absoluta dos pobres vive em situações de risco socioambiental nos países em desenvolvimento (Moura *et al.*, 2015). Pela primeira vez em duas décadas, a busca pelo fim da pobreza sofreu seu pior revés (World Bank, 2020b). A pobreza extrema deve afetar entre 9,1% e 9,4% da população mundial em 2020 (The World Bank, 2020). Nesse sentido, a sociedade sofre com várias necessidades sociais que não têm sido plenamente atendidas pelo poder públicos ou empresas tradicionais (Singh & Inbanathan, 2018), e os modelos de negócios podem criar ou potencializar os problemas que prejudicam as sociedades. Neste contexto, se torna essencial iniciativas que equilibrem riqueza econômica, benefícios sociais (Zahra & Wright, 2016) e preservação do meio ambiente.

É neste cenário que o Empreendedorismo Social surgiu e vem ganhando espaço nas economias mundiais, integrando modelos de negócios sustentáveis influenciados pelas necessidades da sociedade que são decorrentes das lacunas governamentais (Barki *et al.*, 2015) ou do próprio mercado convencional. Dessa forma, os empreendedores sociais são definidos como indivíduos fornecedores de ideias que causam mudanças em nível sistêmico por gerarem soluções inovadoras para os desafios da sociedade (Ashoka, 2021; Barki *et al.*, 2019; Jia & Desa, 2020; Nga & Shamuganathan, 2010; Waddock & Post, 1991). Ademais, muitos autores conceituam o Empreendedorismo Social baseado em sua dupla missão – geração de valor econômico e social – ou como uma atividade empreendedora que cria valor social (Saebi *et al.*, 2018).

Entretanto, percebe-se uma lacuna de estudos com objetivo de compreender as características inerentes ao empreendedor social (Dionisio, 2019) e existe uma inconsistência prevalecendo em relação aos traços, atitudes e habilidades constatadas (Satar & Natasha, 2019), reforçando a necessidade de estudos mais aprofundados sobre os elementos de mensuração no nível individual. Devido à relevância que o empreendedorismo social tem assumido na solução de problemas da sociedade, torna-se uma questão chave analisar os seus elementos de mensuração em nível individual.

Isto posto, esta pesquisa tem como objetivo identificar os indicadores do comportamento dos Empreendedores Sociais em nível individual que estão sendo explorados nas pesquisas sobre o tema e a estrutura conceitual associada a esta mensuração. A pesquisa se justifica, por um lado, pela necessidade de conhecer com mais detalhamento o comportamento em nível individual dos empreendedores sociais, e por outro lado, para contribuir com a literatura no campo, buscando identificar e sistematizar a estrutura conceitual que está sendo adotada nesses estudos.

Este artigo encontra-se estruturado em cinco seções. Seguindo desta introdução, apresenta-se o referencial teórico que aborda os indicadores do comportamento empreendedor em nível individual. Na terceira seção, detalham-se os procedimentos metodológicos. Os resultados são apresentados e discutidos na quarta seção. E, por fim, têm-se as considerações finais dos autores.

2 INDICADORES DO COMPORTAMENTO INDIVIDUAL DOS EMPREENDEDORES SOCIAIS

O empreendedorismo social emergiu como uma forma organizacional complexa que utiliza métodos baseados no mercado de forma promissora para resolver questões sociais desafiadoras (Miller *et al.*, 2012). Ressalta-se que o interesse pelo tema aumentou substancialmente nos últimos anos (Carmona *et al.*, 2018). Como um campo emergente, constata-se uma dispersão na literatura, desfavorecendo a construção de um conceito consolidado e universalmente aceito (Carmona *et al.*, 2018).

No entanto, o alicerce básico que dá sustentação aos conceitos apresentados na literatura apresenta questões sociais no cerne de suas discussões (Carmona *et al.*, 2018; Mair & Martí, 2006; Peredo & McLean, 2006; Sassmannshausen & Volkmann, 2018) e estão relacionados intimamente ao ajuste do equilíbrio social através da geração de valor social (Singh & Inbanathan, 2018). Entende-se por criação de valor social providências que impliquem

solucionar e satisfazer as necessidades básicas da sociedade, como por exemplo: alimentação, abrigo, saúde básica, e educação etc. (Muralidharan & Pathak, 2018; Ruyscher *et al.*, 2017).

A maioria das definições enfatiza a natureza híbrida de combinar uma missão social com atividades empresariais (Pache & Santos, 2013; Saebi *et al.*, 2018; Smith *et al.*, 2013; Muñoz & Kimmitt, 2019). Dessa forma, tais empreendedores esforçam-se para equilibrar o impacto social e a sustentabilidade financeira buscando na inovação uma resposta em direção à sobrevivência organizacional e, por fim, o atingimento dos objetivos sociais abordando problemas sociais existentes (Dwivedi & Weerawardena, 2018; Bergamini *et al.*, 2017). Dessa forma, a identificação de oportunidades nos empreendimentos sociais surge mediante a existência de um problema social.

O fornecimento de bens e serviços para os empreendedores sociais não é um fim em si mesmo, mas parte integrante de uma intervenção para alcançar objetivos sociais, contribuindo assim para uma mudança social (Grieco, 2018). Dessa forma, uma missão social é central para os empreendedores sociais, pois afeta a maneira como esses indivíduos percebem e avaliam oportunidades na sociedade, através do desenvolvimento de ofertas de valor com base em uma visão orientada para o interesse coletivo associado às demandas da sociedade que não são atendidas de forma convencional (Muralidharan & Pathak, 2018).

Isto posto, as diferenças entre os empreendedores tradicionais e sociais começam na identificação da oportunidade, uma vez que os gaps de mercado criam diferentes percepções de oportunidades empresariais para o empreendedor social e comercial (Austin *et al.*, 2006). Os empreendedores sociais tendem a buscar novas maneiras de criar valor para as comunidades-alvo e, neste esforço, eles devem examinar ativamente o ambiente externo, usar os recursos existentes economicamente (Dwivedi & Weerawardena, 2018), além de ser impulsionado principalmente por sua missão social de criar valor social para as comunidades-alvo (Dwivedi & Weerawardena, 2018; Kannampuzha & Hockerts, 2019; Macke *et al.*, 2018; Mair & Martí, 2006).

Uma vez que o empreendedor social é impulsionado por problemas sociais, fatores contextuais desfavoráveis para o empreendedor comercial, baseado em indicadores de mercado, podem ser vistos como uma oportunidade (Austin *et al.*, 2006). Isso ocorre devido ao objetivo de atender às necessidades sociais decorrentes de uma falha ou ausência de oferta de mercado. Assim, durante tempos econômicos difíceis, muitas empresas sociais despontam para atender as necessidades que emergiram, apesar de um ambiente desfavorável de financiamento (Austin *et al.*, 2006). Em síntese, eles diferem-se no que diz respeito à motivação e ao propósito (Sulphey & Alkahtani, 2017).

Os estudos que investigam as características empreendedoras em nível individual tiveram origem no trabalho de Robinson e Huefner (1991), no qual os autores desenvolveram um modelo consistente para avaliar as atitudes empreendedoras (Satar & Natasha, 2019). Posteriormente, várias foram as tentativas de estudar o empreendedorismo social em nível individual com diferentes perspectivas e lentes teóricas. A diversidade em torno da definição de empreendedorismo social também é encontrada nas escalas que medem a orientação para o empreendedorismo social (Sulphey & Salim, 2020). Com isso, o Tabela 1 expõe as vertentes dos estudos que abordam o empreendedorismo social em nível individual.

Tabela 1

Tipologia dos estudos em nível individual

Tipologias	Dimensões abordadas	Autores
Determinantes e antecedentes	Autoeficácia, Suporte social, Experiência anterior, Apoio educacional, Atomização e extirpação, Perspectiva restritiva, Uniformidade de explicação, Empatia, Obrigação moral.	(Akhter <i>et al.</i> , 2020; Chipeta <i>et al.</i> , 2020; Hockerts, 2015; Lacap <i>et al.</i> , 2018)
Traços de personalidade e características comportamentais	Amabilidade, Extroversão, Neuroticismo, Abertura, Conscienciosidade, Capital social, Criatividade, Proatividade, Amor compassivo, Traços pessoais e sociais do empreendedor social, Traços inovadores do empreendedor social, Traços de execução do empreendedor social, etc.	(Capella Peris <i>et al.</i> , 2016; Kedmencé <i>et al.</i> , 2015; Nga & Shamuganathan, 2010; Ryzin <i>et al.</i> , 2009; Sulphey & Alkahtani, 2017)
Intenção empreendedora social	Capital social, Desejabilidade percebida, Autoeficácia, Expectativas de resultado, Atitude em relação ao comportamento, Normas subjetivas, Controle comportamental percebido, Atitude para se tornar um empreendedor social, Inteligência emocional, Criatividade, Obrigação moral.	(Ha <i>et al.</i> , 2020; Luc, 2020; Tiwari <i>et al.</i> , 2017b, 2017a)
Orientação empreendedora social	Inovação, Inovação social, Proatividade, Gerenciamento dos riscos, Orientação eficaz, Orientação para a missão social, Assunção de riscos sociais, Socialidade, Comportamentos de abertura do líder, Comportamentos de fechamento do líder, Paixão social, Visão social.	(Dwivedi & Weerawardena, 2018; Kraus <i>et al.</i> , 2017; Martínez-Climent <i>et al.</i> , 2019; Satar & Natasha, 2019; Sulphey & Salim, 2020)
Motivações	Interesse próprio, Modelo de negócio alternativo e Motivação Pró-social.	(Humbert & Roomi, 2018)

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir da revisão teórica.

Como apresentado no Tabela 1, os antecedentes e determinantes estão relacionados a fontes externas e intrínsecas ao empreendedor social analisando os fatores de influência e vies dos empreendedores sociais. Dentre eles, a autoeficácia do empreendedor social se destacou, estando presente em quase todos os artigos que se encaixam nessa categoria, como também, foi exposto nos trabalhos que abordaram a intenção social empreendedora. As perspectivas de autoeficácia abordam a crença de que problemas sociais eminentes podem ser resolvidos pelos empreendedores sociais (Akhter *et al.*, 2020; Hockerts, 2015, 2017; Lacap *et al.*, 2018). Entretanto, a intenção não é determinada apenas pela autoeficácia de um indivíduo, mas também pela presença percebida de redes de suporte que podem ajudá-los a alcançar o resultado pretendido e a familiaridade com problemas sociais devido à experiência anterior (Hockerts, 2017).

Sequencialmente, os traços de personalidade e características comportamentais buscam suas fontes na psicologia para analisar sua relação com os empreendedores sociais. Os aspectos da personalidade são estáveis ao longo do tempo e estão associados a uma ampla gama de comportamentos individuais que ajuda a explicar as diferenças das ações individuais em situações semelhantes (Llewellyn & Wilson, 2003). Com isso, a personalidade individual dos empreendedores sociais fornece o ímpeto para uma grande força de vontade que impulsiona suas paixões, inovação e interações sociais (Nga & Shamuganathan, 2010).

A intenção empreendedora social é vista como uma variável dependente nos estudos que abordam o empreendedorismo social em nível individual. Ha *et al.* (2020) analisa os efeitos do

capital social na intenção social empreendedora e concluem que a autoeficácia social empreendedora e a desajustabilidade percebida não apenas afetam diretamente a intenção empreendedora social, mas também desempenham papéis mediadores na ligação entre o capital social e a intenção empreendedora social. Além do mais, Luc (2020) baseia-se no trabalho de Schwartz (1992) para analisar as expectativas de resultado e a intenção empreendedora social integrando a teoria social cognitiva da carreira e o comportamento planejado. Em relação às dimensões intrínsecas ao empreendedor social, Tiwari *et al.* (2017a) apoiam uma forte ligação entre a criatividade e as intenções empreendedoras sociais.

Em sequência, a orientação empreendedora social individual é um conceito em evolução (Sulphrey & Salim, 2020) e a literatura atual não contém uma escala consolidada de medição de orientação individual para o empreendedorismo social (Satar & Natasha, 2019; Sulphrey & Salim, 2020). Seu conceito representa uma orientação comportamental (Dwivedi & Weerawardena, 2018) e, por conta disso, possui algumas dimensões em comum com as pesquisas que abordam os traços de personalidade e características comportamentais.

Por fim, não existem muitas pesquisas que se detêm a focar na análise dos motivadores dos empresários sociais especificamente em nível individual. No entanto, Humbert e Roomi (2018) averiguaram a relação entre motivações, desempenho social e econômico entre mulheres empresárias sociais. Os resultados demonstram que a missão social é central e que a busca por modelos de negócios alternativos é a motivação-chave.

Assim, torna-se relevante investigar como esses aspectos estão sendo explorados na literatura que envolve os elementos de mensuração de empreendedorismo social em nível individual.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa teve como objetivo identificar os indicadores do comportamento dos Empreendedores Sociais em nível individual que estão sendo explorados na literatura sobre o tema e a estrutura conceitual associada a esta mensuração. Para tanto, adotou-se uma abordagem quali-quantitativa de natureza descritiva e exploratória.

A fonte de dados foi secundária e as bases de dados utilizadas foram a *Web of Science* (WoS) e o Scopus. A busca foi realizada em janeiro de 2021. A amostra da pesquisa foi composta por artigos publicados entre os anos de 2000 a 2020 que tiveram no título da pesquisa o termo “*social entrepreneur**” e nos tópicos (título, resumo ou palavras-chave) o termo “*measure*”. Foi utilizado um caractere chave (*) para localizar plurais e variantes do termo “*social entrepreneur*”. As coleções da *Web of Science* selecionadas foram: *Science Citation Index Expanded* (SCI-EXPANDED), *Social Sciences Citation Index* (SSCI), e *Emerging Sources Citation Index* (ESCI).

Foram encontrados 57 artigos na *Web of Science* e 58 no Scopus. Entretanto, com o refinamento da pesquisa, verificou-se que alguns artigos estavam presentes nas duas bases de dados. Com isso, restaram 79 artigos ao total, os quais foram novamente submetidos a um refinamento a partir das análises de seus textos, e somente aqueles que apresentaram indicadores do empreendedorismo social no nível individual compuseram a amostra. Dessa forma, a amostra final foi formada por 23 artigos.

O *corpus* textual analisado foi composto pelos resumos dos artigos e as palavras-chave. Os dados dos resumos e palavras-chave foram tratados com apoio do *software Interface de R pour Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires* (Iramuteq) que permite a realização de análise de dados textuais ou análise lexical, isto é, a análise de material verbal transcrito decorrente de textos produzidos em diferentes situações, os quais são fontes de dados usadas tradicionalmente nas pesquisas em Ciências Humanas e Sociais (Camargo & Justo, 2013). Com esse tipo de análise busca-se superar a dicotomia clássica entre quantitativo e qualitativo na análise de dados, ao possibilitar que “se quantifique e empregue cálculos estatísticos sobre variáveis essencialmente qualitativas – os textos” (Camargo & Justo, 2013). Além disso, Ang *et al.* (2016) enfatiza que o uso de *softwares* na pesquisa gera mais rigor e confiabilidade à pesquisa.

Assim, foram realizadas análises lexicais, nas quais o *software* identificou e reformatou as unidades de texto analisadas, transformando Unidades de Contexto Iniciais (UCI) em Unidades de Contexto Elementares (UCE), de modo a identificar a quantidade de palavras, a frequência média e número de hapax (palavras com frequência um); além disso, pesquisou o vocabulário e reduziu das palavras com base em suas raízes (lematização) e criou o dicionário de formas reduzidas, identificando as formas ativas e suplementares (Camargo & Justo, 2013)

Por fim, foram utilizadas as seguintes técnicas de análise de dados: 1) O método da Classificação Hierárquica Descendente (CHD) para obter uma classificação organizada em classes de segmentos de texto e a relação entre as classes segundo os seus respectivos vocábulos; 2) Análise Fatorial por Correspondência (AFC) que retoma as frequências e os valores de correlação com base no teste qui-quadrado ($\chi^2 > 3,8$) de cada palavra do *corpus* analisado e a sua significância para o *cluster* ($p\text{-value} < 0,05$); 3); Análise de similitude para identificar as co-ocorrências entre as palavras, indicando a conexão entre elas para identificar a estrutura de um *corpus* textual.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção apresenta os resultados da análise bibliométrica associada à revisão da literatura sobre indicadores do empreendedorismo social em nível individual. O *corpus* geral foi constituído por 23 textos, separados em 128 segmentos de texto (STs), com aproveitamento de 91 STs (71,09%). O *corpus* textual alcançou bons resultados e garantiu a confiabilidade para a realização da CHD, considerando que 70% é o índice mínimo de Unidades de Contexto Elementares (UCE) aceitável para o tratamento de dados no *software* (Camargo & Justo, 2013). Além do mais, emergiram 4.533 ocorrências (palavras, formas ou vocábulos), sendo 1.233 palavras distintas e 724 com uma única ocorrência.

4.1 Classificação Hierárquica Descendente (CHD)

Realizou-se uma análise de Classificação Hierárquica Descendente (CHD) para analisar um conjunto textual centrado em um tema auxiliando na identificação de conexões e categorização com base na análise lexical através da proximidade, frequência, percentual e força de relação entre as palavras do *corpus* textual. O conteúdo analisado foi categorizado em

cinco classes: Classe 1, com 16 STs (17,58%); Classe 2, com 18 STs (19,78%); Classe 3, com 20 STs (21,98%); Classe 4, com 21 STs (23,08%); e Classe 5, com 16 STs (17,58%). As cinco classes encontram-se segmentadas em duas ramificações principais (A e B) do *corpus* total em análise. O *subcorpus* A é formado apenas pela Classe 1 e o *subcorpus* B é formado pelas demais classes e possui duas ramificações (B1 e B2). A Figura 1 apresenta o resultado da CHD com as palavras que obtiveram $X^2 > 3,8$ ($p < 0,05$).

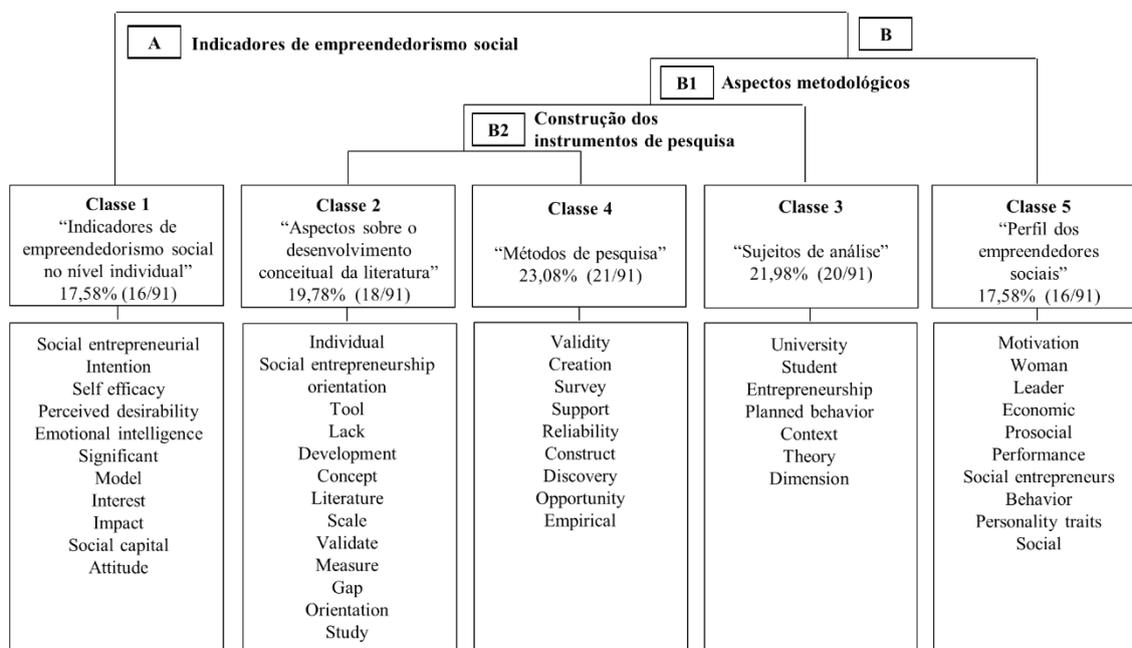


Figura 1. Classificação Hierárquica Descendente.

