

Research paper

Precursos da iniciativa social em Portugal: o papel da formação, experiência profissional e perceção de viabilidade da iniciativa

Submitted in February 23rd

Accepted in October 30th

Evaluated by a double blind review system

SUSANA BERNARDINO¹

JOSÉ FREITAS SANTOS²

Resumo estruturado

Propósito: É objetivo deste artigo compreender em que medida a formação, as experiências profissionais anteriores e a perceção da viabilidade da iniciativa social condicionam o lançamento de um projeto de empreendedorismo social em Portugal.

Desenho/metodologia/abordagem: O artigo parte de uma revisão de literatura, seguindo-se a realização de uma investigação quantitativa, através de um inquérito por questionário enviado aos responsáveis de ONGD existentes em Portugal e de projetos cotados na Bolsa de Valores Sociais.

Resultados: A investigação revela que a formação exerce uma influência positiva, direta, sobre o lançamento de iniciativas sociais, verificando-se o mesmo em relação à situação ocupacional do indivíduo e à perceção da viabilidade da iniciativa. O contexto empreendedor não é apontado como um preditor direto da criação de iniciativas sociais. Para a formação da perceção de viabilidade da iniciativa contribui essencialmente a interpretação pessoal das competências necessárias ao lançamento e acompanhamento do projeto e o entendimento de que a iniciativa é desejável. A perceção de um ambiente externo favorável tem uma influência baixa sobre a decisão.

Limitações da investigação: A investigação apresenta uma natureza exploratória em virtude do caráter não aleatório da amostra e da sua dimensão.

Implicações práticas: O conhecimento dos fatores que exercem maior influência na criação de organizações permite estimular o surgimento de novas iniciativas sociais.

Originalidade/valor: O empreendedorismo social é um campo ainda emergente, que carece da produção de mais investigação, em particular de natureza quantitativa. Em Portugal é uma realidade pouco conhecida, onde são necessários novos contributos empíricos.

Palavras-chave: Empreendedorismo social; viabilidade da iniciativa social; formação; experiência profissional; Portugal.

¹ Politécnico do Porto/ISCAP/CECEJ. E-mail: susanab@iscap.ipp.pt

² Politécnico do Porto/ISCAP/CECEJ e Universidade do Minho/NIPE. E-mail: jfsantos@iscap.ipp.pt

1. Introdução

O empreendedorismo social é um conceito emergente que tem vindo a ser progressivamente aplicado à resolução de questões sociais. Este visa de um modo exclusivo, ou pelo menos proeminente, a criação de valor social (Dees, 1998; Peredo & McLean, 2006; Sharir & Lerner, 2006) ao qual alia a aplicação de um comportamento empreendedor com o intuito de maximizar a capacidade de gerar valor social.

O empreendedorismo social procura a criação simultânea, e sinérgica, de valor social e económico. A criação de valor económico é interpretada como um meio para a prossecução do fim último que é a criação de valor social, favorecendo a sustentabilidade da organização e a continuidade da sua missão social. A presença de duas orientações de fundo (económica e social) leva a que o empreendedorismo social seja um campo intrinsecamente híbrido, que se desenvolve na interseção de diferentes domínios de atividade. Esta condição introduz importantes desafios na elaboração da estratégia e na conceção do *modus operandi* da organização social.

A resolução de problemas sociais complexos e persistentes através desta nova abordagem implica um trabalho árduo, no qual os seus atores se debatem com enormes desafios e dificuldades (Obschonka, Silbereisen & Schmitt-Rodermund, 2010). A motivação para a realização do estudo emerge da relevância científica do tema e do potencial que o empreendedorismo social apresenta para a criação de valor para a sociedade. Por outro lado, é fundamental compreender o que explica o comportamento socialmente empreendedor e conhecer os fatores que favorecem a assunção dos riscos associados ao desencadear da iniciativa social (Ármannsdóttir, 2011; Mair & Noboa, 2006; Obschonka *et al.*, 2010). Finalmente, refira-se que este é um fenómeno ainda pouco conhecido em Portugal, sendo poucos os estudos empíricos existentes.

O objetivo desta investigação é compreender de que modo a formação, experiência empresarial e perceção de viabilidade da iniciativa explicam o comportamento do empreendedor social e influenciam a sua capacidade para assumir riscos.

Para atingir esse desiderato, é feita uma revisão de literatura sobre o papel que a formação, a experiência profissional e a perceção da viabilidade da iniciativa desempenham no lançamento do projeto social. Segue-se a definição da metodologia de investigação e a apresentação e discussão dos resultados obtidos. As conclusões encerram a comunicação.

2. Revisão de literatura

2.1 Formação

A formação tem sido apontada como um elemento instigador do comportamento empreendedor. Vários estudos, em diferentes contextos, sugerem que a formação aumenta a probabilidade de o indivíduo se envolver no empreendedorismo social (Bosma & Levie, 2010; GEM, 2009; Harding & Cowling, 2006; Hoogendoorn, Zwan & Thurik, 2011; Lehner, 2011; Van Ryzin, Grossman, DiPadova-Stocks & Bergrud, 2009). A investigação sugere ainda que os empreendedores sociais tendem a ter um nível de escolaridade superior à dos empreendedores económicos (Bacq, Hartog, Hoogendoorn & Lepoutre, 2011; GEM, 2009; Hoogendoorn *et al.*, 2011; Van Ryzin,

Bergrud & DiPadova-Stocks, (2007). Estrin, Mickiewicz e Stephan (2011), avaliando a influência do nível de formação sobre a propensão empreendedora, comprovam o seu contributo positivo para as duas tipologias de empreendedorismo, embora mais expressiva no empreendedorismo social.

O relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2009, dedicado especialmente ao empreendedorismo social, regista esta influência positiva em todos os países em análise (47), embora assinalando que este ‘efeito da educação’ é particularmente evidente em países com um baixo nível de desenvolvimento económico, onde as diferenças económicas e sociais são mais óbvias e os indivíduos com um maior nível de formação sentem uma necessidade imperiosa de fazer face a esses flagelos sociais (GEM, 2009). No caso português, os resultados do estudo de Ferreira (2005) sugere que os empreendedores sociais têm na sua maioria formação superior.

A relevância da formação no empreendedorismo social pode ser interpretada com base na sensibilidade para as questões sociais, que a literatura assume estar mais presente em pessoas com maior nível de habilitações académicas (Estrin *et al.*, 2011; GEM, 2009).