Fonte: Dados da pesquisa adaptados e estratificados pelo *software* Iramuteq, 2021.

O *subcorpus* A foi intitulado por “Indicadores de empreendedorismo social” e composto somente pela Classe 1. Essa classe foi intitulada “Indicadores de intenção empreendedora social no nível individual” e foi constituída por palavras e radicais no intervalo entre $X^2 = 6.57$ (*attitude*) e $X^2 = 42.47$ (*social entrepreneurial*). É caracterizado por palavras que apresentam os antecedentes e características que influenciam a intenção social empreendedora (*self-efficacy*, *perceived desirability*, *emotional intelligence*, *capital social*). Conforme os artigos da base de dados, existem antecedentes que influenciam a intenção empreendedora social que podem emergir do ambiente externo ou são intrínsecos ao empreendedor. São exemplos de forças externas que influenciam os empreendedores sociais: obrigação moral (Hockerts, 2015; Lacap *et al.*, 2018; Tiwari *et al.*, 2017a), experiência anterior (Akhter *et al.*, 2020; Lacap *et al.*, 2018) e suporte social (Akhter *et al.*, 2020; Hockerts, 2015; Lacap *et al.*, 2018). Ademais, são tipos de características inerentes ao empreendedor social que influenciam na intenção empreendedora social: autoeficácia (Akhter *et al.*, 2020; Ha *et al.*, 2020; Hockerts, 2015; Lacap *et al.*, 2018; Tiwari *et al.*, 2017b), empatia (Hockerts, 2015; Lacap *et al.*, 2018; Petrovskaya & Mirakyan, 2018), inteligência emocional (Tiwari *et al.*, 2017a) e criatividade (Kedmenec *et al.*, 2015; Capella Peris *et al.*, 2016; Sulphay & Alkahtani, 2017; Tiwari *et al.*, 2017a; Ryzin *et al.*, 2009).

É importante salientar que a criatividade foi citada tanto como uma dimensão para a intenção empreendedora, como também, um indicador ou variável de pesquisas que buscavam

medir o empreendedorismo social ou indicar as características do empreendedor social. Ademais, dentre os indicadores, Hockerts (2015) sugere que a autoeficácia empreendedora e o suporte social percebido têm um grande impacto nas intenções empreendedoras sociais. Em síntese, essa classe é formada, em sua maioria, por dimensões que mensuram a intenção empreendedora social.

O *subcorpus* B foi intitulado de “Características da pesquisa” e foi formado pelas ramificações B1 (aspectos metodológicos) e B2 (construção dos instrumentos de pesquisa) e pelas Classes 2, 3, 4 e 5. Ele aborda as principais características das pesquisas sobre mensuração de empreendedorismo social em nível individual tanto no âmbito metodológico, como também, em relação aos conceitos-chave abordados sobre o empreendedor social. A Classe 2 foi denominada de “Aspectos sobre o desenvolvimento conceitual da literatura” e formada por palavras e radicais no intervalo entre $X^2 = 4.09$ (*study*) e $X^2 = 30.06$ (*individual*). Alguns artigos apontam que existe uma lacuna de estudos que mensuram a orientação empreendedora social (Dwivedi & Weerawardena, 2018; Kraus *et al.*, 2017; Satar & Natasha, 2019; Sulphey & Salim, 2020) de modo que seus estudos buscam sanar tais *gaps*.

A orientação empreendedora social possui semelhanças com as pesquisas que abordam a intenção social empreendedora. Entretanto, percebe-se que as pesquisas que abordam a orientação são recentes e todas abordam as dimensões proatividade e gerenciamento/assunção de riscos em suas escalas de mensuração. Além dessas, a parte da literatura sobre os indicadores no nível individual aborda a inovação (Dwivedi & Weerawardena, 2018; Kraus *et al.*, 2017; Martínez-Climent *et al.*, 2019), orientação para missão social (Dwivedi & Weerawardena, 2018) e visão social (Sulphey & Salim, 2020) como dimensões. Todas essas dimensões possuem conexão com os conceitos abordados na Escola da Abordagem Americana, conforme destacam Machado *et al.* (2017).

A Classe 4 foi nomeada de “Métodos de pesquisa” e formada por palavras e radicais no intervalo entre $X^2 = 6.35$ (*empirical*) e $X^2 = 20.51$ (*validity*). As pesquisas analisadas utilizam métodos quantitativos ou quali-quantitativos para modelar *frameworks* conceituais relacionando variáveis independentes e dependentes com base no resultado dos testes estatísticos, como por exemplo, o estudo de Ha *et al.* (2020). Ressalta-se que a abordagem nesta classe aponta para a natureza empírica das pesquisas, envolvendo uma comparação entre as hipóteses deduzidas da literatura e os resultados dos testes empíricos (Provdanov & Freitas, 2013).

A Classe 3 foi intitulada de “Sujeitos de análise” e formada por palavras e radicais no intervalo entre $X^2 = 5.14$ (*dimension*) e $X^2 = 18.78$ (*university*). É caracterizado por palavras que expressam aspectos metodológicos relacionados aos sujeitos de análise. Uma grande parte dos estudos que compõe a amostra utilizou a *survey* como método de pesquisa e aplicou questionários com a amostra (Akhter *et al.*, 2020; Capella Peris *et al.*, 2016; Ha *et al.*, 2020; Petrovskaya & Mirakyan, 2018; Sulphey & Salim, 2020; Tiwari *et al.*, 2017b, 2017a). A maioria das pesquisas foi direcionada para alunos. Algumas pesquisas foram direcionadas para estudantes universitários em diferentes cidades do mundo, como, por exemplo, Arábia Saudita (Sulphey & Salim, 2020), Bangladesh (Akhter *et al.*, 2020), Vietnã (Ha *et al.*, 2020), e cidades localizadas na Índia (Tiwari *et al.*, 2017a, 2017b). Além do mais, outras também foram direcionadas a professores e especialistas em empreendedorismo social (Capella Peris *et al.*, 2016; Ebrashi, 2013; Kraus *et al.*, 2017) e membros de organizações não lucrativas (Dwivedi

& Weerawardena, 2018). Alguns estudos da amostra investigada foram direcionados para empreendedores sociais, abordando suas características (Carraher *et al.*, 2016; Petrovskaya & Mirakyan, 2018; Sulphrey & Alkahtani, 2017) e suas motivações (Humbert & Roomi, 2018).

Por fim, a Classe 5 foi intitulada “Perfil dos empreendedores sociais” e foi formada por palavras e radicais no intervalo entre $X^2 = 5.53$ (social) e $X^2 = 46.82$ (motivation). Os empreendedores sociais são indivíduos que possuem habilidade de equilibrar aspectos sociais e econômicos (Dacin *et al.*, 2011), motivados pela missão social (Dwivedi & Weerawardena, 2018; Humbert & Roomi, 2018; Kannampuzha & Hockerts, 2019; Macke *et al.*, 2018). Entretanto, os estudos apontam que o lucro não é o fim em si mesmo, mas é concebido como forma de viabilizar ou impulsionar o impacto social. Inclusive a criação de valor social e econômico positivo tem sido objeto de discurso considerável nos últimos anos (Persaud & Bayon, 2019), principalmente devido à dificuldade de equilibrar riqueza social com a necessidade de lucros e eficiência econômica (Barki *et al.*, 2015; Zahra *et al.*, 2009).

Além do mais, essa classe apresenta alguns aspectos que abordam o comportamento individual (*motivation, behavior, personality traits*). Apesar de alguns trabalhos apontarem a motivação como um indicador em suas análises (por exemplo, Nga & Shamuganathan, 2010; Capella Peris *et al.*, 2016; Tiwari *et al.*, 2017a; Tiwari *et al.*, 2017b), o artigo de Humbert e Roomi (2018) foi o único que focou exclusivamente nos motivadores da atividade empreendedora. O estudo fornece uma compreensão das motivações das mulheres empreendedoras sociais e os resultados demonstraram a centralidade da missão social e a busca por desenvolver modelos de negócios alternativos. Assim, pode-se considerar que a motivação empreendedora influencia a intenção empreendedora (Malhotra & Kiran, 2020), e, as expectativas de resultados individuais podem evoluir para motivação do empreendedor social ao enfrentar condições favoráveis, como apoio familiar, apoio governamental etc. (Luc, 2020).

4.2 Análise Fatorial por Correspondência (AFC)

A Análise Fatorial por Correspondência (AFC) realiza uma análise da associação do *corpus* considerando as frequências de incidências, os valores de correlação qui-quadrado de cada palavra do *corpus* textual e as classes que emergiram representando-as em um plano cartesiano. De acordo com a Figura 2, é importante salientar que existem três grandes *clusters*. O *cluster* 1 é formado somente pela Classe 5 “Perfil dos empreendedores sociais” e nota-se um afastamento em relação aos demais *clusters*. Além do mais, o *cluster* 2 está situado no quadrante superior e é composto pelas Classes 2 (Aspectos sobre o desenvolvimento conceitual da literatura) e 4 (Métodos de pesquisa) que formam o *subcorpus* “Construção dos instrumentos de pesquisa”. Por fim, o *cluster* 3, localizado no canto inferior direito, é composto pelas Classes 1 (Indicadores de empreendedorismo social no nível individual) e 3 (Sujeitos de análise).

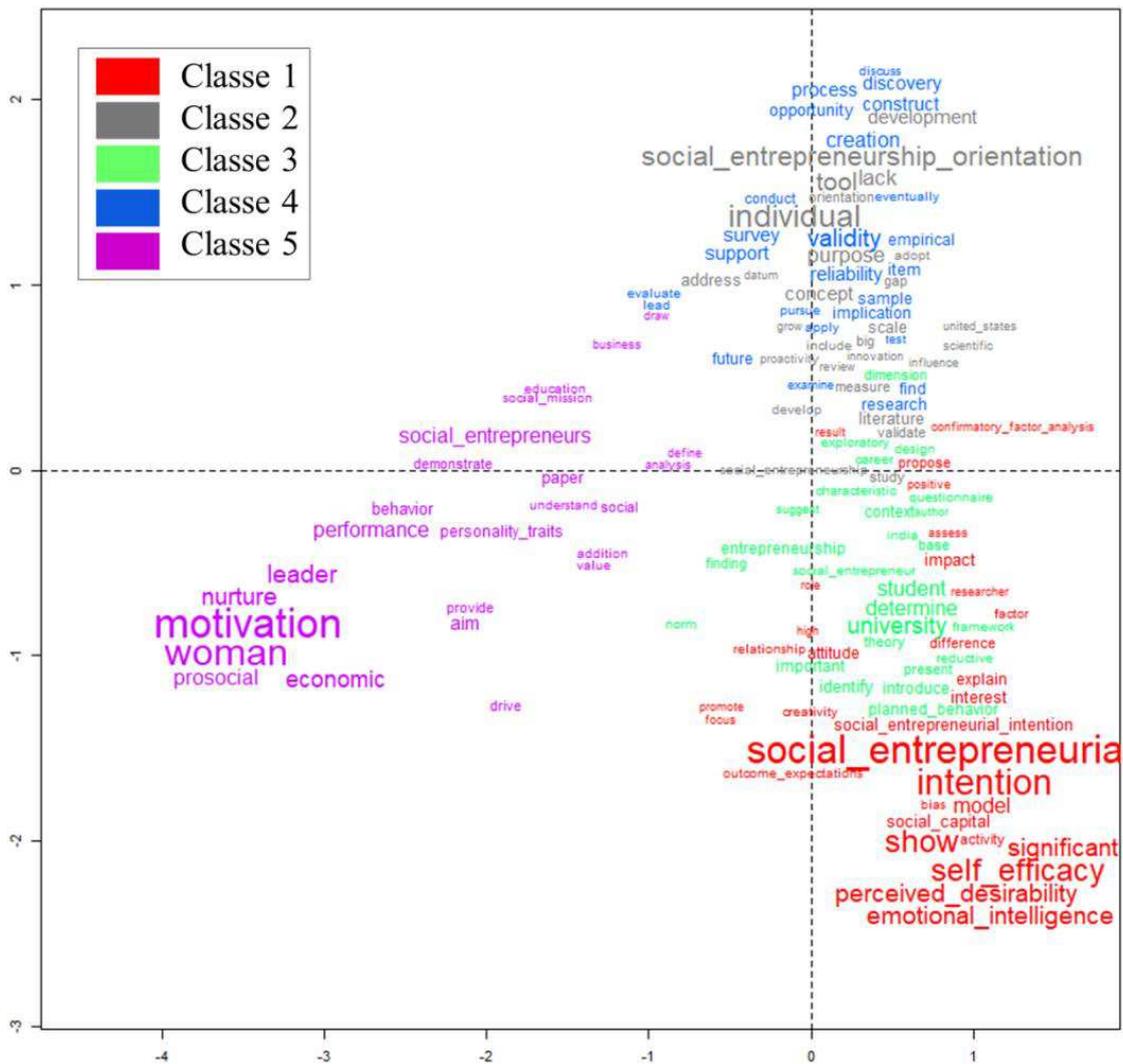


Figura 2. Análise Fatorial por Correspondência.

Fonte: Dados da pesquisa adaptados e estratificados pelo *software* Iramuteq, 2021.

O *cluster* 1 se refere a uma parte dos estudos que abordam as motivações, os traços de personalidade e características comportamentais (Ver Tabela 1), relacionando-as no mesmo quadrante. O seu cerne é o comportamento do indivíduo empreendedor social e a sua base conceitual é resgatada do campo da psicologia (Luc, 2020; Martínez-Climent *et al.*, 2019; Nga & Shamuganathan, 2010). O *cluster* 2 retrata sobre as lacunas de pesquisa que o campo literário ainda possui e como os *gaps* serão preenchidos através das dimensões, escalas e *frameworks*, desenvolvidos. O *cluster* 3, como pode ser observado na AFC, ressalta algumas dimensões utilizadas nas pesquisas, tais como, a autoeficácia, desejabilidade percebida, capital social, e inteligência emocional.

A partir da distribuição das classes e palavras no plano cartesiano, infere-se que existem três tipos principais de pesquisas que estudam os indicadores do empreendedorismo em nível individual: a intenção social empreendedora, aspectos motivadores e características comportamentais, e orientação social empreendedora. O primeiro se relaciona ao viés de intenção relacionado aos fatores determinantes e antecedentes do empreendedorismo social. A intenção social empreendedora remete ao comportamento de um indivíduo que o induz a se

tornar um empreendedor social, uma orientação futura de um indivíduo para iniciar um novo empreendimento social e se tornar um empresário (Akhter *et al.*, 2020).

Outro aspecto importante que pode ser observado na AFC é decorrente da teoria do comportamento planejado que destaca que a intenção de um indivíduo é um determinante do curso de ação futuro de uma pessoa (Ajzen, 1991), quanto mais forte a intenção, mais provável é que o comportamento se siga (Ajzen, 2020). Ressalta-se que os aspectos motivadores e características comportamentais buscam suas fontes na literatura sobre empreendedorismo e empreendedorismo social. Ademais, o estudo das motivações dos empreendedores sociais está associado ao estudo de mulheres empreendedoras. Por fim, a orientação empreendedora social no nível individual é um conceito em evolução (Sulphrey & Salim, 2020) e as escalas adotadas, em sua maioria, foram desenvolvidas consistindo nas dimensões: inovação, tomada de risco e proatividade (Satar & Natasha, 2019).

É importante salientar que os três tipos principais de pesquisas ficaram separadas em *clusters* diferentes. Com isso, apesar de todos os artigos analisados estudarem o comportamento do empreendedor social, as perspectivas possuem algumas peculiaridades distintas, conforme expostas acima.

4.3 Análise de Similitude

A Análise de Similitude é baseada na teoria dos grafos e tem como objetivo a identificação das ocorrências e das indicações de conexão entre as palavras, auxiliando na identificação da estrutura do conteúdo do *corpus* textual. A Figura 3 apresenta a árvore de similitude com as palavras que obtiveram oito ou mais co-ocorrências, contabilizando 47 palavras ao total. Dessa forma, é observado que existem três palavras que se destacam no texto, são elas: “*social entrepreneurship*” (95 co-ocorrências), “*study*” (52 co-ocorrências), “*measure*” (39 co-ocorrências). Como se observa, as palavras que mais se destacaram estão em evidência na árvore.

O eixo central articulando com as demais palavras na árvore de similitude é a palavra “*social entrepreneurship*”. A partir desse eixo central, emergem as duas palavras que se destacam na quantidade de co-ocorrências. A ramificação “*study*” é a mais preponderante e está vinculada a 15 palavras, o que faz sentido levando em consideração o objetivo desta pesquisa. Uma parte considerável da amostra está vinculada a estudos que examinam a intenção empreendedora social e utilizando questionários como coleta de dados. Outrossim, a autoeficácia empreendedora é uma dimensão utilizada em várias pesquisas na análise das intenções do empreendedor social e está vinculada às dimensões: obrigação moral, empatia e experiência anterior.

Em sequência, a ramificação “*measure*” está articulada com as palavras “*tool*”, “*validity*”, e “*bias*”. A maioria dos estudos se propõe a validar estaticamente uma ferramenta para a mensuração através de indicadores (por exemplo, Akhter *et al.*, 2020; Carraher *et al.*, 2016; Chipeta *et al.*, 2020; Dwivedi & Weerawardenab, 2018; Gali *et al.*, 2020; etc) utilizando métodos de pesquisa quantitativo ou misto. O desenvolvimento de escalas foi validado através de dimensões e itens no nível individual. Entretanto, houve duas exceções. O trabalho de

Ebrashi (2013) se debruçou em uma análise qualitativa indutiva exploratória e o artigo de Martínez-Climent *et al.* (2019) realizou uma revisão rigorosa da literatura.

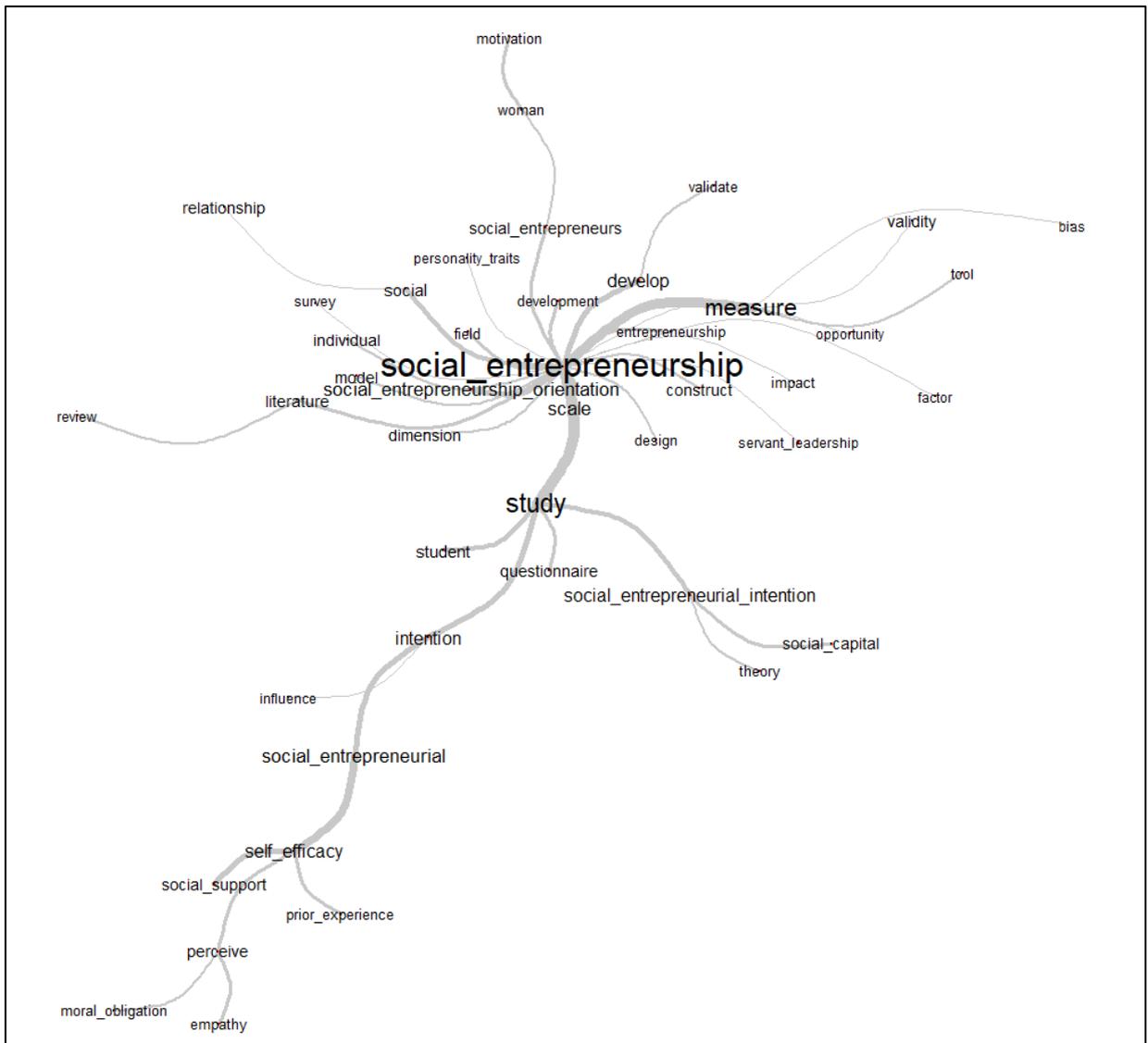


Figura 3. Análise de Similitude.

Fonte: Dados da pesquisa adaptados e estratificados pelo *software* IRAMUTEQ, 2021.

Em síntese, a árvore de similitude indica os principais pontos dos estudos. Em sua maioria, os estudos aplicaram questionários com estudantes buscando os principais indicadores no âmbito individual. Entre os indicadores, os de maior destaque são: a autoeficácia empreendedora, suporte social, experiência anterior, obrigação moral e empatia.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo se propôs a analisar os indicadores do comportamento dos empreendedores sociais em nível individual. Ao analisar a estrutura conceitual dos indicadores enquanto campo de conhecimento, foi constatada a existência de três tipos principais de linhas de pesquisa, são elas: a intenção social empreendedora, características comportamentais, e

orientação social empreendedora. Apesar de o foco analítico ser igual (o empreendedor social) e todas focarem no comportamento, essas linhas de pesquisas possuem perspectivas diferentes. A intenção empreendedora social possui uma ligação mais forte com a área da psicologia, principalmente com a Teoria do Comportamento Planejado. As características comportamentais abordam as características individuais inerentes à literatura sobre empreendedorismo social, traços de personalidade advindas da psicologia e aspectos motivacionais. Por outro lado, a orientação empreendedora social é respaldada mais enfaticamente na literatura sobre empreendedorismo e empreendedorismo social.

Existem diversos fatores que envolvem e influenciam um indivíduo a ser tornar um empreendedor social. Entretanto, ainda não está claro como esses fatores, que envolvem as três linhas de pesquisa encontradas na presente pesquisa, se relacionam. Dessa forma, esse gap na literatura pode ser considerado uma lacuna de pesquisa importante. O estudo dos indicadores em nível individual pode ser considerado emergente devido à quantidade de artigos publicados nos últimos cinco anos, e, por conta disso, essa lacuna conceitual em relação às tipologias dos estudos em nível individual se explica.

De forma geral, os estudos se propõem a validar estaticamente uma ferramenta para a mensuração através de indicadores utilizando métodos de pesquisa quantitativo e misto. A maioria dos estudos examina a intenção empreendedora social e utilizam questionários como coleta de dados. Conforme os artigos da base de dados, existem antecedentes que influenciam a intenção empreendedora social que podem emergir do ambiente externo ou são intrínsecos ao empreendedor.

Por fim, nota-se uma distinção entre algumas linhas de pesquisas que envolvem o empreendedorismo no nível individual, entretanto, suas diferenças e origens ainda não foram exploradas profundamente. Estudos futuros poderiam procurar como estes aspectos se relacionam para influenciar uma pessoa a se tornar um empreendedor social.

A contribuição dos empreendedores sociais na sociedade vem sendo ressaltada em várias esferas da sociedade. Dessa forma, compreender o seu comportamento individual é imprescindível para identificar quem na sociedade poderia desenvolver negócios sociais, como também, fomentar o comportamento empreendedor social na sociedade. Com isso, o presente artigo traz uma visão panorâmica sobre o que a literatura tem apontado em relação aos indicadores em nível individual.

REFERÊNCIAS

Observação: A lista de referências encontra-se no final do documento.

CAPÍTULO 3

**ELEMENTOS DE MENSURAÇÃO DE
EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM NÍVEL
INDIVIDUAL: A PROPOSIÇÃO DE UM
*FRAMEWORK***

ELEMENTOS DE MENSURAÇÃO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM NÍVEL INDIVIDUAL: a proposição de um *framework*

Resumo

Os empreendedores sociais estão ganhando relevância na solução de problemas sociais, torna-se uma questão chave propor os seus elementos de mensuração. Isto posto, o objetivo do presente artigo foi propor um *framework* com os elementos de mensuração de empreendedorismo social em nível individual. A pesquisa foi desenvolvida através de um trabalho empírico com empreendedores sociais identificando as variáveis de maior influência sobre o seu comportamento para criar e manter empreendimentos sociais e como elas se relacionam. Foi realizado um estudo de natureza aplicada com abordagem qualitativa através de estudo de casos múltiplos exploratório-descritivo. As técnicas escolhidas foram a observação não participante e entrevistas semiestruturadas. Os participantes da pesquisa foram os empreendedores sociais que atuam no semiárido do estado da Paraíba. O *framework* após a verificação empírica contou com 23 indicadores relacionados a 7 categorias e 5 dimensões. As dimensões analisadas foram: “Antecedentes”, “Motivações”, “Orientação empreendedora social”, “Traços de personalidade” e “Intenção empreendedora social”. São inúmeros fatores externos e intrínsecos que juntos colaboram para tornar um indivíduo em empreendedor social. Todos os fatores são importantes, mas alguns tiveram maior quantidade de magnitude na fala dos respondentes ou maior influência em outros indicadores. Em síntese, os empreendedores sociais são voltados para o desenvolvimento sustentável da sociedade e isso é perceptível em todas as dimensões analisadas decorrentes da preocupação com as pessoas ao seu redor e com o meio ambiente. Por fim, essa pesquisa contribui para a melhor identificação das variáveis que tornam um indivíduo em empreendedor social.

Palavras-Chaves: Empreendedores Sociais. Empreendedorismo Social. Indicadores.

1 Introdução

Ao longo das últimas décadas foram constatadas várias externalidades negativas das empresas percebidas através do seu foco exclusivamente econômico e vários escândalos assolaram a confiabilidade de algumas instituições. Tais externalidades são interdependentes e requerem soluções integradas (United Nations, 2020), dado que, os governos e organizações da sociedade civil não são exclusivos detentores das soluções para os desafios mundiais. Nessa perspectiva, o setor privado também é responsável e parte da solução para problemas socioambientais, emergindo o que Porter e Kramer (2011) denominaram de redesenho da relação entre o capitalismo e a sociedade. Tirando o foco no lucro *per se*, e impulsionando a próxima onda de inovação e crescimento da produtividade na economia global (Porter & Kramer, 2011), torna-se necessário conectar o progresso social ao econômico (Porter & Kramer, 2019).

Atualmente é reconhecido que qualquer que seja o contexto cultural, o empreendedor deve contar com uma ampla gama de *stakeholders* para ter sucesso (Bosma *et al.*, 2020), uma vez que, a maior parte das suas ações está profundamente imersa em redes de relações interpessoais e interpretar a ação econômica como sendo elemento independente representa um

grave mal-entendido (Granovetter, 2007). Com isso, existe uma preocupação crescente em fortalecer e melhorar as práticas empreendedoras e as questões sociais.

O empreendedorismo social emerge nesse contexto de desafios e transformações. Primeiramente, foi amplamente difundido entre a década de 1980 a 1990 pelo empresário e fundador da Ashoka, Bill Drayton (Casaqui & Sinato, 2015), ajudando organizações sem fins lucrativos a explorar novas fontes de renda (Dees, 2007). Posteriormente, numerosas universidades lançaram centros ou iniciativas importantes nesta área (Dees, 2007) e, com isso, diversos artigos foram publicados nos últimos anos (Campos *et al.*, 2020)

Os empreendedores sociais são indivíduos que desempenham papéis críticos em trazer mudanças catalíticas (Waddock & Post, 1991) através de uma missão social com objetivo de combinar práticas e conhecimentos, bem como desenvolver parcerias para promover uma mudança social sustentável (Macke *et al.*, 2018). É facilitado por uma forte visão social, capacidade de explorar oportunidades e maximizar recursos, usando estratégias baseadas em uma orientação empreendedora, habilidades de pensamento crítico, *networking* e capacitação (Ruysscher *et al.*, 2017).

Entretanto, apesar da ascensão de pesquisas na área, faltam estudos que promovam a sistematização de conhecimentos para revelar a inter-relação entre os diversos aspectos e impulsionadores do empreendedorismo social (Macke *et al.*, 2018). Constata-se também a escassez de estudos empíricos (Machado *et al.*, 2017) e uma carência de pesquisas sobre o tema nos países em desenvolvimento (Bansal *et al.*, 2019; Machado *et al.*, 2017). Além do mais, os elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual possuem diversas ramificações que não são analisadas conjuntamente. Os focos teóricos abordam as motivações (Humbert & Roomi 2018; Yitshaki & Kropp, 2016), traços de personalidade (Nga & Shamuganathan, 2010), características comportamentais (Dwivedi & Weerawardena, 2018; Satar & Natasha, 2019), dentre outros fatores, mas não de forma conjunta. Percebe-se que existe um *gap* de estudo importante para ser analisado, considerando a importância consolidada do empreendedorismo social principalmente para países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento.

Isto posto, o objetivo deste artigo é propor um *framework* com os elementos de mensuração de empreendedorismo social em nível individual. Para tanto, foi realizado um estudo de natureza aplicada com abordagem qualitativa através de estudo de casos múltiplos exploratório-descritivo.

Em termos estruturais, esse artigo se organiza em cinco seções. Além desta introdução, apresenta-se o referencial teórico que aborda as discussões sobre os indicadores do empreendedorismo social em nível individual. Na terceira seção, detalham-se os procedimentos metodológicos. Os resultados são apresentados e discutidos na quarta seção. E, por fim, têm-se as considerações finais.

2 Empreendedorismo Social em nível individual

O empreendedorismo social é considerado um tema emergente (Hota *et al.*, 2020; Macke *et al.*, 2018; Short *et al.*, 2009). Em se tratando da literatura acadêmica, a sua fase nascente cobre os anos de 1990 a 2002 (Persaud & Bayon, 2019). Os primeiros estudos se posicionaram no domínio sem fins lucrativos e políticas públicas (Short *et al.*, 2009). Porém, atualmente, a literatura do campo está dispersa em diversos periódicos, mas percebe-se uma concentração no domínio dos periódicos de gestão e empreendedorismo (Hota *et al.*, 2020). O empreendedorismo social é considerado uma ramificação da pesquisa sobre empreendedorismo e tem surgido conferências e jornais específicos sobre o tema (Sassmannshausen & Volkmann, 2018), como também, publicações em periódicos de alto impacto nos últimos anos (Campos *et al.*, 2020), demonstrando a importância crescente do tema.

A definição de empreendedorismo social tem sido um desafio do campo e é perceptível a pluralidade de definições (Macke *et al.*, 2018; Mair & Martí, 2006; Persaud & Bayon, 2019). Algumas das suas diferentes perspectivas conceituais identificam visões mais próximas à lógica do mercado, outras em que há predominância da lógica social (Comini *et al.*, 2012; Moura *et al.*, 2015), como também, a busca de um equilíbrio entre as esferas econômica e social (Dacin *et al.*, 2011). A visão relacionada ao mercado está atrelada a Escola Americana (Comini *et al.*, 2012; Moura *et al.*, 2015), e a visão conectada à lógica social está associada a Escola Europeia, nascida da tradição da economia social que enfatiza o papel das organizações da sociedade civil com funções públicas (Comini *et al.*, 2012).

Além do mais, a perspectiva dos países em desenvolvimento é formada por negócios que adotam iniciativas de mercado em diferentes formatos jurídicos para transformar socialmente a realidade da população marginalizada (Bernardino & Teixeira, 2021). Essa vertente, adota como premissa a inclusão social das pessoas de baixa renda em várias partes da cadeia de valor (Bernardino & Teixeira, 2021; Petrini *et al.*, 2016) e busca equilibrar as esferas econômica e social.

As divergências conceituais têm colaborado para a concepção de diversas formas e uma variada amplitude de atuação. Isto ocorre devido à difícil missão de criar riqueza econômica e social (Sengupta & Sahay, 2017), como também, ambiental. Com isso, os empreendedores sociais buscam formar organizações híbridas em que as dimensões econômicas, sociais e/ou ambientais atuam em diferentes graus para atender a sua missão social. Conseqüentemente, as diferentes percepções teóricas estão interligadas aos diversos modelos de negócios que os empreendedores sociais iniciam. Como por exemplo, os negócios de base da pirâmide (Goyal *et al.*, 2021), unidade de negócios incorporada em uma empresa tradicional, iniciativas de mercado desenvolvidas por organizações sem fins lucrativos (Comini *et al.*, 2012), negócios inclusivos (Bernardino & Teixeira, 2021), dentre outros.

Dessa forma, a falta de um consenso na literatura é consequência das diversas formas concebidas através do empreendedor social. No entanto, as definições de empreendedorismo social possuem pontos em comum no que se refere aos antecedentes, ao processo e ao *output* desejado que auxiliam no entendimento da definição e principais características do empreendedor social. O processo se inicia quando um indivíduo percebe um problema ou lacuna social/ambiental, como por exemplo, percepção de ações antiéticas (Zahra *et al.*, 2009), necessidade de melhoria das condições de vida de uma comunidade (Barki *et al.*, 2015; Macke *et al.*, 2018; Popoviciu & Popoviciu, 2011; Sengupta *et al.*, 2018) e problema de bens públicos que é causado por uma combinação de falha de mercado e falha de governo (Goyal *et al.*, 2021; McMullen & Bergman, 2017).

Outro ponto de convergência teórica amplamente difundido na literatura é o fato de o processo ser inovador e autossustentável. Conceber abordagens novas e que agregam valor para atender às necessidades sociais é um aspecto fundamental do comportamento socialmente empreendedor (Dwivedi & Weerawardena, 2018). Com isso, o empreendedor social se concentra na inovação para enfrentar os problemas/lacunas sociais (Hamby *et al.*, 2017; Santos, 2012; Zahra *et al.*, 2009). Ademais, destaca-se na literatura a sustentabilidade financeiramente (Dacin *et al.*, 2011; Moura *et al.*, 2015; Popoviciu & Popoviciu, 2011; Sengupta *et al.*, 2018), apesar dos diferentes entendimentos sobre a criação e a forma de utilização do lucro econômico.

Essa nova concepção de empreendedorismo social se difere das organizações da sociedade civil, dado que, o empreendedor social acredita na necessidade de ter uma organização economicamente viável como um pré-requisito para entregar maior valor social às comunidades-alvo (Dwivedi & Weerawardena, 2018).

Outrossim, o propósito do empreendedor social é trazer mudanças sociais (Lumpkin *et al.*, 2018; Macke *et al.*, 2018; Mair & Martí, 2006) e/ou ambientais (Moura *et al.*, 2015) que pode ser em pequena escala (local) ou em grande escala (sistêmica) (Popoviciu & Popoviciu,

2011; Zahra et al., 2009), através da combinação de conhecimento intelectual e virtudes que fomentam a coragem de empreender e tornando-o catalisadores de mudanças (Nga & Shamuganathan, 2010). Com isso, percebe-se um comportamento híbrido que está entre os empreendedores tradicionais e os que trabalham em organizações do terceiro setor.

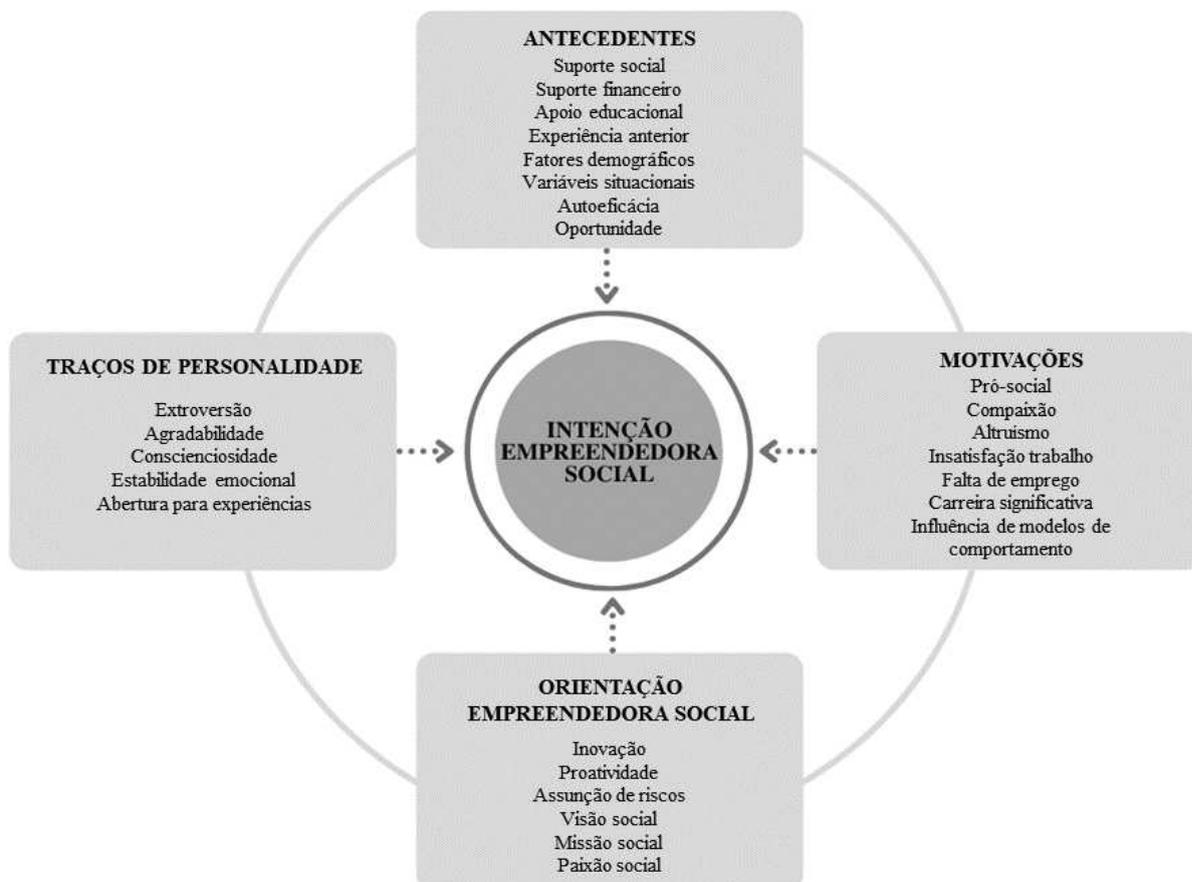
Os estudos que examinam o comportamento do empreendedor social, em nível individual, expuseram uma diversidade de características e atitudes que colocam o indivíduo ocupando o papel central no processo de empreendedorismo social (Satar & Natasha, 2019). Eles são impulsionados principalmente por sua missão social (Dwivedi & Weerawardena, 2018; Humbert & Roomi, 2018; Kannampuzha & Hockerts, 2019) e coloca os interesses coletivos acima dos individuais (Macke *et al.*, 2018).