Uma outra explicação apontada pelo relatório do GEM (2009) assenta na facilidade que a formação confere de identificar oportunidades e desenvolver projetos sociais. Estes investigadores invocam ainda a segurança financeira (que admitem poder ser maior em indivíduos com maior nível de formação), permitindo que os indivíduos explorem outros elementos de natureza não exclusivamente material. Baral, Simons, Lane e Zhang (2012), de um modo diferente, apontam para a emergência de um novo grupo de jovens empreendedores sociais de entre alunos que terminaram a sua formação superior e estiveram ‘expostos’ ao empreendedorismo social nas suas universidades. Co e Cooper (2014), por sua vez, constata que a formação em empreendedorismo social leva a um incremento da sensibilidade, conhecimentos e competências necessárias ao lançamento de uma organização. Desse modo, os programas de formação resultam num aumento do nível de confiança e de autoeficácia dos indivíduos que apresentavam já alguma intenção socialmente empreendedora, o que se traduz num aumento da probabilidade de lançamento de uma iniciativa social. De modo inverso, Yiu, Wan, Ng, Chen e Su (2014) evidenciam, no caso chinês, uma relação negativa entre o nível de escolaridade e o envolvimento no empreendedorismo social. Os autores justificam este resultado pelo facto de indivíduos que tiveram menos oportunidades de ensino terem uma maior sensibilidade para as severas dificuldades que enfrentaram nas suas vidas, que se consubstancia no desejo de que as gerações futuras sejam capazes de ultrapassar essas privações envolvendo-se, para o efeito, em atividades de empreendedorismo social.

Em termos de área de formação, Lehner (2011) constata, no caso austríaco, que a maioria dos empreendedores sociais tem formação na área empresarial, seguida de indivíduos que provêm de áreas técnicas e das ciências sociais. Em Portugal, Ferreira (2005) avança que os empreendedores sociais apresentam uma pluralidade de áreas de formação. Nga e Shamuganathan (2010), por sua vez, destacam a importância da formação na área da gestão, enquanto facilitador do desenvolvimento de traços críticos de personalidade favoráveis ao empreendedorismo social.

2.2 Experiência profissional

O conhecimento e a experiência prévia do indivíduo parecem contribuir para o reconhecimento, identificação e exploração da oportunidade social (Burg & Romme, 2014). A experiência em gestão é apontada como capaz de aumentar a probabilidade de um indivíduo vir a ser um empreendedor social (Van Ryzin *et al.*, 2009). Do mesmo modo, a experiência profissional é vista como catalisadora do sucesso das iniciativas socialmente empreendedoras (Sharir & Lerner, 2006).

Uma investigação realizada por Ármannsdóttir (2011), na Islândia, sugere que os empreendedores sociais tendem a desenvolver a sua atividade em áreas que apresentam uma ligação direta com a sua profissão anterior. Este facto justifica-se, segundo o autor do estudo, pela familiaridade que a experiência profissional proporciona.

A competência empreendedora anteriormente desenvolvida parece, também, influir sobre a decisão do empreendedor. A evidência existente reconhece que as competências desenvolvidas na adolescência como liderança ou iniciativas criativas, e o estímulo que essas competências proporcionam, são preditores da capacidade de geração de ideias na idade adulta (Obschonka *et al.*, 2010). Adicionalmente, a motivação para o empreendedorismo social surge muitas vezes como forma de seguir o percurso dos pais ou de irmãos mais velhos (London & Morfopoulos, 2010). Uma quantidade significativa de estudos encontra uma relação positiva, ainda que parcial, entre o estatuto empreendedor dos pais e a probabilidade de uma criança se tornar empreendedora numa fase posterior da sua vida (Laspita, Breugst, Heblich & Patzelt, 2012; Schmitt-Rodermund, 2004). Chlosta, Patzelt, Klein e Dormann (2012) analisam, à luz da teoria da aprendizagem social, a influência do papel do modelo dos pais sobre a predisposição para o empreendedorismo económico. Os autores indicam que o crescimento (e a exposição) em famílias com passado empreendedor oferece às crianças a oportunidade para aprenderem com a iniciativa dos pais, influenciando as suas atitudes e valores. Através da observação das ações dos seus pais, os indivíduos aprendem e transformam a informação retida em códigos internos, que configuram um modelo mental e influenciam a sua política de tomada de decisões (escolha ocupacional inclusive). Apesar dos resultados obtidos, os autores do estudo alertam para a discrepância de resultados encontrada na literatura dado que alguns estudos não encontram suporte empírico para a influência do contexto familiar sobre o empreendedorismo. Para explorar esta situação inconclusiva, Chlosta *et al.* (2012) moderam a relação entre estas duas variáveis (contexto familiar e empreendedorismo) através dos traços de personalidade do indivíduo, especificamente por recurso à dimensão abertura à experiência. Os resultados sugerem que indivíduos com um maior nível de abertura são mais propensos para aprender com as pessoas fora do seu contexto familiar e, como tal, para seguir percursos diferentes dos pais. Pelo contrário, indivíduos com baixa abertura tendem a focar-se naquilo que conhecem, atribuindo uma baixa atenção aos estímulos externos ao contexto familiar. De um modo diferente, Laspita *et al.* (2012) constata que a influência dos pais difere em função da idade, encontrando uma maior prevalência na adolescência do que na infância.

Para além dos contactos pessoais, o empreendedor social poderá seguir modelos de comportamento desempenhados por outros atores que respeita e admira, e cujo sucesso inspiram outros empreendedores sociais (London & Morfopoulos, 2010). De acordo com a teoria do comportamento contingente, os indivíduos tendem a imitar aqueles que são percebidos como prestigiados ou bem-sucedidos. Com efeito, para Griskevicius, Cantú e Vugt (2012), os indivíduos estarão mais predispostos para serem

empreendedores sociais quando percebem que o mesmo é feito por muitas outras pessoas ou por indivíduos com notórias características de liderança.

A comunidade científica tem procurado, ainda, analisar a influência do ‘espírito empreendedor’ ou ‘cultura empreendedora’ de um povo sobre a prática do empreendedorismo social. As conclusões obtidas não são consensuais. Enquanto alguns investigadores apontam que o nível de empreendedorismo de uma sociedade é incapaz de influenciar o nível de empreendedorismo social existente (Hoogendoorn & Hartog, 2011), outros alegam que sociedades tradicionalmente mais empreendedoras, serão também mais propensas para o empreendedorismo social, considerando que estes dois níveis de empreendedorismo se reforçam mutuamente (Estrin *et al.*, 2011) e que economias empreendedoras tendem a oferecer um ambiente mais favorável para o desenvolvimento de iniciativas socialmente empreendedoras (GEM, 2009). De modo contrário, a investigação de Estrin, Mickiewicz e Stephan (2013) indica que em países com elevado nível de empreendedorismo económico, os indivíduos serão menos propensos para serem empreendedores sociais. Os autores interpretam estes resultados à luz da teoria da falha institucional, considerando que uma intensa atividade de empreendedorismo reduz as oportunidades disponíveis para os empreendedores sociais.