Destarte, a subseção a seguir apresenta de forma sistematizada os elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual.

2.1 Proposta de um *framework* dos elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual

Com base na revisão de literatura, foram identificadas algumas dimensões que influenciam o comportamento dos empreendedores sociais. A Figura 1 expõe o modelo conceitual identificado na revisão teórica sobre os elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual.

Figura 1 – *Framework* elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual



Fonte: Elaboração própria.

Contata-se que as dimensões antecedentes, traços de personalidade, orientação empreendedora social e motivações estão influenciando a intenção empreendedora social e a

atitude de se tornar um empreendedor social. Esses fatores possuem caráter multidimensional, dado que engloba aspectos intrínsecos e extrínsecos ao indivíduo, conforme exposto a seguir.

2.2.1 Antecedentes

Os fatores antecedentes que influenciam a intenção social empreendedora envolvem múltiplos aspectos, tanto no âmbito do suporte social percebido, como fatores que abrangem a história do indivíduo, como também, a sua visão de si mesmo em resolver as questões sociais emergentes e oportunidade. Portanto, os antecedentes podem ser concebidos como possíveis determinantes preditivos da intenção empreendedora. Os aspectos no âmbito do suporte social percebido possuem ligação com o suporte recebido por pessoas, possibilidade de atrair investidores (Akhter *et al.*, 2020; Hockerts, 2017; Lacap *et al.*, 2018) e apoio educacional (Akhter *et al.*, 2020).

Os fatores que abrangem a história do indivíduo se associam a experiência anterior em trabalhar com problemas sociais (Akhter *et al.*, 2020; Hockerts, 2017; Lacap *et al.*, 2018), fatores demográficos e situacionais (Ebrashi, 2013). Em se tratando da autopercepção em resolver questões sociais da atualidade se refere à autoeficácia empreendedora social (Akhter *et al.*, 2020; Ha *et al.*, 2020; Hockerts, 2017; Lacap *et al.*, 2018; Tiwari *et al.*, 2017). Por fim, a oportunidade refere-se à busca de soluções para resolver um problema (descoberta de oportunidade) ou a proposição de uma solução inédita (criação de oportunidade) (González *et al.*, 2017).

2.2.2 Motivação

A revisão da literatura apontou a motivação como uma dimensão que também influencia a intenção empreendedora (Malhotra & Kiran, 2020). A literatura clássica sobre motivação se desdobra em duas principais ramificações. Uma parte é voltada para explicar o processo da motivação, como por exemplo, a Teoria da Expectativa de Vroom (1964), a Teoria do Reforço de Skinner (1965), a Teoria da Equidade de Adams (1965), dentre outras, e, por outro lado, existe um grupo de pesquisas que se detém em averiguar quais fatores motivam as pessoas, como por exemplo, a Hierarquia de Maslow (1954), Teoria de McClelland (1961) e a Teoria dos dois fatores de Herzberg (1968). No presente trabalho averiguamos os fatores que motivam o empreendedor social e sua relação com as demais dimensões no modelo proposto.

Em se tratando dos estudos voltados para a motivação empreendedora, são considerados fatores intrínseco e extrínseco ao empreendedor (Murnieks *et al.*, 2020). No âmbito das empresas tradicionais, os motivos econômicos desempenham um papel importante (Murnieks *et al.*, 2020). Tratando-se das motivações dos empreendedores sociais, percebe-se uma lacuna literária e não existe um modelo consolidado. Todavia, Yitshaki & Kropp (2016) e García-Uceda *et al.* (2019) trouxeram um modelo trazendo fatores de atração e impulso dos empreendedores sociais.

Um elemento recorrente na definição do empreendedor social e nas pesquisas sobre as suas motivações é a motivação pró-social (ver, Blaga, 2021; García-Uceda *et al.*, 2019; Humbert & Roomi, 2018; Yu *et al.*, 2020; Yitshaki & Kropp, 2016). Essa motivação é considerada intrínseca e surge devido ao desejo de contribuir para o bem-estar da comunidade influenciado por uma preocupação com os problemas sociais (Blaga, 2021). Além do mais, a própria existência de empresas sociais requer o reconhecimento de que os motivos para a criação de empreendimentos são complexos e incluem algumas emoções como a paixão (Miller *et al.*, 2012) e o altruísmo (García-Uceda *et al.*, 2019). Com isso, os fatores de atração são: motivação pró-social, paixão e altruísmo.

Outrossim, relacionado aos fatores de pressão, a insatisfação com o trabalho anterior, a falta de alternativas de emprego e a busca de uma carreira significativa para o indivíduo são os

indicadores relacionados a carreira do indivíduo (García-Uceda *et al.*, 2019; Yitshaki & Kropp, 2016). Ademais, percebe-se também a presença de modelos de comportamento, sejam de familiares ou não, que motivam o indivíduo a tornar-se um empreendedor social (García-Uceda *et al.*, 2019). Dessa forma, os fatores de impulso são: insatisfação com o trabalho anterior, falta de alternativas de emprego, busca de uma carreira significativa e influência de modelos de comportamento.

2.2.3 Orientação Empreendedora Social

A orientação para o empreendedorismo social em nível individual representa uma tendência comportamental que abrange características comportamentais (Dwivedi & Weerawardena, 2018) e não possui uma escala consolidada na literatura (Satar & Natasha, 2019; Sulphey & Salim, 2020). A orientação empreendedora individual conceitua o empreendedor como o pivô do processo empreendedor (Satar & Natasha, 2019), e, portanto, influencia positivamente na intenção empreendedora social. Os indicadores mais recorrentes nas escalas para medir a orientação social empreendedora são a inovação, a proatividade e a assunção de riscos (por exemplo, Gali *et al.*, 2020; Kraus *et al.*, 2017; Martínez-Climent *et al.*, 2019; Satar & Natasha, 2019). Estes indicadores são recorrentes também do empreendedorismo convencional.

Ademais, os empreendedores sociais visam os setores carentes, negligenciados ou altamente desfavorecidos da população (Sulphey & Salim, 2020). Com isso, a visão social é um forte facilitador do processo sistemático empreendedor que visa criar valor social (Ruysscher *et al.*, 2017) podendo ser considerado uma tendência do empreendedor em conseguir capturar os *gaps* sociais. A missão social é complementar a visão social. Dado que, a missão social é o desejo do empreendedor social de criar valor social (Hota *et al.*, 2020), ou seja, solucionar os problemas encontrados. A paixão social tem ligação com a satisfação e entusiasmo pessoal em fazer o bem ao próximo.

2.2.4 Traços de Personalidade

Por fim, a dimensão referente ao comportamento do empreendedor social envolve a personalidade do indivíduo e está imersa nas teorias do campo da psicologia. O empreendedor social utiliza todo seu conhecimento, atitude e habilidade motivada para criação de visões e direcionamentos que geram impacto social, sendo, tal posicionamento, influenciado pelos diferentes traços de personalidade individuais (Bittencourt *et al.*, 2016). Traços de personalidade são valores/crenças formados e desempenham um papel importante na condução da tomada de decisão empreendedora social (Nga & Shamuganathan, 2010).

Dessa forma, espera-se que empreendedores sociais frequentemente possuam certas características distintas de personalidade que definem seus comportamentos e sua intenção (Nga & Shamuganathan, 2010). A estrutura das cinco grandes dimensões goza de um apoio considerável e se tornou o modelo de personalidade mais amplamente utilizado e amplamente pesquisado que inclui cinco grandes domínios da personalidade, que são: extroversão, agradabilidade, conscienciosidade, estabilidade emocional e abertura para experiências (Gosling *et al.*, 2003).

3 Procedimentos metodológicos

O objetivo dessa pesquisa foi propor um *framework* com os elementos de mensuração de empreendedorismo social em nível individual, caracterizando-a como de natureza aplicada com abordagem qualitativa. A estratégia adotada foi a realização de estudo de casos múltiplos, com foco exploratório-descritivo, visando explorar aspectos da realidade social que não podem

ser quantificados (Creswell, 2010; Merriam, 2002; Villarreal Larrinaga, 2017; Yin, 2016) e contribuindo para compreensão dos fenômenos organizacionais e sociais complexos (Yin, 2001).

A unidade de análise foram os empreendedores sociais que atuam no semiárido do estado da Paraíba. A maior parte do Semiárido situa-se no Nordeste do país e o Semiárido Paraibano possui a segunda maior quantidade de municípios em todo o Brasil (Articulação Semiárido Brasileiro [ASB], 2021). O Semiárido é caracterizado por conter uma grande concentração de terra, água e meios de comunicação concentrados historicamente nas mãos de uma pequena elite, fato que colaborou com altos níveis de exclusão social e degradação ambiental (ASB, 2021)

Percorrendo as recomendações de boas pesquisas na literatura, foram utilizadas múltiplas fontes de dados (Eisenhardt & Graebner, 2007; Yin, 2016), de modo a permitir uma triangulação para melhor explorar os dados e garantir a validade construtiva da pesquisa. As técnicas de coleta de dados primários foram: observação não-participante e entrevistas semiestruturadas (Ver Tabela 1).

Tabela 1 – Métodos de coleta de dados

Técnicas de coleta de dados	Observação não participante e entrevistas semiestruturadas			
	Por quê?	O quê?	Como?	E então?
Observação não-participante	Complementar o entendimento e aumentar a confiabilidade dos dados.	Anotações em diários de campo.	Anotações feitas a partir de visita técnica às cooperativas, associações, feiras e locais de produção.	As informações foram utilizadas para auxiliar na análise das entrevistas.
Entrevistas semiestruturadas	Verificar as variáveis de maior influência sobre o comportamento e como elas se relacionam.	Entrevistas com consentimento dos entrevistados.	Questionário semiestruturado baseado nos indicadores provenientes da revisão da literatura.	As informações foram transcritas e codificadas para análise no <i>software</i> Atlas.ti.

Fonte: Elaboração própria.

A observação não-participante se deu através de visitas técnicas e anotações de campo. As visitas técnicas foram realizadas às cooperativas, associações, feiras e locais de produção. As visitas técnicas e entrevistas aconteceram *in loco* entre dezembro de 2021 e janeiro de 2022, com o apoio da equipe técnica do Programa de Estudos e Ações para o Semiárido (PEASA) da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG).

O questionário semiestruturado foi construído a partir das dimensões que compõem o *framework* com os elementos de mensuração elaborado a partir da revisão da literatura. O questionário contou com 52 questões ao total, 7 questões demográficas e 45 questões que abordaram as dimensões: antecedentes, motivações, orientação empreendedora social e traços de personalidade.

Cada questão foi elaborada com base na definição de cada indicador e nas questões elaboradas por outros autores proveniente da base de dados realizada a partir da revisão da literatura. Foram realizadas 12 entrevistas com a duração de 5h25min ao total. A quantidade de entrevistas foi definida por meio do ponto de saturação (Glaser & Strauss, 2017). As entrevistas foram gravadas e transcritas posteriormente.

A maioria dos entrevistados trabalha na agricultura agroecológica ou orgânica, entretanto, houveram dois entrevistados que trabalham com caprinocultura. Os empreendedores sociais têm sua produção nas cidades de: Lagoa Seca, Sumé, Picuí, Barra de Santa Rosa, e outras cidades circunvizinhas.

Os empreendedores sociais fazem parte de diversas cooperativas e associações e foram entrevistados 4 presidentes e 8 cooperados/associados. As cooperativas que os empreendedores fazem parte são: Coopegrande, COOASC e a COOPAC. Ademais, as associações que fazem parte são: Associação dos produtores familiares agroecológicos de Sumé (APFAS), Associação do pequeno produtor do imóvel Condu, ADEFORTE, ADEFRAF. A identificação e as informações de cada entrevistado estão contidas no Quadro 1.

Quadro 1 – Identificação dos entrevistados

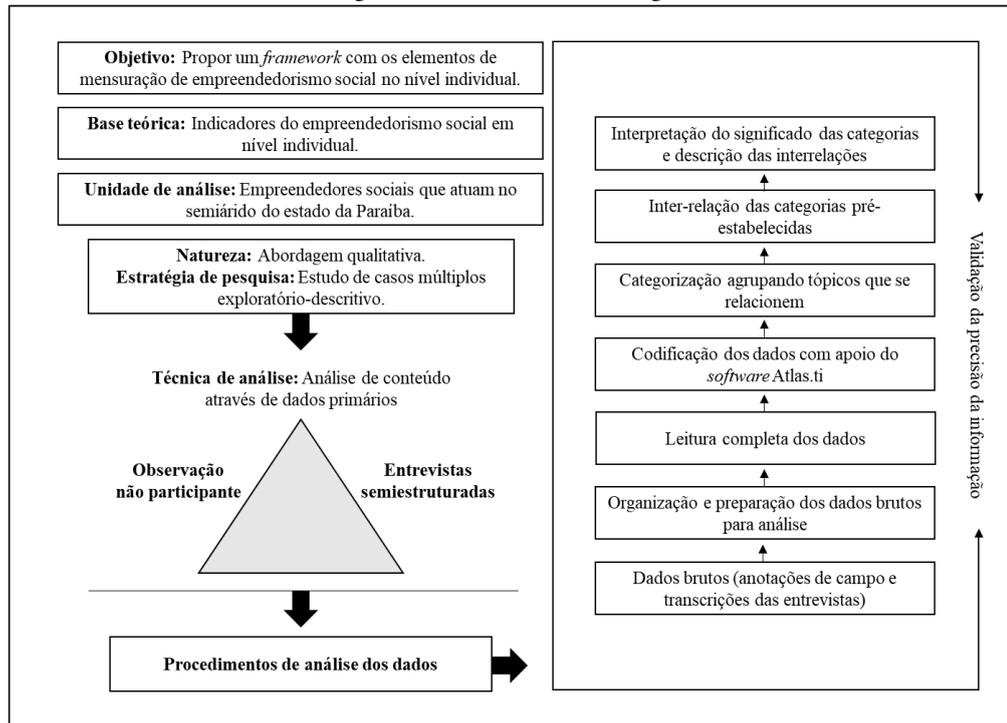
Identificação	Sexo	Cooperativa/Associação	Atividade	Papel na cooperativa ou associação
E1	Feminino	APFAS	Agricultura familiar agroecológica	Cooperado
E2	Masculino	APFAS	Agricultura familiar agroecológica	Cooperado
E3	Feminino	APFAS	Agricultura familiar agroecológica	Cooperado
E4	Masculino	APFAS	Agricultura familiar agroecológica	Cooperado
E5	Masculino	APFAS	Agricultura familiar agroecológica	Presidente
E6	Masculino	Coopegrande	Agricultura orgânica	Cooperado
E7	Masculino	Coopegrande	Agricultura orgânica	Cooperado
E8	Masculino	Coopegrande	Agricultura orgânica e convencional	Cooperado
E9	Masculino	COOASC	Agricultura orgânica/sequeiro	Presidente
E10	Masculino	COOPAC / ADEFORTE / ADEFRAF	Caprinocultura leiteira	Cooperado
E11	Masculino	COOPAC / ADEFORTE.	Caprinocultura (de corte e leiteira)	Presidente
E12	Masculino	Associação do pequeno produtor do imóvel Condu / ADEFORTE	Agricultura orgânica	Presidente

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

A técnica de análise de dados foi a análise de conteúdo (Bardin, 1977) seguindo os critérios de validade e confiabilidade propostos por Villarreal Larrinaga (2017). A validade se refere a transparência na pesquisa e responsabilidade no tratamento das informações obtidas, e a confiabilidade pressupõe que outros pesquisadores possam chegar às mesmas conclusões ou ao menos entender como elas foram alcançadas (Villarreal Larrinaga, 2017).

A análise dos dados seguiu o modelo adaptado de Creswell (2010) e Villarreal Larrinaga (2017), conforme apresenta a Figura 2, visando melhor validação da informação. Esta análise contém os vários estágios interrelacionados para obtenção de informações precisas. No que concerne aos procedimentos de análise dos dados, o *software* Atlas.ti. auxiliou na organização, integração e sintetização das informações obtidas (Ver Figura 2).

Figura 2 – Desenho metodológico



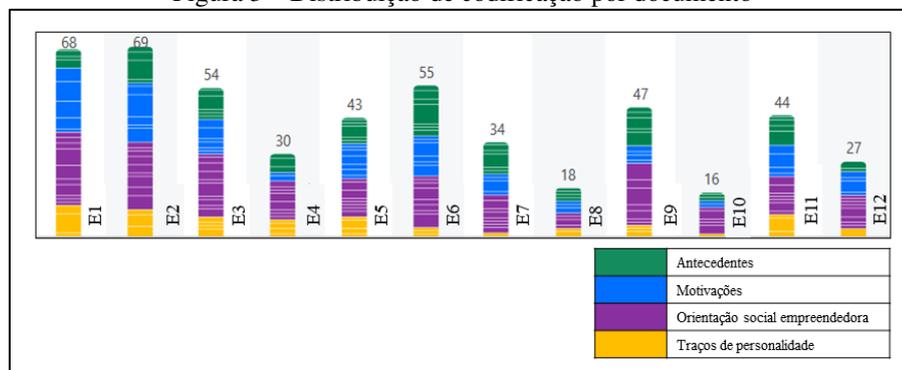
Fonte: Elaborado pelas autoras com base em Creswell (2010) e Villarreal Larrinaga (2017).

Após a transcrição das entrevistas, foi realizada uma análise preliminar que consistiu na leitura e organização do material coletado para posteriormente ser realizada a exploração do material que inclui a codificação e a categorização dos dados. Além do mais, após a codificação de todas as entrevistas foi realizada uma leitura posterior para eventuais correções.

4 Verificação empírica dos elementos do *framework*

Esta seção apresenta os resultados do trabalho empírico com empreendedores sociais, identificando as variáveis de maior influência sobre o seu comportamento e como elas se relacionam. A distribuição da quantidade de citação por documento e a distribuição dessas citações por dimensão estão representadas na Figura 3.

Figura 3 – Distribuição de codificação por documento



Fonte: Rede gerada no Atlas.ti, com base nos dados da pesquisa de campo (2022).

Foram criados 30 códigos e foram feitas 443 citações (*quotations*) ao total. Como observa-se na Figura 3, todos os entrevistados indicaram em suas falas as quatro dimensões de análise, porém, em proporcionalidades diferentes. A seguir, seguem os resultados por dimensão.

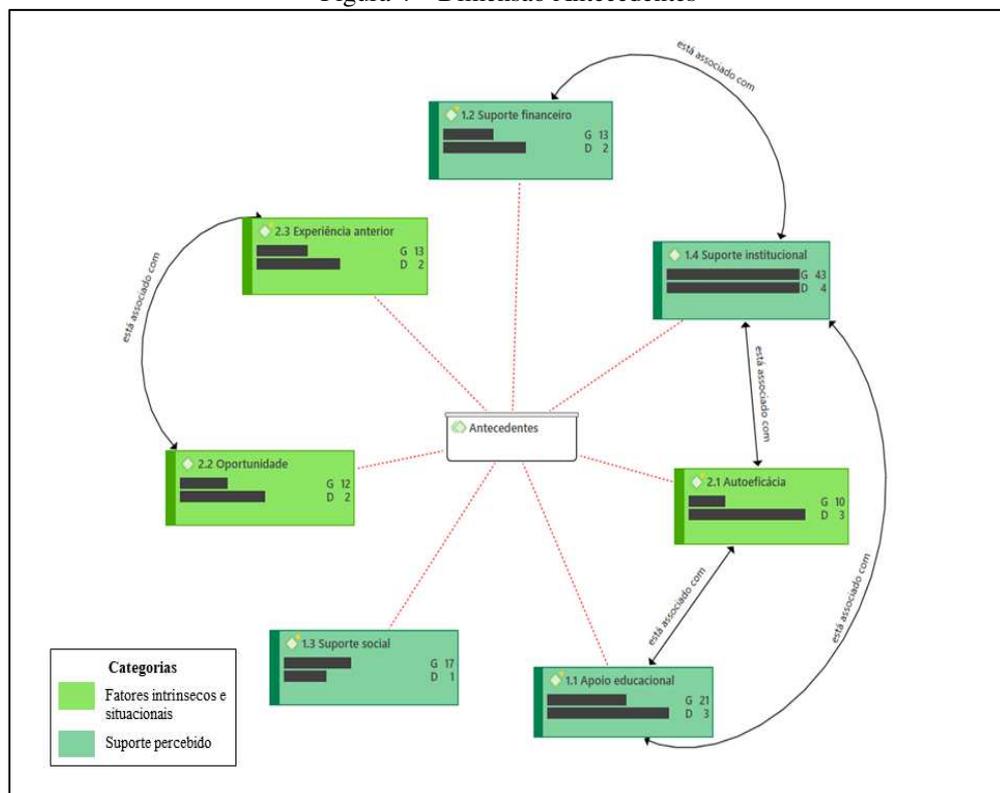
4.1.1 Dimensão Antecedentes

A dimensão “Antecedentes” que aborda aspectos no âmbito social, fatores intrínsecos e fatores que abrangem a história do indivíduo considerou múltiplos aspectos que influenciaram o empreendedor a iniciar o seu empreendimento social. As variáveis de análise elencadas no *framework* inicial contaram com 8 indicadores. Com base nos resultados, Figura 4, a dimensão “Antecedentes” passou a apresentar 7 indicadores, os quais foram divididos em duas categorias, são elas: Suporte percebido e Fatores intrínsecos e situacionais.

Um novo indicador, denominado de “suporte institucional”, foi identificado na verificação empírica. Além do mais, os indicadores “variáveis situacionais” e “variáveis demográficas” se uniram ao indicador “experiência anterior”, correspondendo a experiências anteriores em trabalhar com problemas sociais, bem como em trabalhar no ramo de atividade que o empreendedor atua atualmente.

Em relação ao suporte percebido pelos empreendedores sociais, a grande maioria dos entrevistados (11 empreendedores sociais) ressaltaram o apoio institucional como um fator importante para a abertura e permanência do empreendimento. Inclusive, esse indicador possuiu a maior quantidade de magnitude em relação a todas as dimensões analisadas (43 *quotations*). A quantidade de magnitude indica a quantidade de *quotations* atribuídas a um determinado código. Quanto maior o número de *quotations*, maior a relevância do indicador para os entrevistados. Ressalta-se que o suporte institucional está associado com o apoio educacional e suporte financeiro, os quais são as principais formas que as instituições apoiam os empreendedores sociais. Como ressaltado por Smith (2013), à medida que o número de negócios sociais se inicia, os atores institucionais, incluindo investidores, instituições educacionais e organizações de pesquisa, se multiplicam.

Figura 4 – Dimensão Antecedentes



Fonte: Rede gerada no Atlas.ti, com base nos dados da pesquisa de campo (2022).

De acordo com os entrevistados, o apoio educacional ocorre através de cursos, palestras e visitas técnicas tanto com objetivo de conscientizar os problemas causados pelo uso de agrotóxicos e outros tipos de venenos, como também, assistência técnica para auxílio na produção e treinamentos ligados à gestão. Dentre as instituições que apoiam os empreendedores sociais, o Sebrae se destacou na fala dos respondentes, estimulando a abertura de seus empreendimentos, conforme enfatizou o E2 ao afirmar que “[...] *como eu vim de um trabalho convencional, na época era veneno, adubo, a gota-serena, queimadas, tudo... Aí a gente via que nem um burro para esse trabalho, aí recebemos suporte assim, técnico, na época o Sebrae ajudou muito a gente*”. Também foram citadas as universidades federais, o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) e a Empresa Paraibana de Pesquisa, Extensão Rural e Regularização Fundiária (EMATER) como instituições que auxiliaram na abertura dos negócios sociais através de suporte educacional. Tais resultados são similares com as conclusões de outras pesquisas que enfatizam o suporte educacional possuindo forte relação com a intenção social empreendedora (Akhter *et al.*, 2020; Tiwari, *et al.*, 2020).

O mercado brasileiro de investimentos em negócios de impacto não apresentou a mesma taxa de crescimento que o mercado global (Filho & Izzo, 2019), com isso, os empreendedores sociais buscam fontes de financiamento que estejam mais acessíveis. Dessa forma, constatou-se que em se tratando do apoio financeiro para os empreendimentos sociais, nem todos os entrevistados tiveram esse tipo de suporte, mas reconhecem a sua importância. O Banco do Nordeste foi a principal instituição responsável por ajudar financeiramente os empreendedores sociais através de seus projetos, como ressaltado pelo E9: “[...] *o pessoal da agricultura familiar sempre tem o PRONAF né, o pessoal do Banco do Nordeste, aí sempre temos o suporte financeiro*”. Dentre os projetos oferecidos pelo banco e citados pelos empreendedores estão: Crediamigo, Agroamigo e o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF).

No que tange ao suporte social, os resultados apontam a relevância que as famílias dos empreendedores sociais, amigos próprios e as cooperativas/associações possuem para abertura dos empreendimentos. O entrevistado E3 enfatizou que: “*O apoio foi de fundamental importância, a gente não trabalha só, a gente nunca consegue nada sozinho, a gente tem que ter sempre o apoio principalmente da família né, tanto manual quanto psicológico*”. Ressalta-se que o suporte social ocorre, principalmente, através de apoio e incentivo psicológico por parte dos grupos de referência, além da ajuda de familiares que trabalham no negócio. Solórzano-García *et al.* (2020) enfatizam que os indivíduos com uma intenção empreendedora social mais forte receberam significativamente mais apoio de vários grupos de referência, como cônjuges e outros membros da família.

Também foram analisados os indicadores relacionados aos fatores intrínsecos e situacionais que atuam como antecedentes da intenção empreendedora. Eles são inerentes aos indivíduos e fazem parte da sua história. A autoeficácia empreendedora social foi um fator relacionado à preocupação dos empreendedores com a missão social dos seus empreendimentos no que se refere ao desenvolvimento local e ao bem-estar das pessoas. Como ressaltado por E6: “[...] *todo trabalho ele funciona como auxílio ao desenvolvimento da sociedade e logo que a gente trabalha na cadeia alimentar [...] a gente contribui na saúde porque os produtos hoje em dia estão sendo manipulados de forma muito errada, com muito agrotóxico*” e E7: “[...] *a alimentação hoje em dia é essencial para a saúde da gente. Se eu for comer veneno eu estou futuramente me matando, então, eu acho que o produto orgânico ajuda*”.

Os resultados demonstram uma preocupação dos empreendedores investigados com a sociedade e uma crença pessoal que estimula uma ação individual para resolver problemas sociais. Como demonstrado nos resultados de Hockerts (2017) e Akhter *et al.* (2020), a autoeficácia empreendedora social tem um grande impacto nas intenções empreendedoras sociais, dado que, é uma crença pessoal de sua própria capacidade de realizar com sucesso um

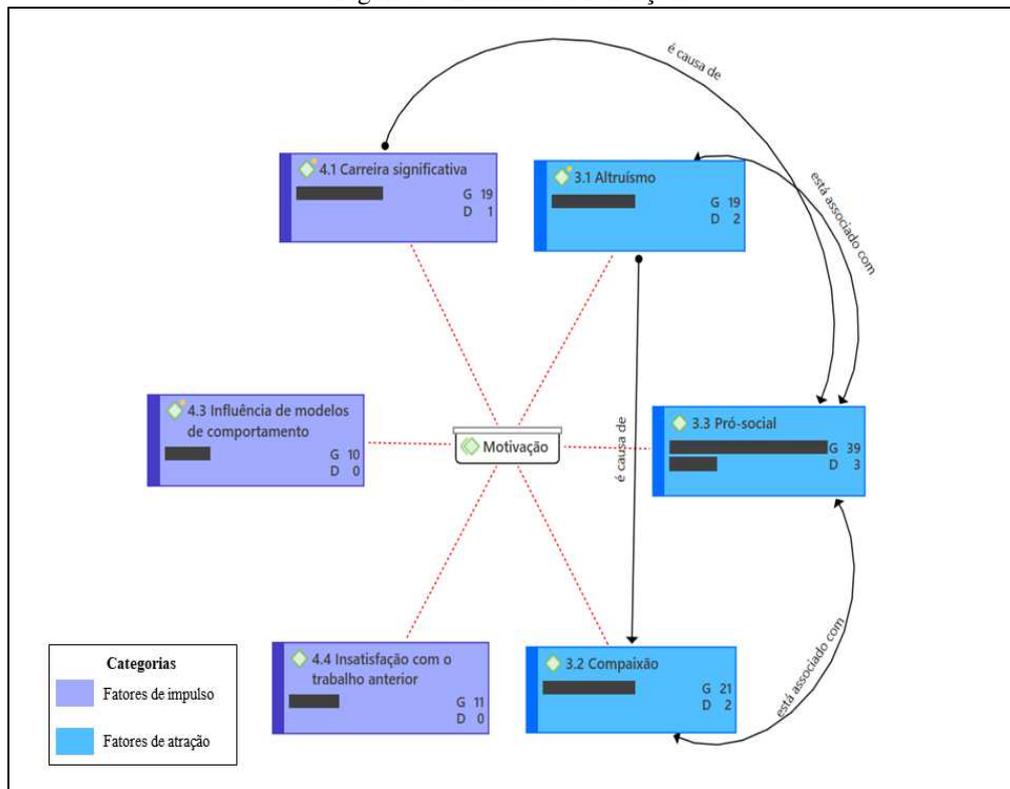
comportamento pretendido (Bandura, 1978). Podendo estimular uma ação individual para resolver problemas sociais (Hockerts, 2017; Akhter *et al.*, 2020). Além disto, percebe-se uma ligação entre o indicador autoeficácia empreendedora com o apoio educacional e o suporte institucional, uma vez que, os malefícios relacionados aos produtos químicos utilizados na produção eram desconhecidos aos empreendedores sociais, sendo fundamental o papel de instituições através de apoio educacional para conscientizá-los.

Quanto ao indicador relacionado à percepção de oportunidade, verificou-se que se relaciona com o indicador experiência anterior porque a maioria dos entrevistados já trabalha ou já tinha trabalhado na área do seu empreendimento social, porém, com produção tradicional. Em relação à experiência anterior, somente dois entrevistados trabalharam em algum projeto social. Eles possuem mais experiência na atividade rural, principalmente influenciados pelos pais, dado que, praticamente todos os empreendedores são filhos de agricultores (11 entrevistados), como salientado pelo E6: “[...] *eu sou agricultor desde os cinco anos de idade. Sou filho de agricultor, me criei agricultor, criei meus filhos como agricultor e graças a Deus vou morrer como agricultor*”. Esses dados apontam que a experiência anterior em trabalhar com problemas sociais não foi um indicador que exerceu muita influência sobre o comportamento dos empreendedores para abertura dos negócios sociais, corroborando o resultado apresentado na pesquisa de Akhter *et al.* (2020).

4.1.2 Dimensão Motivações

A dimensão “Motivações” está relacionada às motivações dos empreendedores sociais baseadas em seus fatores de atração e impulso para o empreendedorismo social. O *framework* inicial apresentou 7 indicadores, entretanto, o indicador “falta de emprego” não apresentou evidências nas falas dos entrevistados. Como isso, após a análise empírica, o *framework* ficou composto por duas categorias e 6 indicadores (Ver Figura 5).

Figura 5 – Dimensão Motivações



Fonte: Rede gerada no Atlas.ti, com base nos dados da pesquisa de campo (2022).

Os fatores de atração referem-se às motivações para iniciar um empreendimento por razões “desejáveis” (Robichaud *et al.*, 2010) e foi composto pelos indicadores: “altruísmo”, “compaixão”, e “pró-social”. A categoria de impulso refere-se a aspectos de uma situação que “empurram” uma pessoa e podem estar associados a fatores pessoais ou externos (Yitshaki & Kropp, 2016) e seus indicadores são: “carreira significativa”, “influência de modelos de comportamento”, e “insatisfação com o trabalho anterior”.

Com base nos resultados apresentados, constatou-se que o indicador que possuiu mais *quotations* é a motivação pró-social. Os empreendedores sociais intervêm, por causa de sua motivação pró-social, para apresentar soluções que possibilitem o desenvolvimento institucional, social e econômico que não ocorreria apenas com base em incentivos financeiros (McMullen & Bergman, 2017). Essa motivação é considerada intrínseca e surge devido ao desejo de contribuir para o bem-estar da comunidade influenciado por uma preocupação com os problemas sociais (Blaga, 2021). Esse indicador pode ser evidenciado na fala do entrevistado E4 quando ressaltou: “*Eu fico muito, muito satisfeito mesmo, fico muito alegre, muito mesmo, quando posso ajudar pessoas, muito, muito mesmo*”, como também ressaltado na fala do E2: “*porque, se a gente está trabalhando com orgânico, a gente está beneficiando a nossa saúde, a nossa família e das pessoas que estão ao redor de nós comprando e consumindo*”. Com isso, percebe-se que o fator de maior motivação do empreendedor social é a motivação pró-social, buscando ajudar as pessoas através do seu trabalho.

A motivação pró-social está relacionada com o altruísmo e a compaixão, uma vez que, o sentimento de se colocar no lugar do outro e a vontade de ajudar, mesmo as vezes se prejudicando, estão presentes. Os empreendedores sociais sacrificam seus interesses, como é possível observar nas falas dos entrevistados E1 e E6, respectivamente: “*Eu sou uma pessoa que não tem recursos, eu já trabalho para ajudar na sobrevivência, mas, se estiver ao meu alcance de eu tirar um pouco do que eu tenho e doar, eu dou com maior prazer*” (E1), “*a gente sempre está se sacrificando toda hora na vida da gente para ajudar as outras pessoas*” (E6). Os empreendedores sociais possuem motivação pró-social para apresentar soluções que não ocorreriam apenas com base em incentivos financeiros (McMullen & Bergman, 2017; Sassmannshausen & Volkmann, 2018).

Eles possuem compaixão pelas pessoas e, por conta disso, estão dispostos a se sacrificar em benefício de outras pessoas. A compaixão remodela a maneira como um indivíduo vê e avalia os benefícios e custos, com isso, é possível que o indivíduo assuma mais riscos pessoais e organizacionais do que um empresário comercial (Miller *et al.*, 2012) se esse risco estiver envolvido em colaborar com o bem-estar social. Dessa forma, o altruísmo é a causa da compaixão do indivíduo e tanto o altruísmo quanto a compaixão estão relacionados com a motivação pró-social.

Além do mais, em relação à categoria de impulso, percebe-se que a busca de carreira significativa também foi um motivador importante entre os empreendedores sociais, como destaca o entrevistado E5:

É, me sinto muito feliz em ver o pessoal trabalhando da forma que está aqui, trabalhando o agroecológico, me sinto muito feliz em estar nessa área de estar trabalhando com os agricultores, ajudando e sempre incentivando o trabalho agroecológico. Porque depois que eu saí do convencional como eu trabalhava e vir para o agroecologia, gosto demais, é uma coisa que eu gosto de fazer e incentivar as pessoas a fazer e trabalhar com o agroecológico (Entrevistado E5).

Os entrevistados que possuem algum cargo de presidência relacionam a carreira significativa a ajuda à comunidade local e aos outros empreendedores. Os cooperados veem a sua carreira como significativa à medida que contribui para a melhoria da vida dos clientes. Entretanto, ambos relacionam a busca de uma carreira significativa através do benefício baseado no *triple bottom line*, uma vez que, consideram os interesses de todos os grupos de

partes interessadas, incluindo meio ambiente e sociedade como principais *stakeholders* (Bocken *et al.*, 2014). Com isso, a busca de uma carreira significativa é uma causa da motivação pró-social dos empreendedores sociais.

Além do mais, o indicador “influência de modelos de comportamentos” se relaciona com o indicador “experiência anterior” da dimensão “Antecedentes”, dado que, os empreendedores sociais entrevistados possuem alguns modelos inspiradores intimamente ligados aos pais em trabalhar com agricultura, como também, conhecidos próximos ou familiares que trabalhavam com esse tipo de agricultura orgânica/agroecológica ou caprinocultura. Com isso, os empreendedores sociais são influenciados por modelos de comportamento que são oriundos da experiência anterior em trabalhar com familiares e conhecidos próximos.

Por fim, a “insatisfação com o trabalho anterior” está relacionado com a preocupação dos empreendedores em trabalhar com produtos químicos nas plantações que causavam problemas sérios a saúde, como afirma o entrevistado E2: “*Olha, trabalha com agrotóxico é você contar seus dias a menos de vida, com certeza viu. Porque só tem mil causas para prejudicar a saúde da pessoa, só o que pode ter, não vem nada de bem*”. Além do mais, trabalhar com atravessadores também causava insatisfação no trabalho anterior.

4.1.3 Dimensão Orientação empreendedora social

A dimensão “Orientação empreendedora social” considerou diversos aspectos relacionados às características comportamentais dos empreendedores sociais, organizadas em duas categorias de análise, a saber: 1) as características comportamentais compartilhadas com os empreendedores convencionais e 2) as características próprias dos empreendedores sociais (Ver Figura 6).