2.3 Perceção de viabilidade da iniciativa

A assunção de riscos é citada na literatura como um dos elementos do comportamento empreendedor (Morris, Webb & Franklin, 2011). A capacidade para assumir riscos exprime-se na aptidão e predisposição por parte da organização, ou do empreendedor, para se envolver em atividades que impliquem incerteza e para as quais existe alguma probabilidade de falha (Moss, Short, Payne & Lumpkin, 2011; Rauch, Wiklund, Lumpkin & Frese, 2009). De facto, quando um empreendedor assume um risco está a admitir que os resultados reais poderão ser diferentes dos resultados esperados, quer sejam para melhor ou para pior. Para Lukeš e Stephan (2012), criar e gerir uma organização envolve muitas incertezas, pelo que apenas pessoas capazes de aceitar riscos se irão comprometer com uma nova iniciativa. No empreendedorismo social a assunção de riscos resulta da adoção de medidas ousadas e assertivas, que são desenvolvidas com o intuito de explorar oportunidades capazes de criar valor social (Morris *et al.*, 2011; Peredo & McLean, 2006).

Apesar de os empreendedores estarem dispostos a assumir riscos, a evidência empírica identifica uma relação negativa entre a perceção de risco e a decisão de se iniciar um novo projeto (Hoogendoorn, Pennings & Thurik, 2010; Smith, Stevens & Barr, 2010). Do mesmo modo, Roy, Brumagim e Goll (2014) constatarem que a inexistência do medo de falhar e a perceção concreta de uma oportunidade se encontram positivamente associadas à prática do empreendedorismo social. Por consequência, os empreendedores irão, provavelmente, abandonar os seus esforços de criação de um negócio se perceberem que não são capazes ou que não irão ser bem-sucedidos. O desejo do empreendedor em desenvolver a iniciativa será, portanto, tanto maior quanto maior for a perceção de que a iniciativa social é viável (exequibilidade) (Mair & Noboa, 2006) e que a atuação irá produzir resultados positivos num espaço razoável de tempo (desejabilidade) (London & Morfopoulos, 2010). No mesmo sentido, a investigação de Baierl, Grichnik, Spörrle e Welpé (2014) constata que a preocupação social do indivíduo desempenha um papel muito importante na construção das intenções socialmente empreendedoras, em particular pelo facto de considerar na decisão o peso

da influência da probabilidade percebida de sucesso da iniciativa e de aumentar a relevância atribuída ao impacto social que esta será capaz de gerar.

As dimensões desejabilidade e exequibilidade são congruentes com a teoria das expectativas de Vroom de 1964. Esta teoria apesar de ser essencialmente um tópico de investigação no campo da motivação laboral e comportamento organizacional, tem sido recentemente aplicada no contexto do comportamento empreendedor (Renko *et al.*, 2012). Para Vroom (1964), a força motivacional, ou seja a quantidade de esforço que um indivíduo irá exercer para atingir os seus objetivos, resulta do produto de dois elementos: (i) o valor ou atratividade atribuída a um objetivo (valência); e (ii) a probabilidade percebida de que o objetivo irá ser alcançado (expectativa). Por outras palavras, a teoria das expectativas de Vroom postula que as ações do indivíduo são conduzidas pelas consequências esperadas, em que a motivação do indivíduo deriva do quão fortemente acredita que um certo nível de esforço conduz a um determinado resultado e do quão atrativo é para si esse resultado.

A análise do construto percepção de viabilidade pode ser feita à luz das teorias de personalidade. A literatura sugere a autoeficácia como um dos traços mais importantes, que representa as competências pessoais do indivíduo para lidar de um modo eficiente com uma diversidade de situações stressantes e persistir perante a adversidade, traduzindo a extensão com que o indivíduo acredita que é capaz de desempenhar os papéis e tarefas do empreendedor (Lukeš & Stephan, 2012; Renko, Kroeck & Bullough, 2012). Estrin *et al.* (2011) constatam que o facto de o indivíduo acreditar que possui as competências necessárias (autoeficácia) e que existe um baixo risco de insucesso está positivamente associado à criação de uma iniciativa socialmente empreendedora.

Pessoas com um maior *locus* de controlo interno, isto é, pessoas que acreditam que através das suas qualidades, competências e esforço podem influenciar um determinado evento, e que os resultados não são determinados por fatores externos, como a 'sorte', terão também uma maior propensão empreendedora (Brooks, 2009; Zwan, Thurik & Grilo, 2010).

3. Metodologia e hipóteses de investigação

A revisão de literatura efetuada sugere a existência de um conjunto de fatores que estimulam no indivíduo a decisão de criar uma iniciativa de empreendedorismo social. O propósito desta investigação é o de compreender em que medida a formação, a experiência profissional e a percepção pelo indivíduo de que a iniciativa será viável influem sobre a decisão de criação de uma iniciativa social em Portugal. Para esse fim são propostas três hipóteses de investigação, deduzidas da revisão de literatura:

H1: O nível de formação influencia positivamente a decisão do indivíduo desencadear uma iniciativa de empreendedorismo social em Portugal.

H2: A experiência profissional influencia positivamente a decisão do indivíduo desencadear uma iniciativa de empreendedorismo social em Portugal.

H3: A percepção pelo indivíduo da viabilidade da sua iniciativa social influencia positivamente a decisão de se tornar empreendedor social.

A investigação adota uma metodologia quantitativa, através de um inquérito por questionário enviado aos responsáveis pela criação das Organizações Não

Governamentais para o Desenvolvimento e projetos cotados na Bolsa de Valores Sociais à data da realização da investigação. O questionário foi construído pelos autores, tendo por base a recensão de literatura efetuada sobre o tema e a escala empregue por Nga e Shamuganathan (2010), que estudou a influência dos traços de personalidade nas intenções de constituição de iniciativas de empreendedorismo social. Após a finalização da versão preliminar do questionário, este foi sujeito a um estudo piloto, através da consulta a especialistas no tema. O instrumento de notação, que incidiu sobre os indivíduos que estiveram envolvidos na fundação ou promoção da iniciativa social, era composto de questões de resposta fechada. O questionário integrou uma secção para caracterização geral dos respondentes e para identificação da sua participação na iniciativa; outra parte inclui questões sobre as experiências anteriores à iniciativa social; a que se segue uma secção dedicada à auscultação das motivações que antecedem a decisão do empreendedor de se envolver na iniciativa social; finalizando o questionário com um conjunto de questões relativas às atitudes do empreendedor social.

A amostra foi composta pelas organizações com estatuto jurídico de Organização Não Governamental para o Desenvolvimento (ONGD) e os projetos cotados na Bolsa de Valores Sociais que responderam ao inquérito. Para que se pudesse compreender, de uma forma independente, quais os fatores que verdadeiramente levam a sociedade civil a desenvolver iniciativas de empreendedorismo social, excluiu-se do universo as organizações com ligações religiosas, políticas ou partidárias, ou detidas por outras organizações de carácter empresarial.

Os dados primários foram recolhidos entre 19 de setembro de 2012 e 2 de janeiro de 2013 e permitiram a recolha de 68 respostas. No tratamento e análise dos dados foram aplicadas, em primeiro lugar, técnicas de análise descritiva, para depois se aplicar, para teste das hipóteses de investigação, técnicas de inferência estatística (teste do qui-quadrado do ajustamento, teste binomial e teste *t-student* para a comparação de uma média). Para auxiliar o processo de tratamento e análise de dados utilizaram-se ainda técnicas de redução de dados, através da análise fatorial por componentes principais, empregando-se uma rotação ortogonal, através do método *varimax* (Maroco, 2007).