As variáveis de análise elencadas no *framework* inicial contaram com 7 indicadores. No entanto, o indicador “assunção de riscos” foi eliminado por possuir uma definição semelhante com o indicador “altruísmo” da dimensão “Motivação”. Além do mais, a análise empírica indicou o surgimento de alguns indicadores não elencados no *framework* inicial, são eles: “consciência socioambiental”, “persistência”, “influenciador”, “predisposição para aprender”, e “satisfação com o trabalho”. Com isso, a dimensão “Orientação empreendedora social” ficou composta por 8 indicadores distribuídos em duas categorias. Como também, 3 variáveis que emergiram na análise empírica e não foram incorporadas nas categorias devido ao seu caráter intermediador entre indicadores de diferentes categorias analisadas (“influenciador” e “predisposição para aprender”) e por ser concebido como um indicador intimamente causativo do indicador “paixão social” (“satisfação com o trabalho”).

Em se tratando da categoria relacionada às características comportamentais próprias dos empreendedores sociais, percebe-se que esses indicadores possuem mais conexões do que a categoria compartilhada com os empreendedores convencionais. O eixo central dessa categoria é a consciência socioambiental do empreendedor social que se relaciona com a missão social, a visão social, e a paixão social do empreendedor. A consciência socioambiental impulsiona negócios em resposta a problemas sociais negligenciados por empresas, governo e organizações não governamentais (Santos, 2012; Zahra *et al.*, 2009). Eles demonstram uma preocupação com o meio ambiente, como pode ser percebido pela fala do entrevistado E4: “*Infelizmente, a humanidade não tem consciência que a gente precisa do meio ambiente*”, e o entrevistado E6: “[...] *que é que está acontecendo hoje em dia no mundo? Os desastres ecológicos que estão acontecendo? É por conta disso, do desmatamento, do uso incorreto de agrotóxico e às vezes demais!*”. Como também, eles possuem uma consciência relacionada às pessoas, por exemplo: “*Você sabe que veneno mata né, as doenças todinhas dos países hoje é veneno, não é outra coisa não. Tudo que você come hoje tem veneno*” (Entrevistado E12). Com isso, a consciência

tempo, a gente está sempre se defendendo das coisas, sempre buscando resolver as coisas, então... a gente está sempre um passo à frente porque é complicado o mercado, você lidar com as pessoas [...]". Os empreendedores sociais também são pessoas que são determinados em seus ideais e, por conta disso, a sua proatividade está ligada com a sua persistência, como o entrevistado E9 expõe: “[...] *depois que eu coloco uma ideia assim, não tenho como voltar atrás não, eu gosto de ver a coisa acontecer em todos os aspectos. Eu acho que, eu gosto de ver as coisas acontecerem, eu não gosto de esperar não! Eu gosto de correr atrás!*”. A persistência percebida nas falas dos entrevistados está relacionada tanto com a missão social do empreendedor social como em enfrentar as dificuldades inerentes ao seu trabalho e persistir.

Além disso, os empreendedores sociais são proativos em influenciar as pessoas que estão ao seu redor influenciados pela sua missão social, como é perceptível na fala do entrevistado E1: “*é difícil colocar na cabeça das pessoas, eles acham que é besteira, acha que é uma ilusão, mas a gente tenta passar, a gente insiste, bate na tecla e uma hora a gente vence, se Deus quiser! [...] Então vamos ficar firmes e fortes!*”. Para agir com determinação, eles precisam acreditar em sua missão social com grande intensidade (Kedmenec et al., 2015) destinados a melhorar o bem-estar de um grupo específico ou da sociedade em geral (Yitshaki & Kropp, 2016).

Os empreendedores sociais também possuem altos níveis de inovação para transformar uma realidade social imperfeita (García-Uceda et al., 2019; Tiwari et al., 2017). Os entrevistados relataram que buscam novas formas de entregar as mercadorias, novas tecnologias para melhorar na produção e novos produtos para atender ao mercado regional. Eles conseguem alcançar esses resultados a partir da predisposição para aprender, apesar de ter níveis de escolaridade baixo. Eles desejam conscientizar as pessoas através do que eles aprendem também, como ressaltou o entrevistado E1:

Hoje eu estou aprendendo, ouvir e o que eu ouvir, repassar para as pessoas o benefício que é você comer o produto orgânico. O pouco que eu aprendo eu tenho que passar para as pessoas. Eu pretendo aprender. Se tiver curso para fazer, eu não tenho muita leitura não porque estudei muito pouco, mas pelo menos ouvir e decorar eu consigo viu (Entrevistado E1).

Por fim, os empreendedores sociais possuem altos níveis de gerenciamento de riscos e parecem ser bastantes conservadores. Eles trabalham de forma cautelosa assumindo riscos administráveis e realizando o planejamento antes de alocar fundos para um projeto.

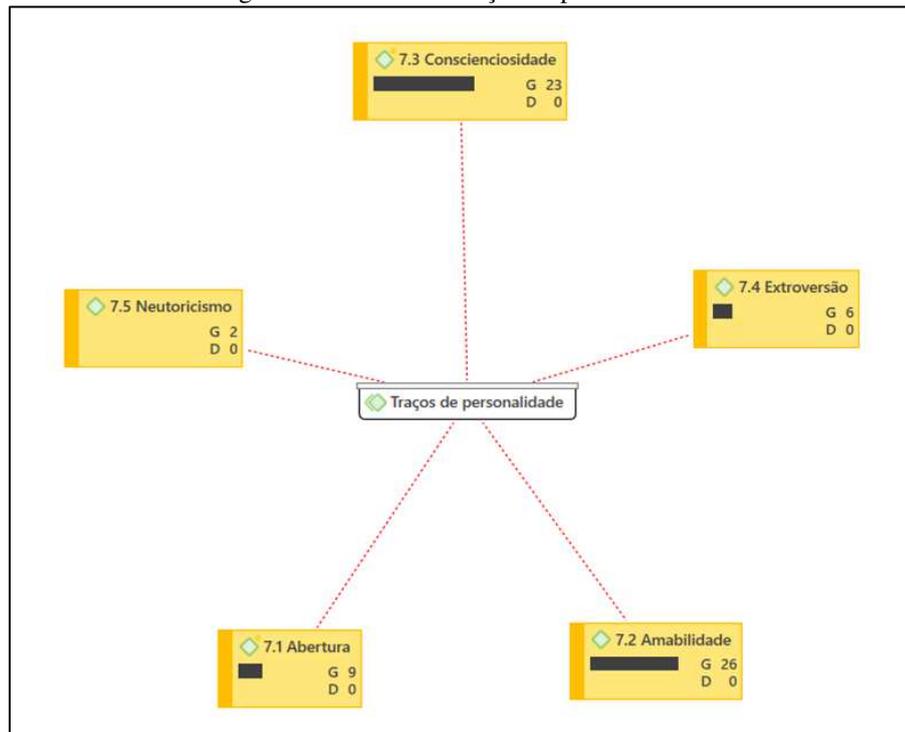
4.1.4 Dimensão Traços de personalidade

Por último, a dimensão “Traços de personalidade” foi baseada na teoria dos cinco grandes domínios da personalidade (Ver Figura 7).

Após a verificação empírica, o traço de personalidade denominado neuroticismo foi o que teve menos *quotations* indicando que os empreendedores sociais não demonstram tendência de experimentar emoções negativas. Como também, não houveram muitas *quotations* para os traços de personalidade extroversão e abertura. Entretanto, as vezes que os empreendedores sociais expressavam alguma característica relacionada ao traço de personalidade abertura, se referia ao seu desejo em ter um trabalho onde ele pudesse ter mais liberdade para tomar suas decisões.

Os traços de personalidade preponderantes para os empreendedores sociais foram a amabilidade (26 *quotations*) e conscienciosidade (23 *quotations*). Esse resultado indica que os empreendedores sociais alcançam pontuações mais altas em gentileza e são cooperativos, confiantes, complacentes, atenciosos e altruístas.

Figura 7 – Dimensão Traços de personalidade



Fonte: Rede gerada no Atlas.ti, com base nos dados da pesquisa de campo (2022).

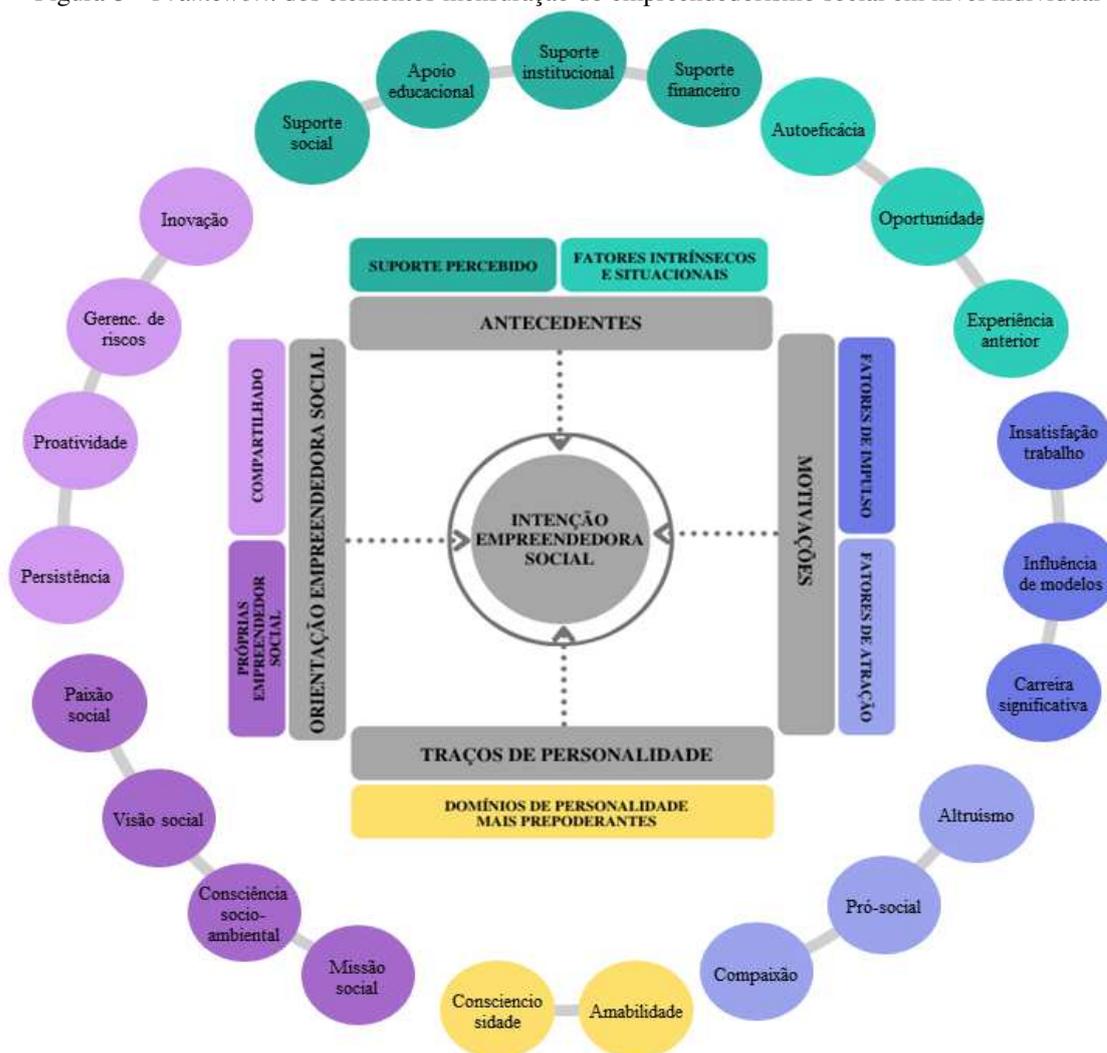
Eles gostam de viver em harmonia com todos a sua volta, como o entrevistado E6 ressaltou: “[...] *sou um cara pacífico, não gosto de briga com ninguém, sou um cara tranquilo [...], eu gosto de ter amigos e também incentivar os outros a viver num modo que seja bom de se viver para todo mundo*”. Além do mais, eles têm alto grau de controle, organização e trabalho árduo, como por exemplo: “*Eu me organizo, eu me organizo, é tanto que eu estou sem dormir desde ontem para trazer tudo limpinho, tudo prontinho, né, então, eu acho que é uma boa organização*” (Entrevistado 1).

4.2 Framework elementos do empreendedorismo social em nível individual

Com o intuito de ilustrar a relação das dimensões do *framework*, a figura 8 apresenta os elementos encontrados a partir da verificação empírica. O *framework* final contou com as dimensões “Antecedentes”, “Motivações”, “Orientação empreendedora social” e “Traços de personalidade” distribuídos em 7 categorias e 23 indicadores.

Todos esses indicadores estão relacionados com a intenção social empreendedora. Percebe-se que os indicadores possuem ligações com outros indicadores da mesma dimensão, como também, em outras dimensões analisadas. São inúmeros fatores externos e intrínsecos que juntos colaboram para tornar um indivíduo em empreendedor social. A conexão entre os indicadores é bastante alta devido a ligação de relação entre os diferentes fatores. Isso ocorre devido à complexidade de estudar o comportamento humano.

Figura 8 – *Framework* dos elementos mensuração do empreendedorismo social em nível individual



Fonte: Elaboração própria, 2022.

Por fim, todos os fatores são importantes, mas alguns tiveram maior quantidade de magnitude na fala dos respondentes ou maior influência em outros indicadores. Em síntese, os empreendedores sociais são voltados para o desenvolvimento sustentável das sociedades e isso é perceptível em todas as dimensões analisadas decorrentes da preocupação com as pessoas ao seu redor e com o meio ambiente.

5. Conclusões

O presente artigo teve como finalidade propor um *framework* com os elementos de mensuração de empreendedorismo social em nível individual. As dimensões de análise foram: os antecedentes que influenciam a atividade empreendedora, as suas motivações, a orientação social empreendedora e os traços personalidades. Essas dimensões foram verificadas para averiguar sua relação com a dimensão intenção empreendedora social. Foram realizadas doze entrevistas com empreendedores que atuam no semiárido paraibano. As quatro dimensões analisadas estiveram presentes nas falas de todos os entrevistados, porém, com diferentes proporcionalidades. O *framework* final contou com 23 indicadores relacionados a 7 categorias e distribuídos em quatro dimensões. Todos esses indicadores estão relacionados com a intenção social empreendedora.

A limitação para o desenvolvimento dessa pesquisa foi encontrada devido a análise dos empreendedores sociais que estão situados somente na região do semiárido paraibano. Dessa forma, sugere-se que seja aplicado o modelo em diversos contextos nacionais e internacionais para comparar os resultados. Também, pode-se comparar os resultados dessa pesquisa com outros tipos de empreendedores sociais, como, por exemplo, empreendedores sociais que possuem empresas de médio ou grande porte.

Estudar o comportamento do indivíduo é complexo porque são diversos fatores relacionados a diferentes aspectos que estão conectados. Dessa forma, uma sugestão de pesquisa seria a validação estatística do modelo através de abordagem quantitativa. O *framework* final pode ser utilizado para embasar estudos quantitativos através de análise multivariada, utilizando tanto a análise fatorial exploratória quanto a confirmatória, como também, a correlação dos dados.

Por fim, ao apoiar e facilitar instituições educacionais voltadas para a promoção da causa da educação e da pesquisa em empreendedorismo, os governos podem dar um grande impulso ao empreendedorismo social. Com isso, o *framework* poderá ser utilizado por instituições educacionais e governos para impulsionar o empreendedorismo social na sociedade e contribuir com o desenvolvimento sustentável.

Referências

Observação: A lista de referências encontra-se no final do documento.

CAPÍTULO 4

CONCLUSÕES

CONCLUSÕES

Esta dissertação de mestrado teve como objetivo propor um *framework* com os principais elementos de mensuração do empreendedorismo social em nível individual. Seguimos a modalidade de artigo regulamentada pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA/UFMG). Cada artigo representa um estudo publicado individualmente, mas interconectado. O resumo das conclusões são apresentados na Tabela 2.

Tabela 2 – Resumo das conclusões

ARTIGOS	PRINCIPAIS RESULTADOS	CONTRIBUIÇÕES	FUTUROS ESTUDOS
<p>Artigo 1: Empreendedorismo social: um estudo bibliométrico e historiografia do campo entre 2000 e 2021.</p>	<p>Constatou-se que houve uma evolução nos períodos de análise em relação à quantidade de publicações e temas envolvendo o empreendedorismo social.</p>	<p>O estudo contribui para compreender como a historiografia sobre empreendedorismo social está sendo moldada.</p>	<p>Percebe-se que faltam estudos que abordem a temática por meio de estudos empíricos em diferentes contextos, o que pode direcionar a realização de estudos futuros.</p>
<p>Artigo 2: Indicadores do comportamento dos empreendedores sociais em nível individual.</p>	<p>Em sua maioria, os estudos que abordam os indicadores no nível individual aplicaram questionários com estudantes. Entre os indicadores, os de maior destaque são: a autoeficácia empreendedora, suporte social, experiência anterior, obrigação moral e empatia.</p>	<p>Ao analisar a estrutura conceitual dos indicadores foi constatada a existência de três tipos principais de linhas de pesquisa, são elas: a intenção social empreendedora, características comportamentais, e orientação social empreendedora.</p>	<p>Nota-se uma distinção entre algumas linhas de pesquisas que envolvem o empreendedorismo no nível individual, entretanto, suas diferenças e origens ainda não foram exploradas profundamente.</p>
<p>Artigo 3: Os elementos de mensuração de empreendedorismo social no nível individual.</p>	<p>O <i>framework</i> final contou com 23 indicadores relacionados a 7 categorias e distribuídos em quatro dimensões (antecedentes, motivações, orientação empreendedora social e traços de personalidade).</p>	<p>O <i>framework</i> poderá ser utilizado por instituições educacionais e governos para impulsionar o empreendedorismo social na sociedade e contribuir com o desenvolvimento sustentável.</p>	<p>Estudar o comportamento do indivíduo é complexo porque são diversos fatores relacionados a diferentes aspectos que estão conectados. Dessa forma, uma sugestão de pesquisa seria a validação estatística do modelo através de abordagem quantitativa.</p>

Fonte: elaboração própria.

Com o intuito de propor um *framework* com os elementos do empreendedorismo social em nível individual e sua aplicabilidade para melhorar as instituições de fomento, primeiramente é preciso entender a literatura da área, depois identificar os indicadores do comportamento dos empreendedores sociais, e, por fim, propor uma estrutura com os elementos que envolvem a intenção empreendedora social.

O primeiro capítulo expõe uma análise bibliométrica e destaca a evolução historiográfica do campo. Percebe-se que a literatura do campo tem uma evolução nos últimos

anos na quantidade de artigos, temas envolvendo o empreendedorismo social e proliferação na quantidade de conexões entre os clusters de diferentes perspectivas. Entretanto, as publicações mais antigas sobre o tema continuam se destacando na base teórica dos artigos mais atuais, indicando que alguns princípios do empreendedorismo social permanecem em busca de consolidação. Além do mais, ficou perceptível os dois enfoques teóricos, um fundamentado no empreendimento (nível organizacional) e a outra perspectiva envolvendo o empreendedor social (nível individual).

Posteriormente, o segundo capítulo focou em analisar os indicadores do empreendedorismo social em nível individual. Apesar de todos os artigos analisados estudarem o comportamento do empreendedor social, as perspectivas possuem algumas peculiaridades distintas. Ao analisar a estrutura conceitual dos indicadores foi constatada a existência de três tipos principais de linhas de pesquisa, são elas: a intenção social empreendedora, características comportamentais, e orientação social empreendedora. Dessa forma, a partir dos resultados encontrados na revisão sistemática da literatura foi desenvolvido um *framework*. Esse *framework* foi elaborado no terceiro capítulo e aprimorado após análises empíricas.