4. Resultados

Definido o desenho da investigação, procede-se à análise dos resultados obtidos. Do total de respostas coligidas (68), 45 foram concedidas por indivíduos envolvidos na criação da iniciativa social. Estes indivíduos exercem na sua maioria a função de presidente (48,9%), sendo, depois, mais comuns as funções de membro da direção (15,6%), diretor (13,3%), técnico ou outro (11,1% em ambos os casos). Em pouco mais de metade dos casos (51,1%) a colaboração decorre a título de voluntariado, verificando-se, nos demais casos, o exercício de uma função remunerada.

4.1 Formação

A grande maioria dos respondentes (93,3%) indica ter formação superior, enquanto os restantes possui formação ao nível do ensino secundário. O teste do ajustamento do qui-quadrado suporta que a prevalência da formação superior sobre a criação de iniciativas de empreendedorismo social é estatisticamente significativa, o que permite afirmar, para um nível de significância de 5%, que o nível de escolaridade é um propulsor da adoção de um comportamento socialmente empreendedor (H1).

Quadro 1- A influência da formação sobre o comportamento socialmente empreendedor

Características	Total	
	N (45)	%
Nível de escolaridade ^{a.}		
Ensino primário	0	0,0%
Ensino secundário	3	6,7%
Ensino superior	42	93,3%
Área de formação ^{b.}		
Ciências da saúde	6	13,3% ^{c.}
Ciências matemáticas	0	0,0%
Ciências sociais	4	8,9%
Ciências económicas	9	20,0% ^{c.}
Engenharia	9	20,0% ^{c.}
Artes	4	8,9%
Humanidades	11	24,4% ^{c.}
Ensino	1	2,2%
Outros	1	2,2%

a. Teste do qui-quadrado do ajustamento, p-value < 0,000, $\alpha=0,05$.

b. Teste do qui-quadrado do ajustamento para a importância da área de formação, p-value = 0,014, $\alpha=0,05$.

c. Áreas com um número de observações superiores ao esperado face à hipótese de uma distribuição uniforme das respostas pelas diferentes áreas de formação, teste do qui-quadrado do ajustamento, $\alpha=0,05$.

No que se refere à área de formação, verifica-se uma presença mais frequente das áreas das humanidades (24,4%), ciências económicas (20%) ou engenharia (20%). O teste do ajustamento do qui-quadrado aponta para a existência de diferenças estatisticamente significativas entre a propensão para o empreendedorismo social e o tipo de formação. O teste, como se observa no quadro 1, indica que as áreas em que se verifica uma maior predisposição para o empreendedorismo social são as humanidades, as ciências económicas, a engenharia e a saúde, embora esta última com menor relevância. A área menos preponderante é o ensino, seguida das ciências sociais e das artes, não se verificando qualquer respondente da área das ciências matemáticas.

4.2 Experiência profissional

No quadro 2 observa-se que a maioria dos respondentes (77,8%) estava empregado aquando do seu envolvimento na iniciativa e apenas uma pequena percentagem referiu estar reformado (4,4%). Dos indivíduos que se encontravam empregados (35 casos), cerca de metade provinha do setor empresarial e apenas uma reduzida fração (14,3%) do setor sem fins lucrativos. A realização do teste do qui-quadrado do ajustamento sustenta que a situação ocupacional do indivíduo e o setor de onde o indivíduo provém, no caso de estar empregado, são relevantes para a criação de iniciativas de empreendedorismo social.

Quadro 2- Situação profissional anterior

Características	Total	
	N (45)	%
<i>Situação ocupacional ^{a.}</i>		
Empregado	35	77,8%
Reformado	2	4,4%
Não ativo	8	17,8%
<i>Setor de proveniência ^{*b.}</i>		
Setor empresarial	17	48,6% *
Setor público	13	37,1% *
Setor sem fins lucrativos	5	14,3% *

* Indivíduos que no momento da criação da iniciativa se encontravam empregados, N (35).

a. Teste do qui-quadrado do ajustamento, p-value < 0,000, $\alpha=0,05$.

b. Teste do qui-quadrado do ajustamento, p-value = 0,004, $\alpha=0,05$.

O quadro 3 analisa o ‘contexto empreendedor’ do indivíduo, verificando-se que a maioria dos respondentes nunca criou anteriormente qualquer organização (67%), sendo este facto particularmente notório nos respondentes do género feminino (82,1%). No que respeita às experiências de pessoas próximas ao indivíduo, observa-se que na maioria dos casos os seus pais (80%), familiares ou amigos (46,7%) nunca criaram uma organização.

A análise revela, porém, que a criação de outras organizações (antes do lançamento da iniciativa social) é mais comum em indivíduos cujo círculo próximo também o havia feito, em particular os seus familiares mais próximos (pais). Consta-se ainda que os indivíduos que não se encontravam ativos aquando do envolvimento na iniciativa são os que menos referem ter criado outras organizações (apenas 12,5%). De realçar que a maioria dos indivíduos (62,2%) já tinha experiência na gestão de organizações, antes do envolvimento na iniciativa, particularmente evidente nos indivíduos do género masculino ou com uma tradição, pessoal ou familiar, na criação de organizações. Ressalva-se, contudo, que não se encontram diferenças expressivas no cargo ocupado pelo indivíduo pelo facto de este ter experiência em gestão.

Quadro 3- Experiências profissionais passadas

Contexto empreendedor do indivíduo	N (45)	%	Teste Binomial* <i>p-value</i>
Indivíduos que já haviam criado alguma organização anteriormente	14	31,1%	0,016
Indivíduos cujos pais já haviam criado uma organização	9	20,0%	0,000
Indivíduos cujos familiares e amigos já haviam criado uma organização	24	53,3%	0,766
Indivíduos que já tinham experiência na gestão de organizações	28	62,2%	0,135

* Teste ao valor de 50%, $\alpha=0,05$.

Para testar a possibilidade de os elementos do contexto empreendedor influenciarem a propensão para o empreendedorismo social recorreu-se ao teste binomial. A análise de resultados (quadro 3) revela que apenas duas das variáveis em análise são estatisticamente diferentes do valor neutral (proporção de 50% em questões dicotómicas). São elas o indivíduo nunca ter criado uma organização e os seus pais nunca o terem feito. A experiência na gestão de organizações e a criação de organizações pelos seus familiares e amigos não são apontadas como capazes de explicar as diferenças ao nível dos comportamentos.

Deste modo, os resultados obtidos permitem suportar apenas parcialmente a hipótese de que a experiência empresarial do indivíduo influencia positivamente a decisão de desencadear uma iniciativa de empreendedorismo social (H2).

A expectativa inicial era a de que a criação prévia de organizações exercesse um efeito positivo sobre a constituição de iniciativas sociais pelo que, para uma melhor compreensão dos precursores da iniciativa social em Portugal, se procedeu a uma análise mais detalhada dos dados. Consta-se que de entre os inquiridos que nunca criaram uma organização, a esmagadora maioria (90,3%) refere que os seus pais também não o haviam feito. Para além disso, em quase metade dos casos em que ocorreu a criação prévia de uma organização (42,9%), essa ação empreendedora havia também ela sido desenvolvida pelos seus ascendentes (quadro 4). Acresce que é nos grupos etários mais jovens que se observa uma maior frequência de indivíduos com progenitores com atividade empreendedora (33,3% em indivíduos entre 18 e 34 anos), que se vai reduzindo com o avançar da idade dos inquiridos (apenas 11,1% em indivíduos com mais de 65 anos). Verifica-se, ainda, que em indivíduos que já haviam

criado outras organizações é mais comum que o mesmo tenha sido influenciado pelos seus familiares e amigos (78,6%). Observa-se o oposto em indivíduos que nunca haviam criado outras organizações, onde a maioria dos seus familiares e amigos (58,1%) também nunca o fez.

Quadro 4 - A influência do contexto empreendedor

	Criação prévia de outras organizações		Idade			
	Sim	Não	18-34	35-54	55-64	>65
Experiência empreendedora dos pais						
Os pais já criaram organizações	42,9%	9,7%	33,3%	16,7%	16,7%	11,1%
Os pais nunca criaram uma organização	57,1%	90,3%	66,7%	83,3%	83,3%	88,9%
<i>Subtotal</i>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Experiência empreendedora de familiares e amigos						
Familiares e amigos já criaram organizações	78,6%	41,9%	58,3%	50,0%	66,7%	44,4%
Familiares e amigos nunca criaram uma organização	21,4%	58,1%	41,7%	50,0%	33,3%	55,6%
<i>Subtotal</i>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

O processo de análise de dados indica, ainda, que a influência do contexto empreendedor não se encontra condicionado pelos traços de personalidade do indivíduo (quadro 5), na medida em que não se observa uma correlação estatisticamente significativa entre os pares de variáveis em análise (atitudes pessoais e experiências empreendedoras). Constata-se pois que não é pelo facto de o empreendedor social apresentar um determinado perfil que tende a vivenciar mais ou menos experiências empreendedoras anteriores. Verifica-se, ainda, que a frequência de empreendedores sociais que possui uma herança empreendedora tende a ser a mesma independentemente da intensidade com que as dimensões abertura a novas experiências, conscienciosidade e extroversão assumem na formação da sua personalidade.

Quadro 5 - Correlação entre o contexto empreendedor e os traços de personalidade do indivíduo

Coefficiente de correlação de Pearson	Abertura à Experiência	Conscienciosidade	Extroversão
Já criou uma organização	-0,196	-0,201	-0,121
Os seus pais já criaram uma organização	0,006	0,110	-0,053
Familiares e amigos já criaram uma organização	-0,220	0,136	0,138

* A correlação é estatisticamente significativa para $\alpha=0.05$; ** A correlação é estatisticamente significativa para $\alpha=0.01$.

4.3 Perceção de viabilidade da iniciativa

O instrumento de notação incluía algumas questões que visavam avaliar a relevância da viabilidade da iniciativa na decisão de o indivíduo a implementar efetivamente. Na análise do quadro 6, a variável considerada como mais relevante foi a existência de uma necessidade social que não estava a ser devidamente satisfeita, que obteve uma valorização média de 4,3 (numa escala gráfica de 5 pontos, em que 1 corresponde a um fator com pouca importância e 5 a um fator com muita importância), sendo considerada como muito relevante em 58% dos respondentes.

Quadro 6 - Importância atribuída à percepção de viabilidade na decisão de criação da organização social

Componentes	Análise de Componentes Principais							Teste t-student ^b
	Peso do Fator	Média	Desvio-padrão	Valores Próprios	% Var.	% Var. Acum.	Alpha de Cronbach	t (p-value)
Componente 1: Percepção da favorabilidade do contexto externo		2,6	1,11	4,0	37,7	37,7	0,91	-2,321 (0,025)
Existência de um regime fiscal favorável	0,895	2,6	1,4					
Existência de um regime legal favorável	0,893	2,6	1,4					
Facilidade na obtenção de informações para iniciar o projeto	0,862	2,6	1,2					
Existência de apoios e aconselhamento	0,808	2,7	1,2					
Facilidade e simplicidade dos processos administrativos para o lançamento do projeto	0,761	2,5	1,3					
Componente 2: Percepção das capacidades pessoais		3,8	0,95	2,5	27,0	64,7	0,79	5,709 (0,000)
Ter a capacidade de ver riscos como oportunidades	0,856	3,6	1,2					
Ser capaz de identificar uma necessidade social	0,829	3,8	1,1					
Ter competência e experiência necessárias para iniciar o projeto	0,736	4,0	1,0					
Percepção de desejabilidade da iniciativa	-	4,3	1,03	-	-	-	-	8,239 (0,000)

Assinala-se, depois, a importância da posse das competências e experiências necessárias ao desenvolvimento do projeto ($M=4,0$), a capacidade para se identificar uma necessidade social ($M=3,8$) ou a capacidade para se encararem os riscos como oportunidades ($M=3,6$). Com menor relevância na decisão identificaram-se a existência de apoios e aconselhamento para este tipo de organizações ($M=2,7$), a existência de um regime legal e fiscal favorável (ambas com uma valoração média de 2,6) a facilidade na obtenção de informações para se iniciar o projeto ($M=2,6$) e, por fim, a facilidade e simplicidade dos processos administrativos para o lançamento do projeto ($M=2,5$), considerado como importante ou muito importante por apenas 20% dos respondentes. Para agilizar a análise de dados recorreu-se à análise fatorial por componentes principais, que conduziu à construção de três dimensões principais que foram denominadas como percepção da favorabilidade do contexto externo, percepção das capacidades pessoais e percepção de desejabilidade da iniciativa (quadro 6).

A percepção das capacidades pessoais do indivíduo é qualificada como importante para a criação da iniciativa ($M=3,8$), embora não tanto como a percepção da desejabilidade ($M=4,3$). A percepção da favorabilidade do contexto, por sua vez, recolhe uma pontuação menor por parte dos inquiridos, embora relativamente próxima do ponto neutro da escala ($M=2,6$).

Para testar a possibilidade de que a percepção de viabilidade da iniciativa influencia o desencadear de iniciativas sociais, recorreu-se ao teste *t-student* para a comparação de uma média, por teste do valor neutro (valor 3). A análise dos resultados indica que as

três dimensões têm uma média significativamente diferente de 3, o que permite aceitar a hipótese de que a percepção pelo indivíduo da viabilidade da sua iniciativa influencia positivamente a adoção de um comportamento socialmente empreendedor (H3). A percepção de desejabilidade e posse das capacidades pessoais são confirmadas como incitadoras do desencadear de uma iniciativa social, enquanto a percepção de favorabilidade do contexto tem um impacto fraco sobre a adoção de um comportamento socialmente empreendedor.