O *framework* após a verificação empírica contou com 23 indicadores relacionados a 7 categorias e 5 dimensões. Percebe-se que os indicadores possuem ligações com outros indicadores da mesma dimensão, como também, em outras dimensões analisadas. Os principais fatores que antecedem os empreendedores para iniciar seus empreendimentos é o suporte institucional que é realizado através de apoio educacional e/ou financeiro. Em se tratando da motivação, os fatores de atração foram mais fortes para os empreendedores sociais, inclusive, a motivação pró-social é a principal motivação dos empreendedores sociais. Eles possuem características inerentes aos empreendedores convencionais, como também, possuem características que são próprias dos empreendedores sociais. Os empreendedores sociais possuem proatividade principalmente se tratando em persistir na sua missão social e possuem traços de personalidade preponderantes, que são a amabilidade e a conscienciosidade.

As limitações deste estudo estão relacionadas ao fato de avaliarmos apenas empreendedores sociais localizados no semiárido paraibano que pode ter um viés de contexto apesar de partilhar aspectos em comuns com empreendedores sociais de outras localidades. Dessa forma, sugere-se mais pesquisas com amostras de diferentes cenários nacionais e internacionais com objetivo de realizar análises comparativas em outros contextos sociais e econômicos. O *framework* final pode ser utilizado para embasar estudos quantitativos através de análise multivariada, utilizando tanto a análise fatorial exploratória quanto a confirmatória. Além disso, recomenda-se utilizar o modelo final para auxiliar no desenvolvimento de políticas

públicas para o fomento do empreendedorismo social, como também, promover um maior espírito empreendedor social nos estudantes de negócios através de programas que desenvolvam a consciência socioambiental nos alunos.

Dessa forma, concluímos que os artigos são interdependentes e atingiram os objetivos gerais e específicos. Apresentamos uma evolução em relação aos estudos que estudam o empreendedorismo social em nível individual por indicar diversas dimensões e indicadores que estavam sendo estudados de forma separada. Ademais, contribuímos com os estudos empíricos e avanço nas pesquisas em países em desenvolvimento, dado que, as entrevistas foram aplicadas empiricamente com empreendedores brasileiros localizados no semiárido paraibano. Com isso, a dissertação possui uma contribuição teórica e prática para contribuir com o desenvolvimento sustentável da sociedade.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Fundação CAPES, Ministério da Educação do Brasil, pelo financiamento recebido no âmbito do Contrato de Bolsa nº 88887.610529/2021-00.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. *Advances in experimental social psychology*, 2, 267–299. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60108-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60108-2)
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior Organizational Behavior and Human Decision Processes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2).
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4). <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Akhter, A., Hossain, M. U., & Al Asheq, A. (2020). Influential factors of social entrepreneurial intention in Bangladesh. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.645>
- Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., & Alqudah, H. (2021). The relationship between social entrepreneurship and sustainable development from economic growth perspective: 15 ‘RCEP’ countries. *Journal of Sustainable Finance and Investment*. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1880219>
- Andrée, B. P. J., Chamorro, A., Spencer, P., Koomen, E., & Dogo, H. (2019). Revisiting the relation between economic growth and the environment; a global assessment of deforestation, pollution and carbon emission. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 114. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2019.06.028>
- Arasti, Z., Zarei, H., & Didehvar, F. (2015). Identifying the Evaluative Indicators of Regulatory Policies for the Development of Social Entrepreneurship. *Public Organization Review*, 15(3).
- Arogyaswamy, B. (2017). Social entrepreneurship performance measurement: A time-based organizing framework. *Business Horizons*, 60(5). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.05.004>
- Articulação Semiárido Brasileiro (ASB). (2021). Semiárido - é no semiárido que a vida pulsa! ASA Brasil. <https://www.asabrasil.org.br/semiariado>
- Ashoka. (2021). *Ashoka vislumbra um mundo onde todos são agentes de mudança: Um mundo onde todos os cidadãos são potentes e contribuem para mudanças sociais de uma maneira positiva*. Ashoka Brazil. <https://www.ashoka.org/pt-br/about-ashoka>
- Ashoka. (2021). *Empreendedorismo Social*. Ashoka Brazil. <https://www.ashoka.org/pt-br/focus/empreendedorismo-social>
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(1). <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(5–6), 373–403.
- Bandura, A. (1978). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2). <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Bansal, S., Garg, I., & Sharma, G. (2019). Social Entrepreneurship as a Path for Social Change and Driver of Sustainable Development: A Systematic Review and Research Agenda. *Sustainability*, 11(4), 1091. <https://doi.org/10.3390/su11041091>
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70 Ltda.
- Barki, E., Comini, G. M., & Torres, H. da G. (2019). *Negócios de impacto socioambiental no Brasil: como empreender, financiar e apoiar* (1st ed.). FGV Editora.
- Barki, E., Comini, G., Cunliffe, A., Hart, S., & Rai, S. (2015). Social entrepreneurship and social business: Retrospective and prospective research. *RAE Revista de Administracao de Empresas*, 55(4). <https://doi.org/10.1590/S0034-759020150402>

- Barnes, B., Dunn, S., & Wilkinson, S. (2019). Natural hazards, disaster management and simulation: a bibliometric analysis of keyword searches. *Natural Hazards*, 97(2), 813–840.
- Bergamini, T. P., Navarro, C. L. C., & Hilliard, I. (2017). Is crowdfunding an appropriate financial model for social entrepreneurship? *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1).
- Bernardino, R. A., & Teixeira, M. L. M. (2021). Negócios de Impacto Social: Abordagens, Convergências e Divergências conceituais. *Anais Do Encontro Nacional Da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa Em Administração*.
- Bittencourt, I., Brunstein, J., & Martins, A. (2016). Systematic Review of the Literature Social Entrepreneurship and Skills Development: An Analysis of Past 10 years. *International Journal Of*.
- Bлга, S. I. (2021). An Empirical Model of Motivation for Social Entrepreneurship. *Scientific Annals of Economics and Business*, 68(1). <https://doi.org/10.47743/saeb-2021-0001>
- Block, J. H., Fisch, C. O., & van Praag, M. (2017). The Schumpeterian entrepreneur: a review of the empirical evidence on the antecedents, behaviour and consequences of innovative entrepreneurship. *Industry and Innovation*, 24(1). <https://doi.org/10.1080/13662716.2016.1216397>
- Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. In *Journal of Cleaner Production* (65). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Camargo, B. V., & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas Em Psicologia*, 21(2). <https://doi.org/10.9788/tp2013.2-16>
- Campbell, D. T., & Fiske, D. W. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological Bulletin*, 56(2). <https://doi.org/10.1037/h0046016>
- Campos, V., Sanchis, J. R., & Ejarque, A. (2020). Social entrepreneurship and Economy for the Common Good: Study of their relationship through a bibliometric analysis. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 21(3). <https://doi.org/10.1177/1465750319879632>
- Capella Peris, C., Gil Gómez, J., Martí Puig, M., & Ruiz-Bernardo, P. (2016). Construcción de un cuestionario para medir el emprendimiento social en educación física. *Pedagogia Social Revista Interuniversitaria*, 28. https://doi.org/10.7179/psri_2016.28.13
- Carmona, V. C., Martens, C. D. P., Leão, A. L. D. B. C., Nassif, V. M. J., & Freitas, H. M. R. de. (2018). Empreendedorismo social: uma perspectiva bibliométrica na área de administração e negócios. *Estudios Gerenciales*. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.149.2912>
- Carraher, S. M., Welsh, D. H. B., & Svilokos, A. (2016). Validation of a measure of social entrepreneurship. *European Journal of International Management*, 10(4). <https://doi.org/10.1504/EJIM.2016.077421>
- Casaqui, V., & Sinato, A. (2015). Empreendedorismo social em perspectiva global: bem comum, trabalho e engajamento na retórica do capitalismo contemporâneo. *Revista Eptic*, 17(1).
- Cechin, A., & Pacini, H. (2012). Economia verde: Por que o otimismo deve ser aliado ao ceticismo da razão. *Estudos Avancados*, 26(74). <https://doi.org/10.1590/S0103-40142012000100009>
- Chandra, Y. (2018). Mapping the evolution of entrepreneurship as a field of research (1990–

- 2013): A scientometric analysis. *PLoS ONE*, 13(1).
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0190228>
- Chipeta, E. M., Venter, R., & Kruse, P. (2020). Measuring the Role of Reductive Bias in Social Enterprise Formation: Development and Validation of a Social Entrepreneurial Intention Bias Scale. *Journal of Social Entrepreneurship*.
<https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1758196>
- Comini, G., Barki, E., & Aguiar, L. T. de. (2012). A three-pronged approach to social business: a Brazilian multi-case analysis social businesses. *Revista de Administração*, 47(3). <https://doi.org/10.5700/rausp1045>
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto* (3a ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203–1213.
<https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0620>
- Dacin, P., Dacin, M., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37–57.
- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A reconceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30(5).
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.002>
- De Bakker, F. G. A., Groenewegen, P., & Den Hond, F. (2005). A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. *Business and Society*, 44(3), 283–317.
- Dees, J. G. (2007). Taking social entrepreneurship seriously. *Society*, 44(3).
<https://doi.org/10.1007/BF02819936>
- Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2006). Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. In *Research on social entrepreneurship: Understanding and contributing to an emerging field* (Vol. 1, Issue 3).
- Dees, J. G., Haas, M., & Haas, P. (1998). The Meaning of "Social Entrepreneurship". *Case Studies in Social Entrepreneurship and Sustainability*.
- Dey, P., & Steyaert, C. (2016). Rethinking the Space of Ethics in Social Entrepreneurship: Power, Subjectivity, and Practices of Freedom. *Journal of Business Ethics*, 133(4).
<https://doi.org/10.1007/s10551-014-2450-y>
- Dionisio, M. (2019). The evolution of social entrepreneurship research: a bibliometric analysis. *Social Enterprise Journal*, 15(1), 22–45. <https://doi.org/10.1108/SEJ-05-2018-0042>
- Doh, S. (2020). Social entrepreneurship and regional economic development: The case of social enterprise in south korea. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21).
- Duhl, L. J. (1990). Comprehensive city interventions. *Bulletin of the New York Academy of Medicine: Journal of Urban Health*, 66(5).
- Dwivedi, A., & Weerawardena, J. (2018). Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct. *Journal of Business Research*, 86.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.053>
- Ebrashi, R. E. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 9(2). <https://doi.org/10.1108/SRJ-07-2011-0013>
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50(1).
<https://doi.org/10.5465/AMJ.2007.24160888>
- Farinha, L., Sebastião, J. R., Sampaio, C., & Lopes, J. (2020). Social innovation and social entrepreneurship: discovering origins, exploring current and future trends. *International*

- Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17(1), 77–96.
<https://doi.org/10.1007/s12208-020-00243-6>
- Filho, G. R. de O., & Izzo, D. (2019). Buscando recursos financeiros. In E. Barki, G. M. Comini, & H. da G. Torres (Eds.), *Negócios de impacto socioambiental no Brasil* (1 ed., pp. 187–214). FGV Editora.
- Gali, N., Niemand, T., Shaw, E., Hughes, M., Kraus, S., & Brem, A. (2020). Social entrepreneurship orientation and company success: The mediating role of social performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 160.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120230>
- Galindo-Martín, M. A., Castaño-Martínez, M. S., & Méndez-Picazo, M. T. (2020). The relationship between green innovation, social entrepreneurship, and sustainable development. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11), 467.
<https://doi.org/10.3390/su12114467>
- Galvão, A., Ferreira, J. J., & Marques, C. (2018). Entrepreneurship education and training as facilitators of regional development: A systematic literature review. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(1).
- García-Uceda, E., Murillo-Luna, J. L., & Asín Lafuente, J. (2019). Motivaciones para el emprendimiento social. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 40.
https://doi.org/10.26754/ojs_ais/ais.2019404203
- Gaulejac, Vincent de. (2007). *Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social* (3a ed.). (I. Storniolo, Trad.). São Paulo: Ed. Idéias e Letras. (Trabalho original publicado em 2005)
- Gerli, F., Chiodo, V., & Bengo, I. (2021). Technology transfer for social entrepreneurship: Designing problem-oriented innovation ecosystems. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 3, 20. <https://doi.org/10.3390/su13010020>
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research. In *Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. <https://doi.org/10.4324/9780203793206>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2020). *GEM 2019/2020 Global Report*. 2020.
<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- González, M. F., Husted, B. W., & Aigner, D. J. (2017). Opportunity discovery and creation in social entrepreneurship: An exploratory study in Mexico. *Journal of Business Research*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.10.032>
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann, W. B. (2003). A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in Personality*, 37(6), 504–528.
 doi:10.1016/s0092-6566(03)00046-1
- Goyal, S., Agrawal, A., & Sergi, B. S. (2021). Social entrepreneurship for scalable solutions addressing sustainable development goals (SDGs) at BoP in India. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 16(3/4), 509–529.
<https://doi.org/10.1108/QROM-07-2020-1992>
- Granovetter, M. (2007). Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. *RAE Eletrônica*, 6(1). <https://doi.org/10.1590/s1676-56482007000100006>
- Grieco, C. (2018). What do social entrepreneurs need to walk their talk? Understanding the attitude–behavior gap in social impact assessment practice. *Nonprofit Management and Leadership*, 29(1). <https://doi.org/10.1002/nml.21310>
- Ha, N. T., Doan, X. H., Vu, T. N., Linh Nguyen, T. P., Phan, T. H., & Duong, C. D. (2020). The effect of social capital on social entrepreneurial intention among vietnamese students. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8).
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.671>
- Hamby, A., Pierce, M., & Brinberg, D. (2017). Solving Complex Problems: Enduring

- Solutions through Social Entrepreneurship, Community Action, and Social Marketing. *Journal of Macromarketing*, 37(4). <https://doi.org/10.1177/0276146716663797>
- Herzberg, F. (2003). One More Time: How Do You Motivate Employees? In *Harvard Business Review* (Vol. 81, Issue 1). https://doi.org/10.1007/978-1-349-02701-9_2
- Herzberg, F. I. (1968). One more time: how do you motivate employees? *Harvard Business Review*, 46 (1), 53-62.
- Hockerts, K. (2015). The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS): a validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3). <https://doi.org/10.1108/sej-05-2014-0026>
- Hockerts, K. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(1). <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Hota, P. K., Subramanian, B., & Narayanamurthy, G. (2020). Mapping the Intellectual Structure of Social Entrepreneurship Research: A Citation/Co-citation Analysis. *Journal of Business Ethics*, 166(1), 89–114. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04129-4>
- Humbert, A. L., & Roomi, M. A. (2018). Prone to “care”? Relating motivations to economic and social performance among women social entrepreneurs in Europe. *Social Enterprise Journal*, 14(3). <https://doi.org/10.1108/SEJ-11-2017-0058>
- Jia, X., & Desa, G. (2020). Social entrepreneurship and impact investment in rural–urban transformation: An orientation to systemic social innovation and symposium findings. *Agriculture and Human Values*, 37(4). <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10133-6>
- Kannampuzha, M., & Hockerts, K. (2019). Organizational social entrepreneurship: scale development and validation. *Social Enterprise Journal*, 15(3). <https://doi.org/10.1108/SEJ-06-2018-0047>
- Kannampuzha, M., & Hockerts, K. (2019). Organizational social entrepreneurship: scale development and validation. *Social Enterprise Journal*, 15(3). <https://doi.org/10.1108/SEJ-06-2018-0047>
- Kedmeneć, I., Rebernik, M., & Eric, J. P. (2015). The impact of individual characteristics on intentions to pursue social entrepreneurship. *Ekonomski Pregled*, 66(2).
- Klikauer, T. (2019). A preliminary theory of managerialism as an ideology. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 49(4). <https://doi.org/10.1111/jtsb.12220>
- Korosec, R. L., & Berman, E. M. (2006). Municipal support for social entrepreneurship. *Public Administration Review*, 66(3).
- Kraus, S., Niemand, T., Halberstadt, J., Shaw, E., & Syrjä, P. (2017). Social entrepreneurship orientation: development of a measurement scale. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(6). <https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2016-0206>
- Lacap, J. P. G., Mulyaningsih, H. D., & Ramadani, V. (2018). The mediating effects of social entrepreneurial antecedents on the relationship between prior experience and social entrepreneurial intent: The case of Filipino and Indonesian university students. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 9(3). <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2018-0028>
- Llewellyn, D. J., & Wilson, K. M. (2003). The controversial role of personality traits in entrepreneurial psychology. *Education + Training*, 45(6). <https://doi.org/10.1108/00400910310495996>
- Lotka, A. J. (1926). The frequency distribution of scientific productivity. *Journal of the Washington Academy of Sciences*, 16(2), 317–323.
- Luc, P. T. (2020). Outcome expectations and social entrepreneurial intention: Integration of planned behavior and social cognitive career theory. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 399–407. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO6.399>
- Lumpkin, G. T., Bacq, S., & Pidduck, R. J. (2018). Where Change Happens: Community-

- Level Phenomena in Social Entrepreneurship Research. *Journal of Small Business Management*, 56(1). <https://doi.org/10.1111/jsbm.12379>
- Machado, M. C. R. ., Lenzi, F. C. ., & Verdu, C. P. (2017). Empreendedorismo social: fronteiras teóricas das escolas. *XX SemeAd*.
- Macke, J., Sarate, J. A. R., Domeneghini, J., & Silva, K. A. da. (2018). Where do we go from now? Research framework for social entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 183. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.017>
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1). <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Malerba, F., & McKelvey, M. (2020). Knowledge-intensive innovative entrepreneurship integrating Schumpeter, evolutionary economics, and innovation systems. *Small Business Economics*, 54(2). <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0060-2>
- Malhotra, S., & Kiran, R. (2020, May). Entrepreneurial motivation, entrepreneurial intention and entrepreneurial training: an empirical study of higher educational technical institutes in north India. *8th International Conference on Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES)*, 349–363.
- Marshall, R. S. (2011). Conceptualizing the International For-Profit Social Entrepreneur. *Journal of Business Ethics*, 98(2). <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0545-7>
- Martínez-Climent, C., Rodríguez-García, M., & Zeng, J. (2019). Ambidextrous leadership, social entrepreneurial orientation, and operational performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/su11030890>
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, New Jersey: Van Nostrand
- McMullen, J. S., & Bergman, B. J. (2017). Social Entrepreneurship and the Development Paradox of Prosocial Motivation: A Cautionary Tale. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3). <https://doi.org/10.1002/sej.1263>
- Merriam, S. B. (2002). *Pesquisa qualitativa na prática: exemplos para discussão e análise*. Jossey-Bas.
- Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S., & Vogus, T. J. (2012). Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 37(4), 616–640. <https://doi.org/10.5465/amr.2010.0456>
- Moura, A. M. de, Comini, G., & Sousa Teodósio, A. dos S. de. (2015). The international growth of a social business: A case study. *RAE Revista de Administracao de Empresas*, 55(4). <https://doi.org/10.1590/S0034-759020150408>
- Muñoz, P., & Kimmitt, J. (2019). Social mission as competitive advantage: A configurational analysis of the strategic conditions of social entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 101. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.044>
- Muralidharan, E., & Pathak, S. (2018). Sustainability, transformational leadership, and social entrepreneurship. *Sustainability (Switzerland)*, 10(2). <https://doi.org/10.3390/su10020567>
- Murnieks, C. Y., Klotz, A. C., & Shepherd, D. A. (2020). Entrepreneurial motivation: A review of the literature and an agenda for future research. In *Journal of Organizational Behavior* (Vol. 41, Issue 2). <https://doi.org/10.1002/job.2374>
- Nga, J. K. H., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2). <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0358-8>
- Nunez, G. P. (2010). Social Entrepreneurship: Integrating the Excluded in Rural Areas. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(4).