Os resultados sugerem, ainda, que a experiência empreendedora ou empresarial do indivíduo pode influenciar o modo como o indivíduo constrói a percepção sobre a viabilidade da iniciativa. Por um lado, indivíduos que nunca criaram (ou os seus pais) uma organização, atribuem uma maior importância à favorabilidade do contexto externo do que os indivíduos que vivenciaram essa experiência, ainda que através dos seus progenitores. Por outro lado, indivíduos com experiência em gestão formam a intenção de lançamento da iniciativa social, com base no sentimento de posse das capacidades pessoais necessárias, atribuindo uma importância muito baixa ao contexto favorável. Indivíduos sem experiência em gestão, pelo contrário, atribuem uma valoração semelhante à percepção da favorabilidade do contexto e à percepção da posse das capacidades pessoais necessárias (quadro 7).

Quadro 7 -A construção da percepção de viabilidade da iniciativa em função da formação e experiência empresarial

Coefficiente de correlação de Pearson	Percepção de favorabilidade do contexto	Percepção de posse capacidades	Percepção de desejabilidade
Formação			
Nível de formação	-0,034	0,042	0,157
Área de formação	-0,135	-0,149	-0,030
Experiências empresariais			
Situação ocupacional anterior	-0,181	-0,124	-0,107
Setor de proveniência	-0,236	0,167	-0,168
Já criou uma organização	0,251	0,049	0,035
Pais já criaram uma organização	0,284	0,083	-0,033
Familiares e amigos já criaram organização	0,105	-0,043	0,061
Experiência em gestão	0,279	-0,338*	0,021

* A correlação é estatisticamente significativa para $\alpha=0.05$; ** A correlação é estatisticamente significativa para $\alpha=0.01$.

5. Discussão de resultados

A análise dos resultados revelou que a criação de uma iniciativa social é positivamente influenciada pela formação do indivíduo (em termos de nível e área de formação) e pelo seu percurso profissional.

O efeito positivo do nível da formação encontrado corrobora o de outros estudos empíricos existentes, como os de Bosma e Levie (2010), Harding e Cowling (2006), Hoogendoorn *et al.* (2011), Lehner (2011), Van Ryzin *et al.* (2009) ou o relatório do GEM (2009). São também consentâneo com Ferreira (2005) que indica que a maioria dos empreendedores sociais em Portugal tem formação superior. À semelhança da justificação apontada por Estrin *et al.* (2011) e pelo relatório do GEM (2009), a formação poderá ser interpretada como um preditor indireto, na medida em que aumenta a sensibilidade para as questões sociais e alimenta uma maior consciencialização sobre a necessidade de atuação.

No que se refere à área de formação, verifica-se a presença de empreendedores sociais de vários quadrantes científicos (Ferreira, 2005), embora com maior predominância das áreas de humanidades, ciências económicas, engenharia e saúde, que são confirmadas como relevantes para o desencadear da iniciativa social. A investigação de Lehner (2011) já havia indicado, no caso austríaco, que a maioria dos empreendedores sociais tinha formação na área empresarial, sugerindo também a relevância das áreas técnicas e das ciências sociais. Verifica-se, portanto, que as conclusões são válidas para duas áreas (ciências empresariais e engenharia), mas diferem no caso das ciências sociais, que em Portugal é uma das áreas de formação menos presentes. No que respeita à relevância da formação em ciências empresariais, a evidência empírica é congruente com a tese apontada por Baral *et al.* (2012) sobre a influência do contacto com o tema do empreendedorismo (social) para a emergência de novos empreendedores.

Relativamente às experiências profissionais passadas, de entre os empreendedores que se encontravam empregados, cerca de metade provêm do setor empresarial, o que poderá ser interpretado pela facilidade com que podem aplicar técnicas empresariais à resolução de questões sociais. O mesmo constata Ármannsdóttir (2011), para quem os empreendedores sociais propendem a atuar em áreas ligadas à sua profissão anterior. Ora, ao enveredarem pelo empreendedorismo social estão a dar continuidade à utilização de um conjunto de práticas empresariais nas organizações sociais. O setor sem fins lucrativos é o menos comum entre os empreendedores sociais, o que contraria Leahy e Villeneuve-Smith (2009) que defendem uma forte presença de indivíduos deste setor. Uma outra justificação alega serem os indivíduos com uma vasta experiência no setor social os que tendem a ser relutantes na utilização de uma linguagem empresarial e, por consequência, a serem mais tradicionais na conceção de um modelo de resposta social (Johnson, 2003).

Os resultados indicam que a perceção de viabilidade da iniciativa influencia positivamente a criação de organizações socialmente empreendedoras. Para a formação dessa perceção contribui essencialmente a interpretação pessoal das competências necessárias ao lançamento e acompanhamento do projeto e o entendimento de que a iniciativa é desejável, isto é, que irá criar valor social. A perceção de que o ambiente externo é favorável tem uma influência muito baixa sobre a decisão de criação da iniciativa social, o que sugere o predomínio da convicção em relação às competências para criar valor social. Esta ilação é consentânea com Ármannsdóttir (2011) que sustenta que o empreendedor social só irá criar a iniciativa quando for capaz de reunir os recursos e desenvolver as ações necessárias à produção efetiva de resultados. Deste modo, sugere-se que as pessoas com um maior *locus* de controlo interno e que acreditam que os resultados a obter decorrem do seu esforço e competência, sejam as que apresentam uma maior propensão para o empreendedorismo social.

Apesar da experiência anterior em gestão não ser confirmada como um propulsor para a criação de iniciativas sociais, verifica-se que exerce influência na forma como o indivíduo constrói a perceção de viabilidade da iniciativa. De facto, a leitura que os indivíduos com experiência em gestão fazem resulta, essencialmente, do julgamento quanto à posse das competências pessoais necessárias, atribuindo uma importância relativa muito baixa à favorabilidade do contexto. Esta situação contrasta com a valoração semelhante que estes dois elementos (posse das competências pessoais necessárias e favorabilidade do contexto) assumem em indivíduos sem experiência de gestão. Do mesmo modo, indivíduos que nunca criaram uma organização, conferem uma maior relevância à favorabilidade do contexto externo na decisão de constituição

da iniciativa, do que os indivíduos com essa experiência, ainda que por via dos seus progenitores. Por isso, a aprendizagem e a experiência, resultantes da criação e gestão de organizações, levam a uma situação de menor *locus* de controlo externo por parte do indivíduo (sentindo que através das suas competências e esforço podem influenciar os resultados das suas ações) e, por essa via, atuam como mediador nas motivações para um comportamento socialmente empreendedor. Estas constatações dão suporte aos argumentos de Nga e Shamuganathan (2010), que apontam a formação em gestão como facilitadora da formação da personalidade do empreendedor social, a que se acrescenta o efeito da experiência sobre a perceção da posse das competências necessárias (autoeficácia) e sobre um maior nível de *locus* de controlo interno.

A investigação indica ainda que os indivíduos que nunca criaram uma organização ou cujos pais nunca o fizeram são os que mais se envolvem no empreendedorismo social. *A priori* poder-se-ia conjecturar uma relação de sentido inverso, porém os resultados não são totalmente surpreendentes, pois os investigadores não são unânimes no reconhecimento da associação entre o nível de empreendedorismo económico e o nível de empreendedorismo social. Os resultados são, assim, consentâneos com os investigadores que encontram uma relação negativa (Estrin *et al.*, 2013), e contrariam a tendência apontada pelo relatório do GEM (2009), de que as sociedades mais empreendedoras, na sua aceção tradicional, são as que mais propendem para o empreendedorismo social. O mesmo acontece com Chlosta *et al.* (2012), Laspita *et al.* (2012) e Schmitt-Rodermund (2004), que encontram uma relação positiva entre a propensão empreendedora dos pais e a probabilidade do familiar se tornar também empreendedor. Para se compreender melhor este resultado aparentemente paradoxal, avançou-se para uma análise mais pormenorizada dos dados. O estudo realizado indica que a criação prévia de outras organizações é mais frequente em indivíduos cujas pessoas próximas tenham já criado organizações, em particular os seus pais (sucendendo o oposto em indivíduos que não estejam em contacto com esse contexto empreendedor), o que vai de encontro à teoria da aprendizagem social, sobre a influência do papel dos pais no ato de empreender. Daí que os resultados obtidos possam ser interpretados à luz da baixa tradição empreendedora verificada entre os inquiridos, plausivelmente originada pelo baixo nível de atividade empreendedora do país. Uma outra justificação para este fenómeno poderia ser fornecida pelas conclusões do estudo de Chlosta *et al.* (2012), que defendem que a influência do contexto familiar sobre a escolha vocacional depende dos traços de personalidade do indivíduo, nomeadamente do nível de abertura à experiência. Os dados empíricos não suportam, contudo, qualquer correlação estatisticamente significativa entre os indivíduos cujos pais já fundaram uma organização e os seus traços de personalidade. A proporção de indivíduos com pais com experiências empreendedoras é maior nos grupos etários mais jovens, que se vai reduzindo com o avançar da idade dos inquiridos. Conjugando este resultado com as ilações de Laspita *et al.* (2012), que mostra que a influência dos pais sobre a intenção empreendedora dos filhos difere com a idade, com maior preponderância durante a adolescência do que na infância, parece poder concluir-se que é na juventude e início da idade adulta que se verifica uma maior influência do comportamento empreendedor dos pais sobre os filhos.

6. Conclusões

O empreendedorismo social tem sido reconhecido como um campo promissor para se fazer face aos complexos desafios com que a sociedade portuguesa se depara.

Os resultados do estudo permitiram confirmar que um elevado nível de formação do empreendedor social, em especial nas áreas das humanidades, ciências económicas, engenharia ou saúde, tem um efeito positivo na predisposição para o empreendedorismo social.

Por outro lado, a investigação realizada sugere que a perceção da viabilidade da iniciativa social exerce uma influência positiva sobre o processo de decisão de criar uma organização socialmente empreendedora. Para a formação dessa perceção contribui essencialmente o entendimento de que a organização irá produzir um resultado que será bastante apreciado pela sociedade em geral e pelo público-alvo em particular e pela interpretação pessoal das competências necessárias ao lançamento e acompanhamento do projeto.

Apesar da experiência na gestão de organizações não ser confirmada como instigadora de um comportamento socialmente empreendedor esta, em conjunto com o contexto empreendedor, condiciona o modo como o indivíduo constrói a perceção de viabilidade da iniciativa. Estas experiências empresariais conduzem a uma situação de maior autoeficácia e a um maior nível de *locus* de controlo interno, importantes para a decisão de empreender, podendo ser entendidas como variáveis mediadoras de um comportamento socialmente empreendedor. Os resultados revelam, ainda, a importância que as experiências profissionais desenvolvidas no setor empresarial têm sobre a adoção de uma abordagem empreendedora para a resolução de questões sociais.

O conhecimento dos fatores que exercem maior influência na criação da iniciativa social poderá permitir estimular indiretamente o nível de atividade social em Portugal, desde que os poderes públicos atuem sobre os elementos preditores do comportamento socialmente empreendedor. Assim, o estímulo à formação e o desenvolvimento de programas que estimulem as competências de gestão sugerem-se capazes de aumentar a predisposição dos indivíduos para o empreendedorismo social. Esta situação será particularmente importante para os indivíduos do género feminino, dada a baixa taxa de empreendedorismo feminino existente e a maior propensão, em termos marginais, que apresentam para o empreendedorismo social.

Uma das limitações desta investigação é que os seus resultados devem ser entendidos como exploratórios dado o carácter não aleatório da amostra e a sua dimensão, que podem não representar com fidelidade a realidade em estudo. Por isso, sugere-se alguma cautela na extrapolação dos resultados. Uma das pistas para investigação futura será precisamente alargar o âmbito deste estudo a outras organizações sociais que atuam no setor da economia social e solidária. No entanto, muitas são ainda as áreas que merecem vir a ser exploradas. Os resultados da investigação apontam para a influência da (não) criação prévia de outras organizações como condição para o desencadear de uma iniciativa social. Os resultados não são tão conclusivos quanto se desejaria, verificando-se que a influência positiva da criação de outras organizações só é evidente após uma análise mais detalhada de dados em virtude do baixo nível de empreendedorismo social em Portugal. Deste modo, sugere-se mais investigação sobre os antecedentes da iniciativa social, para se compreender de que forma é que a experiência, observação e convivência anteriores reforçam as intenções e se refletem nas escolhas e comportamentos do empreendedor social.

Referências bibliográficas

Ármannsdóttir, A. (2011). *The Icelandic social entrepreneur: The key motivational factors pursuing social behavior*. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing.

Bacq, S., Hartog, C., Hoogendoorn, B., & Lepoutre, J. (2011). "Social and commercial entrepreneurship: Exploring individual and organizational characteristics". *Scales Research Reports, EIM Business and Policy Research*. Acedido em janeiro 29, 2015, em

http://www.ondernemerschap.nl/sys/cftags/assetnow/design/widgets/site/ctm_getFile.cfm?file=H201110.pdf&perId=615.

Baierl, R., Grichnik, D., Spörrle, M., & Welpe, I. M. (2014). "Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions: The Role of an Individual's General Social Appraisal". *Journal of Social Entrepreneurship*, 5 (2), 123-145.

Baral, S., Simons, K., Lane, A., & Zhang, C. (2012). "China Social Enterprise Report", FYSE. Acedido em janeiro 3, 2015, em http://www.bsr.org/reports/FYSE_China_Social_Enterprise_Report_2012.PDF.

Bosma, N., & Levie, J. (2010). "Global Entrepreneurship Monitor", 2009 Executive Report. Babson Park, MA, US: Babson College, Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo and Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University, London, UK: *Global Entrepreneurship Research Association*.