- Pache, A. C., & Santos, F. (2013). Inside the hybrid organization: Selective coupling as a response to competing institutional logics. *Academy of Management Journal*, 56(4). <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0405>
- Parente, C., Costa, D., Santos, M., & Amador, C. (2012). Empreendedorismo Social: Dos Conceitos Às Escolas De Fundamentação. As Configurações De Um Conceito em Construção. *Empreendedorismo Social Em Portugal*.
- Partzsch, L., & Ziegler, R. (2011). Social entrepreneurs as change agents: A case study on power and authority in the water sector. *International Environmental Agreements: Politics, Law and Economics*, 11(1).
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical geography of the concept. *Journal of World Business*, 41(1).
- Persaud, A., & Bayon, M. C. (2019). A Review and Analysis of the Thematic Structure of Social Entrepreneurship Research: 1990-2018. *International Review of Entrepreneurship*, 17(4).
- Petrini, M., Scherer, P., & Back, L. (2016). Modelo de negócios com impacto social. *Revista de Administração de Empresas*, 56(2), 209–225. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020160207>
- Petrovskaya, I., & Mirakyan, A. (2018). A mission of service: social entrepreneur as a servant leader. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 24(3). <https://doi.org/10.1108/IJEBr-02-2016-0057>
- Popoviciu, I., & Popoviciu, S. A. (2011). Social entrepreneurship, social enterprise and the principles of a community of practice. *Revista de Cercetare Si Interventie Sociala*, 33(1).
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The Big Idea : Creating Shared Value Rethinking Capitalism Creating Shared Value & ‘ Developing countries .’ *Harvard Business Review*, February.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating Shared Value. In *Managing Sustainable Business*, 323–346. Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-024-1144-7_16
- Provdanov, C. C., & Freitas, E. C. De. (2013). Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. In *Novo Hamburgo: Feevale*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Reynolds, P. D., Hay, M., Bygrave, W. D., & Autio, E. (2000). GEM rapport 2000. *Kauffman Foundation*.
- Robichaud, Y., LeBrasseur, R., & Nagarajan, K. v. (2010). Necessity and Opportunity-driven Entrepreneurs in Canada: An Investigation into their Characteristics and an Appraisal of the Role of Gender. *Journal of Applied Business and Economics*, 11(1).
- Robinson, P., & Huefner, J. (1991). Entrepreneurial Research on Student Subjects Does Not Generalize to Real World Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 29(2).
- Ruysscher, C. de, Claes, C., Lee, T., Cui, F., Van Loon, J., De Maeyer, J., & Schallock, R. (2017). A Systems Approach to Social Entrepreneurship. *Voluntas*, 28(6). <https://doi.org/10.1007/s11266-016-9704-5>
- Ryzin, G. G., Grossman, S., DiPadova-Stocks, L., & Bergrud, E. (2009). Portrait of the social entrepreneur: Statistical evidence from a US panel. *Voluntas*, 20(2). <https://doi.org/10.1007/s11266-009-9081-4>
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social Entrepreneurship Research: Past Achievements and Future Promises. *Journal of Management*, 45(1), 70–95. <https://doi.org/10.1177/0149206318793196>
- Santos, F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3). <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1413-4>

- Sassmannshausen, S. P., & Volkmann, C. (2018). The Scientometrics of Social Entrepreneurship and Its Establishment as an Academic Field. *Journal of Small Business Management*, 56(2), 251–273. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12254>
- Satar, M. S., & Natasha, S. (2019). Individual social entrepreneurship orientation: towards development of a measurement scale. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.1108/APJIE-09-2018-0052>
- Schumpeter, J. A. (1943). Capitalism, Socialism and Democracy. In *Modern Economic Classics-Evaluations Through Time*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315270548-17>
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25(C). [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Sengupta, S., & Sahay, A. (2017). Social entrepreneurship research in Asia-Pacific: perspectives and opportunities. *Social Enterprise Journal*, 13(1), 17–37. <https://doi.org/10.1108/SEJ-11-2016-0050>
- Sengupta, S., Sahay, A., & Croce, F. (2018). Conceptualizing social entrepreneurship in the context of emerging economies: an integrative review of past research from BRIICS. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4). <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0483-2>
- Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.1002/sej.69>
- Singh, N., & Inbanathan, A. (2018). Social entrepreneurship for development: A business model for sustainable development. *Working Papers 426, Institute for Social and Economic Change, Bangalore.*, 1–21. <https://doi.org/10.4324/9781315646763>
- Skinner, B. F. (1965). Science & Human Behavior. In *Science & human behavior*. Free Press.
- Smith, I. H., & Woodworth, W. P. (2012). Developing social entrepreneurs and social innovators: A social identity and self-efficacy approach. *Academy of Management Learning and Education*.
- Smith, W. K., Gonin, M., & Besharov, M. L. (2013). Managing Social-Business Tensions: A Review and Research Agenda for Social Enterprise. *Business Ethics Quarterly*, 23(3), 407–442. <https://doi.org/10.5840/beq201323327>
- Solórzano-García, M., Navio-Marco, J., & Laguna, A. (2020). The influence of intrinsic motivation and contextual factors on MOOC students' social entrepreneurial intentions. *Interactive Learning Environments*, 1–13. doi:10.1080/10494820.2020.1769680
- Sonne, L. (2012). Innovative initiatives supporting inclusive innovation in India: Social business incubation and micro venture capital. *Technological Forecasting and Social Change*, 79(4).
- Souza, K., Okada, A., & Silva, B. (2014). Competences for Co-entrepreneurship: contribution to the understanding of the concept for Entrepreneurial education. *International Congress on Education, Innovation and Learning Technologies*, 134–146.
- Stadtler, L. (2016). Scaling up Tripartite Social Partnerships: Insights from the Becoming Perspective on Change. *Journal of Corporate Citizenship*, 2016(63). <https://doi.org/10.9774/gleaf.4700.2016.se.00007>
- Sud, M., Vansandt, C. V., & Baugous, A. M. (2009). Social entrepreneurship: The role of institutions. *Journal of Business Ethics*, 85(SUPPL. 1).
- Sullivan, D. M. (2007). Stimulating social entrepreneurship: Can support from cities make a difference? In *Academy of Management Perspectives* (Vol. 21, Issue 1).
- Sulphey, M. M., & Alkahtani, N. S. (2017). Economic security and sustainability through social entrepreneurship: The current Saudi scenario. *Journal of Security and*

- Sustainability Issues*, 6(3). [http://doi.org/10.9770/jssi.2017.6.3\(12\)](http://doi.org/10.9770/jssi.2017.6.3(12))
- Sulphey, M. M., & Salim, A. (2020). Development of a tool to measure social entrepreneurial orientation. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(2). <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2019-0099>
- Tavares, L. F., & Rodrigues, M. S. (2015). O SEBRAE e o fortalecimento do discurso do empreendedorismo no Brasil: uma análise a partir do relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Sinergia: Revista Do Instituto de Ciências Econômicas*, 19(1).
- Teodósio, A. dos S. de S., & Comini, G. (2012). Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context. *Revista de Administração*, 47(3). <https://doi.org/10.5700/rausp1047>
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017). An empirical analysis of the factors affecting social entrepreneurial intentions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-017-0067-1>
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017a). An empirical analysis of the factors affecting social entrepreneurial intentions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-017-0067-1>
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017b). The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(2). <https://doi.org/10.1080/19420676.2017.1371628>
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2020). Mediating Role of Prosocial Motivation in Predicting Social Entrepreneurial Intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1755993>
- United Nations. (2020). World Social Report 2020: Inequality in a Rapidly Changing World. In *World social report 2020*. <https://www.un.org/development/desa/dspd/wp-content/uploads/sites/22/2020/02/World-Social-Report2020-FullReport.pdf>
- Vansandt, C. V., Sud, M., & Marme, C. (2009). Enabling the original intent: Catalysts for social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 90(SUPPL 3).
- Villarreal Larrinaga, O. V. (2017). Is it desirable, necessary and possible to perform research using case studies? *Cuadernos de Gestion*, 17(1). <https://doi.org/10.5295/cdg.140516ov>
- Vroom, V. H. (1964). Work and Motivation. In *Personnel Psychology* (Issue 1).
- Waddock, S. A., & Post, J. E. (1991). Social Entrepreneurs and Catalytic Change. *Public Administration Review*, 51(5). <https://doi.org/10.2307/976408>
- Waddock, S. A., & Post, J. E. (1991). Social Entrepreneurs and Catalytic Change. *Public Administration Review*, 51(5). <https://doi.org/10.2307/976408>
- Wood, S. (2012). Prone to progress: Using personality to identify supporters of innovative social entrepreneurship. *Journal of Public Policy and Marketing*, 31(1).
- World Bank. (2020a). *COVID-19 pode levar mais 150 milhões de pessoas para a extrema pobreza até 2021*. The World Bank. <https://www.worldbank.org/pt/news/press-release/2020/10/07/covid-19-to-add-as-many-as-150-million-extreme-poor-by-2021#:~:text=A pobreza extrema%2C definida como,bienal Pobreza e Prosperidade Compartilhada>
- World Bank. (2020b). *Poverty and Shared Prosperity: Overview Reversals of fortune*. World Bank Group. <https://doi.org/10.2307/j.ctv14nkp3p.9>
- World Economic Forum. (2019). *The Global Risks Report*. 1–114. <http://wef.ch/risks2019>
- Yin, R. K. (2001). Estudo de caso: planejamento e métodos. In *Yin. Trad. Daniel* (2 ed). Bookman. Trad. Daniel Grassi.
- Yin. (2016). Qualitative Research from Start to Finish (2nd Edn.). *Neuropsychological rehabilitation*, 27(8): 1156–58.
- Yitshaki, R., & Kropp, F. (2016). Motivations and Opportunity Recognition of Social Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 54(2).

<https://doi.org/10.1111/jsbm.12157>

- Yu, C., Ye, B., & Ma, S. (2021). Creating for others: linking prosocial motivation and social entrepreneurship intentions. *Management Decision*, 59(11). <https://doi.org/10.1108/MD-06-2019-0815>
- Zahra, S. A., & Wright, M. (2016). Understanding the Social Role of Entrepreneurship. In *Journal of Management Studies* (Vol. 53, Issue 4). <https://doi.org/10.1111/joms.12149>
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>

APÊNDICE 1. ROTEIRO SEMI-ESTRUTURADO

Elementos relacionados aos Antecedentes
Suporte Social: As pessoas lhe apoiaram quando você planejou resolver um problema social significativo? Você acredita ser importante o apoio de pessoas para os empreendedores sociais? E no seu caso, você percebeu apoio de familiares, amigos(as), e/ou professores(as)?
Suporte Financeiro: Você acredita ser possível atrair investidores para uma organização que deseja solucionar problemas sociais? Você recebeu suporte financeiro quando estava pensando em iniciar o negócio social? Esse suporte financeiro ou a falta dele lhe influenciou na abertura do negócio social?
Apoio Educacional: Você recebeu algum apoio educacional (participou de algum curso, palestra ou evento) que lhe incentivou a iniciar o negócio social?
Experiência Anterior: Antes de iniciar o empreendimento social, você teve alguma experiência em trabalhar com problemas sociais? Foi voluntário ou trabalhou de outra forma com organizações sociais (ONG's, negócios sociais, etc.)?
Autoeficácia empreendedora social: Antes de iniciar o empreendimento social, você acreditava que a sua dedicação poderia resolver os problemas sociais da atualidade? E atualmente, você acredita que contribui de alguma maneira para resolver os problemas que a sociedade enfrenta?
Oportunidade: Você se considera uma pessoa que está constantemente buscando soluções e descobrindo soluções inéditas para os problemas sociais da atualidade?
Elementos relacionados à Motivação
Pró-social: Você se sente motivado(a) em ajudar outras pessoas através do seu trabalho?
Compaixão: Qual é a sua reação e o que você sente quando vê alguém sofrendo por algo? Você se considera uma pessoa que constantemente se coloca no lugar da outra pessoa?
Altruísmo: Você se considera uma pessoa disposta a sacrificar seus próprios interesses para atender às necessidades dos outros?
Insatisfação com o trabalho anterior: Antes de iniciar o empreendimento social, você trabalhava ou realizava alguma atividade que lhe deixava insatisfeito(a)? Alguma situação lhe incomodou (relacionada ao trabalho/atividade anterior) ao ponto de lhe incentivar a iniciar o seu próprio negócio social?

<p>Falta de emprego: A falta de uma alternativa de emprego foi um motivador para iniciar o seu negócio social?</p>
<p>Carreira significativa: Antes de iniciar o empreendimento social, você buscava algo que tornasse seu trabalho significativo para você? Isto é, você buscava um trabalho gratificante (que poderia trazer satisfação interior)?</p>
<p>Influência de modelos de comportamento: Existiu algum familiar, amigo ou algum grupo envolvido em algum tipo de iniciativa de empreendedorismo social que lhe influenciou em criar seu próprio negócio social?</p>
<p>Elementos relacionados à Orientação empreendedora social</p>
<p>Inovação: Você se considera uma pessoa criativa? Você prefere tentar seu próprio jeito ao realizar coisas novas, em vez de fazer como todo mundo faz?</p>
<p>Proatividade: Geralmente você “dá um passo à frente” e faz as coisas acontecerem em vez de sentar e esperar que alguém faça? Você tem a tendência de examinar ativamente o ambiente externo e se preparar para incertezas futuras?</p>
<p>Assunção de riscos: Você costuma agir “ousadamente” em situações onde há risco, para o bem-estar da sociedade?</p>
<p>Gerenciamento de riscos: Você se empenha para gerenciar os riscos associados aos projetos que você realiza? Quando você pretende iniciar um projeto você faz compromissos cautelosos de recursos e realiza o planejamento antes de alocar fundos para um projeto? Você faz compromissos cautelosos de recursos e planeja antes de alocar fundos para um projeto?</p>
<p>Visão social: Você consegue perceber claramente e rapidamente uma necessidade social?</p>
<p>Missão social: Você possui uma missão social? Se sim, qual? Você se considera comprometido com sua missão social?</p>
<p>Paixão social: Você se considera uma pessoa entusiasmada e comprometida para resolver problemas sociais?</p>
<p>Elementos relacionados aos Traços de Personalidade</p>
<p>Fale um pouco da sua personalidade. Quais são as características que mais te definem?</p>

Amabilidade:

Você acredita na importância de chegar a um acordo com as pessoas antes de tomar uma decisão? Você se considera uma pessoa que faz amizade rapidamente? Você busca manter relacionamentos harmoniosos com seus colegas?

Extroversão:

Você gosta de mudanças? Você gosta de buscar novas oportunidades? Você gosta de definir metas desafiadoras?

Neuroticismo:

Você se considera uma pessoa positiva (buscando sempre olhar o lado bom das coisas)?

Abertura:

Qual seria um ambiente de trabalho perfeito para você? Você gosta de trabalhar em um ambiente que lhe permite criar (inovar) ou você prefere um ambiente de trabalho mais convencional?

Conscienciosidade:

Como você realiza o planejamento do negócio social? Como são organizadas as suas tarefas e dos funcionários/voluntários do negócio social? Você se considera uma pessoa organizado(a)?

Questões demográficas**Sexo:****Idade:****Cidade de nascimento:****Nível de escolaridade:** **Ensino fundamental incompleto** **Ensino fundamental completo** **Ensino médio incompleto** **Ensino médio completo** **Superior incompleto. Qual? _____** **Superior completo. Qual? _____****Ocupação e educação dos pais:****Qual é o nível de escolaridade dos seus pais? Qual é a ocupação atual deles?**

APÊNDICE 2. COMPROVANTE DE SUBMISSÃO DO ARTIGO 1

[REGEPE] Agradecimento pela submissão Caixa de entrada x

Dennys Eduardo Rossetto via Regepe <pen-bounces@emnuvens.com.br> ter., 15 de fev. 17:43 (há 23 horas) ☆ ↶ ⋮
para mim ▾

Tárcila Bezerra Vasconcelos,

Agradecemos a submissão do trabalho "Empreendedorismo social: um estudo bibliométrico e historiografia do campo entre 2000 e 2021" para a revista Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas.

Acompanhe o progresso da sua submissão por meio da interface de administração do sistema, disponível em:

URL da submissão: <https://regepe.org.br/regepe/authorDashboard/submission/2255>
Login: tarclavasconcelos

Em caso de dúvidas, entre em contato via e-mail.

Agradecemos mais uma vez considerar nossa revista como meio de compartilhar seu trabalho.

Dennys Eduardo Rossetto
Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas <https://www.regepe.org.br/>

↶ Responder ➡ Encaminhar

APÊNDICE 3. COMPROVANTE DE SUBMISSÃO DO ARTIGO 2

[Contextus] Agradecimento pela Submissão (78394) Caixa de entrada x

Revista Contextus <periodicosufc@gmail.com> ter., 15 de fev. 12:30 (há 1 dia) ☆ ↶ ⋮
para mim ▾

Prezado(a) Tárcila Bezerra Vasconcelos,

Agradecemos pela submissão de seu artigo "Indicadores do comportamento dos empreendedores sociais em nível individual" à Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão. Através da interface de administração do sistema, utilizado para a submissão, será possível acompanhar o progresso do documento dentro do processo editorial, bastando acessar o sistema localizado em:

- URL do Manuscrito: <http://periodicos.ufc.br/contextus/authorDashboard/submission/78394>
- Login: tarclavasconcelos

Por gentileza, certifique-se de que (a) os endereços de e-mail de todos os autores estão corretos e (b) seguiu rigorosamente nossas diretrizes (<http://www.periodicos.ufc.br/contextus/about/submissions#authorGuidelines>).

Em caso de dúvidas, envie suas questões para este e-mail (revistacontextus@ufc.br). Aproveitamos para recomendar que o inclua em seus contatos. Agradecemos mais uma vez por considerar nossa revista como meio de transmitir ao público seu trabalho.

Cordialmente,

--

Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade (FEAAC)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

APÊNDICE 4. COMPROVANTE DE SUBMISSÃO DO ARTIGO 3

[O&S] Agradecimento pela submissão Caixa de entrada x

Revista Organizações & Sociedade <revistaoes@ufba.br> ter., 15 de fev. 19:09 (há 21 horas) ☆ ↶ ⋮
para mim ▾

Tárcila Bezerra Vasconcelos:

Obrigado por submeter o manuscrito, "Elementos de mensuração de empreendedorismo social em nível individual: a proposição de um framework" ao periódico Organizações & Sociedade. Com o sistema de gerenciamento de periódicos on-line que estamos usando, você poderá acompanhar seu progresso através do processo editorial efetuando login no site do periódico.

URL da Submissão: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaoes/authorDashboard/submission/48209>
Usuário: tarclavasconcelos

Se você tiver alguma dúvida, entre em contato conosco. Agradecemos por considerar este periódico para publicar o seu trabalho.

Revista Organizações & Sociedade

↶ Responder ➡ Encaminhar