Brooks, A. (2009). *Social Entrepreneurship: A Modern Approach to Social Value Creation: International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Burg, E. V., & Romme, A. G. L. (2014). "Creating the future together: toward a framework for research synthesis in entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (2) 369-397.

Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S., & Dormann, C. (2012). "Parental role models and the decision to become self-employed: The moderating effect of personality". *Small Business Economics*, 38 (1) 121-138.

Co, J., & Cooper, S. (2014). "Developing entrepreneurial self-efficacy and intent: A case on social entrepreneurship". In A. Lundstrom, C. Zhou, Y. von Friedrichs, & E. Sundin (Eds.), *Social Entrepreneurship: Leveraging Economic, Political, and Cultural Dimensions* (179-193). International Studies in Entrepreneurship, Springer International Publishing.

Dees, J. (1998). "Enterprising nonprofits: What do you do when traditional sources of funding fall short?" *Harvard Business Review*, 76 (1), 55-67.

Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2011). "For benevolence and for self-interest: Social and commercial entrepreneurial activity across nations". *IZA Discussion Paper No. 5770*. Acedido em janeiro 29, 2015, em <http://ssrn.com/abstract=1867039>.

Estrin, S.; Mickiewicz, T.; & Stephan, U. (2013). "Entrepreneurship, social capital, and institutions: Social and commercial entrepreneurship across nations". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37 (3), 479-504.

- Ferreira, S. (2005). “O que tem de especial o empreendedor social? O perfil de emprego do empresário social em Portugal”. *Publicações Oficina do CES*, 223. Acedido em janeiro 16, 2015, em <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/223/223.pdf>.
- GEM (2009). *Report On Social Entrepreneurship*. Acedido em janeiro 14, 2015, em <http://www.gemconsortium.org/docs/2519/gem-2009-report-on-social-entrepreneurship>.
- Griskevicius, V., Cantú, S., & Vugt, M. (2012). The evolutionary bases for sustainable behavior: Implications for marketing, policy, and social entrepreneurship. *Journal of Public Policy & Marketing*, 31 (1), 115-128.
- Harding, R., & Cowling, M. (2006). *Social entrepreneurship monitor*. London: London Business School.
- Hoogendoorn, B., & Hartog, C. (2011). “Prevalence and determinants of social entrepreneurship at the macro-level”. Scales Research Reports H201022, *EIM Business and Policy Research*. Acedido em janeiro 29, 2015, em <http://www.entrepreneurship-sme.eu/pdf-ez/H201022.pdf>.
- Hoogendoorn, B., Pennings, E., & Thurik, R. (2010). “What do we know about social entrepreneurship? An analysis of empirical research”. *International Review of Entrepreneurship*, 8 (2), 1-42.
- Hoogendoorn, B., Zwan, P., & Thurik, R. (2011). “Social entrepreneurship and performance: The role of perceived barriers and risk”. *ERIM Report Series*. Acedido em janeiro 30, 2015, em http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1910483.
- Johnson, S. (2003). “Young social entrepreneurs in Canada”. *Canadian Centre for Social Entrepreneurship*.
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012). “Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions”. *Journal of Business Venturing*, 27 (4), 414-435.
- Leahy, G., & Villeneuve-Smith, F. (2009). *State of social enterprise survey*. London: Social Enterprise Coalition.
- Lehner, O. (2011). “The phenomenon of social enterprise in Austria: A triangulated descriptive study”. *Journal of Social Entrepreneurship*, 2 (1), 53-78.
- London, M., & Morfopoulos, R. (2010). *Social entrepreneurship: How to start successful corporate social responsibility and community-based initiatives for advocacy and change*. London: Routledge.
- Lukeš, M., & Stephan, U. (2012). “Nonprofit leaders and for-profit entrepreneurs: Similar people with different motivation”. *Československá Psychologie*, 56 (1), 41-55.
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). “Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed”. In J. Mair, J., J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social Entrepreneurship* (121-135). New York: Palgrave Macmillan.
- Maroco, J. (2007). “*Análise estatística com utilização do SPSS*”. (3.^a edição). Lisboa: Edições Sílabo.
- Morris, M., Webb, J., & Franklin, R. (2011). “Understanding the manifestation of entrepreneurial orientation in the nonprofit context”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (5), 947-971.

- Moss, T., Short, J., Payne, T., & Lumpkin, G. (2011). "Dual identities in social ventures: an exploratory study". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (4), 805-830.
- Nga, J., & Shamuganathan, G. (2010). "The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions". *Journal of Business Ethics*, 95 (2), 259-28.
- Obschonka, M., Silbereisen, R., & Schmitt-Rodermund, E. (2010). "Entrepreneurial intention as developmental outcome". *Journal of Vocational Behavior*, 77 (1), 63-72.
- Peredo, A., & McLean, M. (2006). "Social entrepreneurship: A critical review of the concept". *Journal of World Business*, 41 (1), 56-65.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G., & Frese, M. (2009). "Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), 761-787.
- Renko, M., Kroeck, K., & Bullough, A. (2012). "Expectancy theory and nascent entrepreneurship". *Small Business Economics*, 39 (3), 667-684.
- Roy, A., Brumagim, A., & Goll, I. (2014). "Predictors of Social Entrepreneurship Success: A Cross-national Analysis of Antecedent Factors". *Journal of Social Entrepreneurship*, 5 (1), 42-59.
- Sharir, M., & Lerner, M. (2006). "Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs". *Journal of World Business*, 41 (1), 6-20.
- Schmitt-Rodermund, E. (2004). "Pathways to successful entrepreneurship: Parenting, personality, early entrepreneurial competence, and interests". *Journal of Vocational Behavior*, 65 (3), 498-518.
- Smith, B., Stevens, C., & Barr, T. (2010). "Social entrepreneurs and earned income opportunities: the dilemma of earned income pursuit". In A. Fayolle, & H. Matlay (eds.), *Handbook of research on social entrepreneurship* (286-305), Massachusetts: Edward Elgard.
- Van Ryzin, G., Bergrud, E., & DiPadova-Stocks, L. (2007). "Leading from the ground up: Correlates of social entrepreneurship in the USA". Working Paper Presented at the ASPA-EGPA Conference, Newark, Delaware, USA.
- Van Ryzin, G., Grossman, S., DiPadova-Stocks, L., & Bergrud, E. (2009). "Portrait of the social entrepreneur: Statistical evidence from a US panel". *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 20 (2), 129-140.
- Vroom, V. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.
- Yiu, D. W., Wan, W. P., Ng, F. W., Chen, X., & Su, J. (2014). "Sentimental Drivers of Social Entrepreneurship: A Study of China's Guangcai (Glorious) Program". *Management and Organization Review*, 10 (1), 55-80.
- Zwan, P., Thurik, R., & Grilo, I. (2010). "The entrepreneurial ladder and its determinants". *Applied Economics*, 42 (17), 2183-2191.